

# *I Circuiti Turistici* del Veneto

Fondo di Perequazione 2023-2024

*Sostegno al Turismo*

Linea 3



UNIONCAMERE  
VENETO

Camere di commercio di Padova, Treviso-Belluno,  
Venezia-Rovigo, Verona, Vicenza.



ISNART



UNIONCAMERE



## Introduzione

Durante l'**annualità 2024-2025** in continuità con il lavoro sulle destinazioni turistiche effettuato con le Camere di commercio e le Unioni regionali, **ISNART** ha progettato un sistema che supportasse gli Enti Camerali nell'individuare, con metodo, le **nuove proposte turistiche** dei territori e lanciare così nuovi spunti per la categorizzazione e l'analisi delle proposte turistiche esistenti, introducendo il concetto di "**circuito turistico**".

Il **modello sviluppato** contiene anche **criteri di valutazione** capace di lavorare su più livelli, per pesare le **destinazioni potenziali**, ma anche per aiutare le **destinazioni** già in essere a comprendere meglio i propri **punti di forza, debolezza**, il livello di **sviluppo raggiunto** e le **linee strategiche di intervento**.



## I Circuiti Turistici

Un **prodotto turistico** è valutato e venduto attraverso i canali di distribuzione e ha un ciclo di vita una destinazione, product-based, caratterizzata da un driver principale, ovvero un insieme di elementi, materiali o immateriali, che - supportati da servizi e infrastrutture - caratterizzano un territorio nella percezione dei target turistici di riferimento.

Un **circuito turistico** è una sotto-destinazione caratterizzata da un **driver materiale** o **immateriale** che ne costituisce il filo conduttore.

Sulla base dell'elemento caratterizzante del circuito turistico, si possono definire diverse tipologie:

- **Circuiti culturali.** Destinazioni che si basano su esperienze legate alla storia, all'arte e alla cultura dei territori;
- **Circuiti naturalistici.** Il tema comune è quello delle aree naturalistiche, dei parchi naturali, delle bellezze ambientali e paesaggistiche;
- **Circuiti spirituali.** La tematica prevalente è quella della religiosità e della spiritualità.
- **Circuiti enogastronomici.** Si tratta di itinerari legati alla scoperta e alla conoscenza di prodotti agroalimentari e piatti tipici locali;
- **Circuiti sportivi.** Si tratta di mete caratterizzate dal tema dell'outdoor e delle esperienze sportive.

Ogni circuito è caratterizzato da un differente mix di fattori, che ne determinano il maggiore o minore successo:

- **Attrattori materiali;**
- **Attrattori immateriali;**
- **Imprese e servizi.**

## Sistema di valutazione

I **circuiti turistici** si declinano in diverse tipologie—culturali, rurali e naturalistici (come i cammini), enogastronomici (strade del vino e dell'olio), religiosi, o legati a shopping e benessere. Il successo dipende dal **prodotto scelto**, che deve essere il **motore principale** dell'**esperienza** e delle **motivazioni del turista**.

Il **modello di valutazione** si basa sul livello di **maturità** del **prodotto turistico** che rappresenta il **driver** del circuito, concentrandosi su **sei livelli di analisi**:

- **Disponibilità** degli **attrattori** su un dato territorio, intesa come **numerosità** dei **punti di interesse** in grado di attrarre flussi turistici;
- **Accessibilità** degli **attrattori**, per valutare la loro effettiva **fruibilità** da parte dei turisti in termini di **raggiungibilità**, disponibilità di servizi, giorni e orari di apertura, accessibilità per le persone con disabilità, etc.;
- **Riconoscibilità** del **prodotto**, da intendersi in termini di marchio, ovvero di **unicità** del prodotto driver e quindi della sua capacità di essere attrattivo;
- **Omogeneità** della **distribuzione territoriale**, ossia la distribuzione degli attrattori per valutare l'eventuale presenza di squilibri;
- **Livelli informativi**, ovvero la **narrazione** del prodotto e del circuito, ovvero la presenza di informazioni e la facilità di fruizione e di accesso alle stesse;
- **Eventistica**, la loro numerosità e rilevanza, per valutare la **capacità** di innescare **trend** di destagionalizzazione e di delocalizzazione dei flussi, valorizzando gli attrattori e il prodotto driver.

## Il report

Grazie al contributo degli **Enti Camerali** che hanno operato tramite la ricerca delle **informazioni** sugli **attrattori** ricadenti nei circuiti scelti si è arrivati alla costruzione di un livello di conoscenza approfondita delle caratteristiche dell'offerta per le singole destinazioni. I circuiti turistici vanno letti in questo senso: prodotti-attrattori che diventano elemento cardine intorno al quale costruire l'offerta, la cui caratteristica principale sarà quella di consentire di vivere le diverse sfaccettature e di conoscere i diversi modi di fruire quel prodotto.

Nei **report** che seguono si presentano le **analisi** effettuate per ogni **circuito turistico**:

- valutazioni di **forza, criticità e potenzialità**;
- **valorizzazione** dell'apporto di ciascun **attrattore** rispetto al **circuito**;
- restituzione di un **valore di sintesi** rispetto al posizionamento del circuito
- E quindi il livello di **spendibilità** del circuito in termini promozionali.

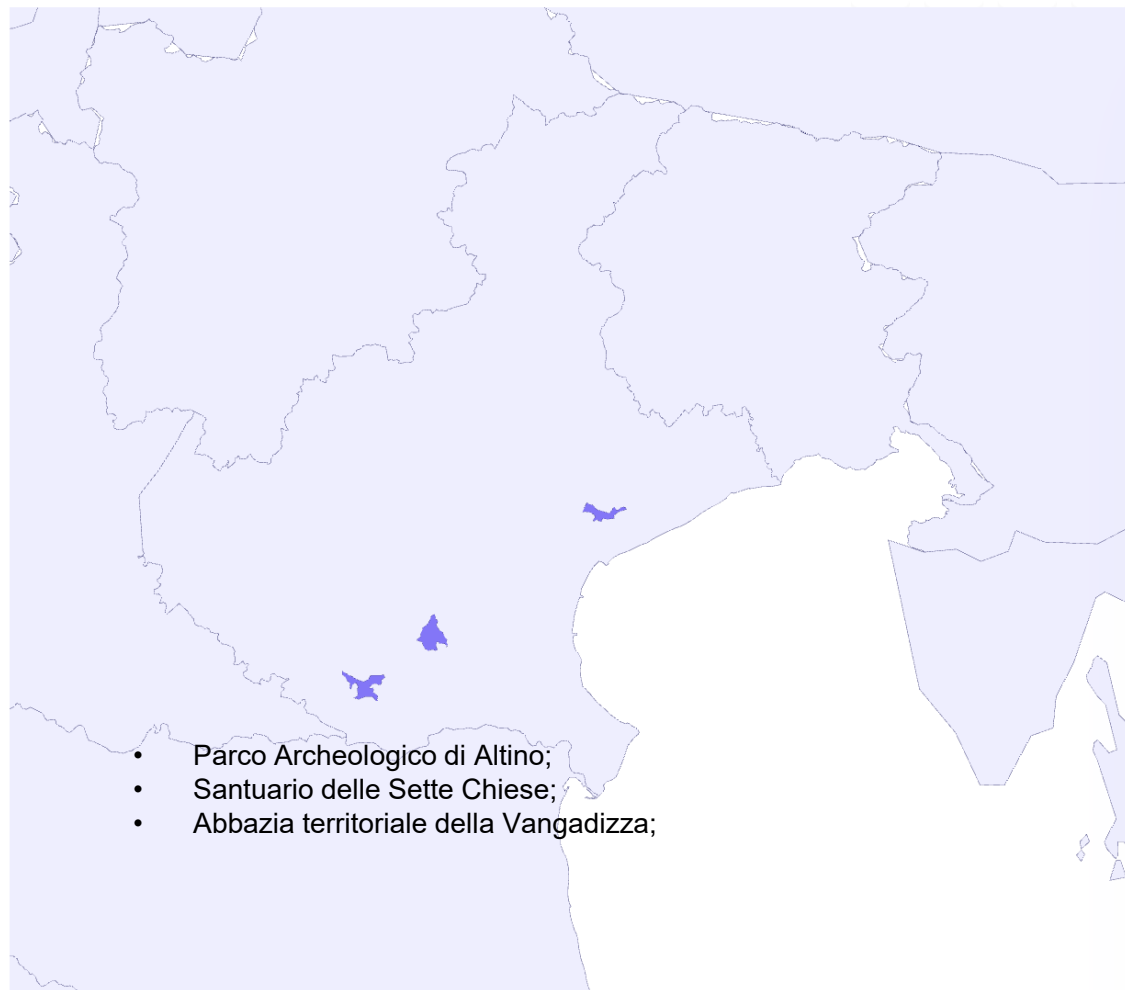
REPORT DI VALUTAZIONE CIRCUITO

# CAMMINO ROMEA STRATA

## Diramazione Tarvisio



## La Via Romea Strata, un cammino per conoscere le radici culturali e storiche dell'Europa e delle destinazioni venete parte del percorso



Le **Camere di Commercio di Venezia-Rovigo e Padova** hanno lavorato congiuntamente sulla definizione di attrattori di rilievo lungo la **Via Romea Strata**, che attraversando Venezia, Padova e Rovigo partendo dal comune di San Vito al Tagliamento per arrivare al comune di Badia Polesine,

Il circuito non si distingue solo per la corrispondenza con il piano di sviluppo regionale, ma anche per la grande rilevanza per la valorizzazione dell'identità regionale. Attraversando luoghi di grande valore artistico, storico e naturalistico, infatti, permette di approfondire una parte importante delle radici storiche dell'Europa, oltre che il patrimonio artistico e spirituale lungo il Cammino.

Le Camere di Commercio, consapevoli di questo patrimonio, hanno ben sintetizzato tutto ciò, sia all'interno della scheda di raccolta dati del circuito, sia nelle schede relative agli attrattori.

## La Via Romea Strata, un cammino per conoscere le radici culturali e storiche dell'Europa e delle destinazioni venete parte del percorso



Organismo di gestione dedicato	SI
Presenza di una ciclabile/ciclovia	SI
Rete ferroviaria nell'area?	SI
Presenza di un cammino o percorso che unisce gli attrattori	SI
Messa in rete attrattori tramite riconoscimenti o altre forme di coordinamento	SI
Siti Unesco	SI
Iniziative di comunicazione o informazione specifiche per il circuito	SI
Eventi di circuito	SI
Sito internet unico per il circuito con gli attrattori e le informazioni per il turista	SI
Piano di sviluppo/gestione che prevede l'adozione di politiche di sostenibilità	SI

## Livello di maturità del circuito turistico

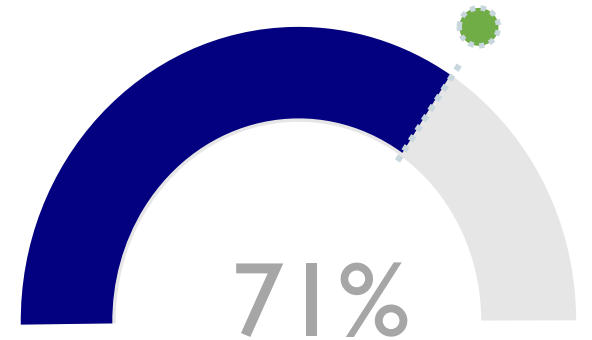
Il circuito «**Cammino Romea Strata - diramazione Tarvisio**» e i suoi attrattori hanno ottenuto un risultato complessivo di valutazione **ottimo, pari al 71%**.

Questo esito è frutto non solo dell'elevato livello di sviluppo del circuito, ma anche della coerenza degli attrattori selezionati in relazione al tematismo individuato.

Nel dettaglio, il circuito nel suo insieme ha raggiunto la **valutazione molto buona**, rispondendo positivamente a tutti gli indicatori previsti. Elementi come la presenza di un meccanismo di gestione strutturato, un sito web accessibile, il coordinamento tra gli attrattori e l'organizzazione di eventi specifici rappresentano fattori chiave per lo sviluppo a lungo termine, garantendo al contempo il costante rafforzamento e l'adattamento del circuito alle evoluzioni del mercato.

Anche gli attrattori presentano un **buon livello di sviluppo**, sebbene emergano alcuni aspetti da migliorare, in particolare l'omogeneizzazione dell'accessibilità e del grado di esperienze offerte.

In questa prospettiva, la **Camera di Commercio** può svolgere un ruolo strategico, sostenendo la promozione e la comunicazione del tratto del Cammino che parte da Tarvisio e favorendo una valorizzazione mirata degli attrattori selezionati. In tal modo sarà possibile intercettare non solo i pellegrini diretti a Roma, ma anche i visitatori interessati a percorrere tratti più brevi, ma ugualmente ricchi di valore storico e culturale.



## Action plan



### ACCESSIBILITA'

Il livello di accessibilità degli attrattori presenta alcune differenze, soprattutto sul piano dell'accessibilità digitale. Attualmente il sito di riferimento è dedicato all'intera Via Romea Strata, con un focus limitato sullo specifico tratto di interesse. In prospettiva, potrebbe essere interessante sviluppare azioni di valorizzazione mirata del percorso di competenza delle Camere di Commercio, coinvolgendo DMO o DMC territoriali. In questo modo si favorirebbe una comunicazione più immediata e si offrirebbe ai visitatori un'esperienza di visita ancora più completa e adatta a un pubblico diversificato.



### ESPERIENZA

Il livello di esperienzialità degli attrattori è complessivamente buono e arricchito da diversi strumenti di valorizzazione: la presenza di canali social costantemente aggiornati, la possibilità di partecipare a visite guidate, nonché l'offerta di pannelli informativi e di installazioni multimediali innovative – come nel caso del Museo Archeologico di Altino – contribuiscono a rendere l'esperienza di visita più coinvolgente e accessibile a pubblici differenti. Rimane comunque interessante lavorare per rendere le proposte più omogenee lungo l'intero percorso.



### ALTRE VARIABILI

Un'ulteriore area di sviluppo riguarda la definizione di strategie di promozione e comunicazione mirate sul tratto di competenza delle Camere di Commercio. Il coinvolgimento di DMO e DMC territoriali consentirebbe di valorizzare in modo più efficace gli attrattori locali, favorendo al contempo una comunicazione chiara e immediata verso il pubblico.

In parallelo, la creazione di pacchetti turistici integrati, calibrati su target diversi (pellegrini, famiglie, scuole, visitatori internazionali), permetterebbe di ampliare la domanda e di offrire un'esperienza di visita più strutturata, completa e accessibile.

REPORT DI VALUTAZIONE CIRCUITO

# CAMMINO ROMEA GERMANICA



Un antico itinerario di pellegrinaggio che oggi diventa occasione di valorizzazione culturale, identitaria e turistica per il Veneto



Le Camere di Commercio **VICENZA PADOVA VENEZIA - ROVIGO** hanno proposto un circuito che si sviluppa lungo la **Romea Germanica**, antico itinerario di pellegrinaggio che collegava il Nord Europa a Roma attraversando Germania, Austria e Italia.

Il progetto non si caratterizza soltanto per la coerenza con il **piano di sviluppo regionale**, ma anche per la sua forte valenza nella valorizzazione dell'identità locale. Il percorso, infatti, attraversa territori di straordinario pregio artistico, storico e naturalistico, offrendo l'occasione di riscoprire una parte fondamentale delle radici culturali dell'Europa.

Nel **2025** il circuito assumerà un rilievo ancora maggiore in virtù **dell'anno giubilare**, rappresentando un'opportunità privilegiata per promuovere il patrimonio artistico e spirituale del Veneto a livello nazionale e internazionale.

## Un antico itinerario di pellegrinaggio che oggi diventa occasione di valorizzazione culturale, identitaria e turistica per il Veneto



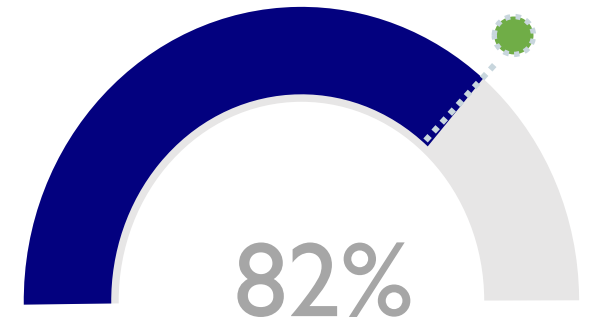
Organismo di gestione dedicato	SI
Presenza di una ciclabile/ciclovia	SI
Rete ferroviaria nell'area?	SI
Presenza di un cammino o percorso che unisce gli attrattori	SI
Messa in rete attrattori tramite riconoscimenti o altre forme di coordinamento	SI
Siti Unesco	SI
Iniziative di comunicazione o informazione specifiche per il circuito	SI
Eventi di circuito	SI
Sito internet unico per il circuito con gli attrattori e le informazioni per il turista	SI
Piano di sviluppo/gestione che prevede l'adozione di politiche di sostenibilità	SI

## Livello di maturità del circuito turistico

Il circuito «**Cammino Romea Germanica**» e i suoi attrattori hanno ottenuto una valutazione complessiva molto positiva, **pari all'82%**. Un risultato che riflette non solo l'elevato livello di sviluppo del percorso, ma anche la coerenza degli attrattori selezionati rispetto al tematismo individuato.

Nel dettaglio, il **circuito** ha raggiunto la valutazione massima, dimostrando piena rispondenza a tutti gli indicatori previsti. Tra i fattori chiave emergono la presenza di un **meccanismo di gestione strutturato**, un **sito web accessibile e aggiornato** ed il coordinamento tra i vari attrattori tutti elementi fondamentali per uno sviluppo duraturo e capace di adattarsi alle evoluzioni del mercato. Ulteriori punti di forza sono rappresentati dalla possibilità di **scaricare tracce gpx** e dalla disponibilità di pagine web dedicate alle singole tappe del percorso, strumenti che agevolano l'esperienza del visitatore e rendono il Cammino una proposta trasversale: al tempo stesso via di pellegrinaggio e occasione di valorizzazione di un turismo culturale sostenibile.

In questa prospettiva, la Camera di Commercio può sostenere nella realizzazione di ulteriori azioni di promozione e comunicazione del tratto della Romea Germanica che attraversa i territori di Vicenza, Padova e Rovigo, con l'obiettivo di intercettare mercati specifici e accrescere la notorietà del circuito.



## Action plan



### ACCESSIBILITA'

Il grado di **accessibilità degli attrattori risulta elevato**, sia sul piano fisico sia su quello digitale, rappresentando un elemento chiave per garantire una fruizione agevole del circuito. Le **informazioni sono facilmente reperibili** dal pubblico e la presenza di un sito di circuito dedicato, che include anche la tappa tra Vicenza, Padova e Rovigo, contribuisce a rafforzare ulteriormente l'accessibilità e la chiarezza dei contenuti, migliorando l'esperienza complessiva del visitatore.



### ESPERIENZA

L'esperienzialità del **circuito** si distingue per la possibilità di scaricare tracce gpx che facilitano l'organizzazione del percorso e per la **coerenza degli attrattori** selezionati con il tematismo spirituale e culturale del Cammino. Il livello di **coinvolgimento** offerto dagli attrattori è molto elevato, grazie alla presenza di profili social aggiornati e di servizi adeguati per i turisti, che spaziano dal personale di presidio ai pannelli informativi, garantendo così un'esperienza completa e di qualità.



### ALTRE VARIABILI

L'inserimento di **attrattori enogastronomici** può rappresentare un'azione strategica per aumentare il coinvolgimento dei turisti e rafforzare il grado complessivo di esperienzialità del percorso. La **creazione di un'offerta commerciale articolata** in pacchetti tematici che uniscano **arte, natura ed enogastronomia**, inoltre, costituisce un ulteriore elemento di sviluppo del territorio, favorendo la messa in rete degli operatori locali attorno al percorso.

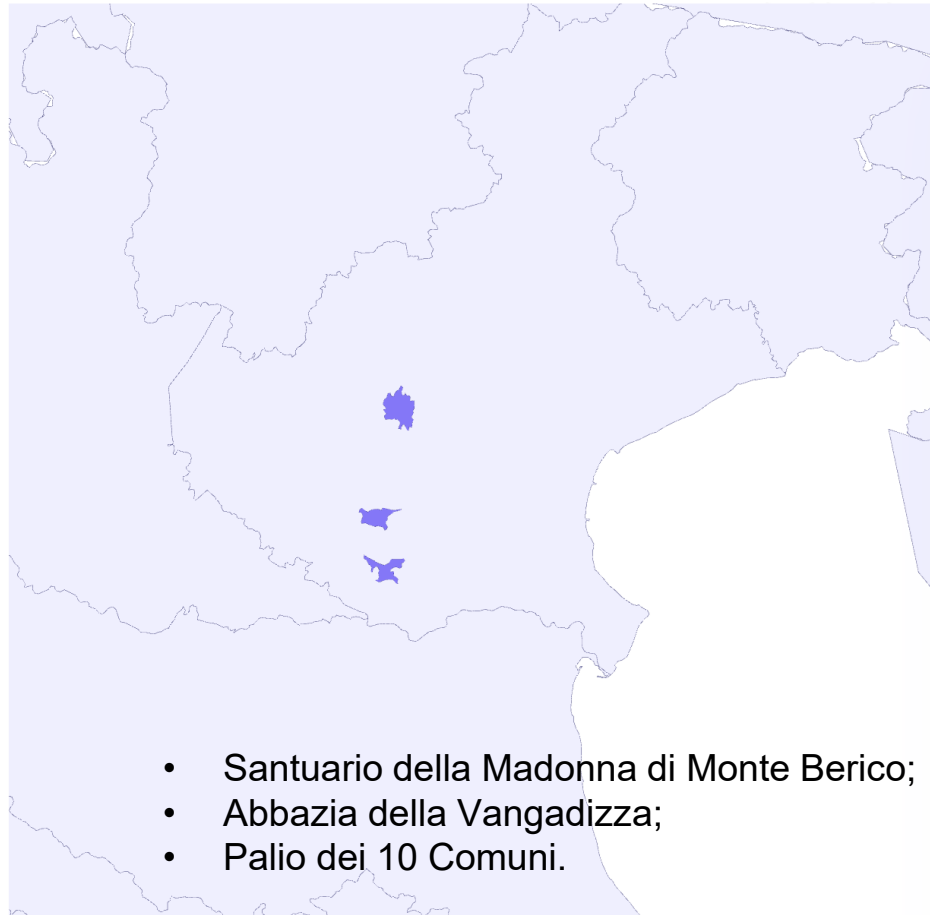
REPORT DI VALUTAZIONE CIRCUITO

# CAMMINO ROMEA STRATA

Diramazione Resia



## Un antico itinerario di pellegrinaggio che oggi diventa occasione di valorizzazione culturale, identitaria e turistica per il Veneto

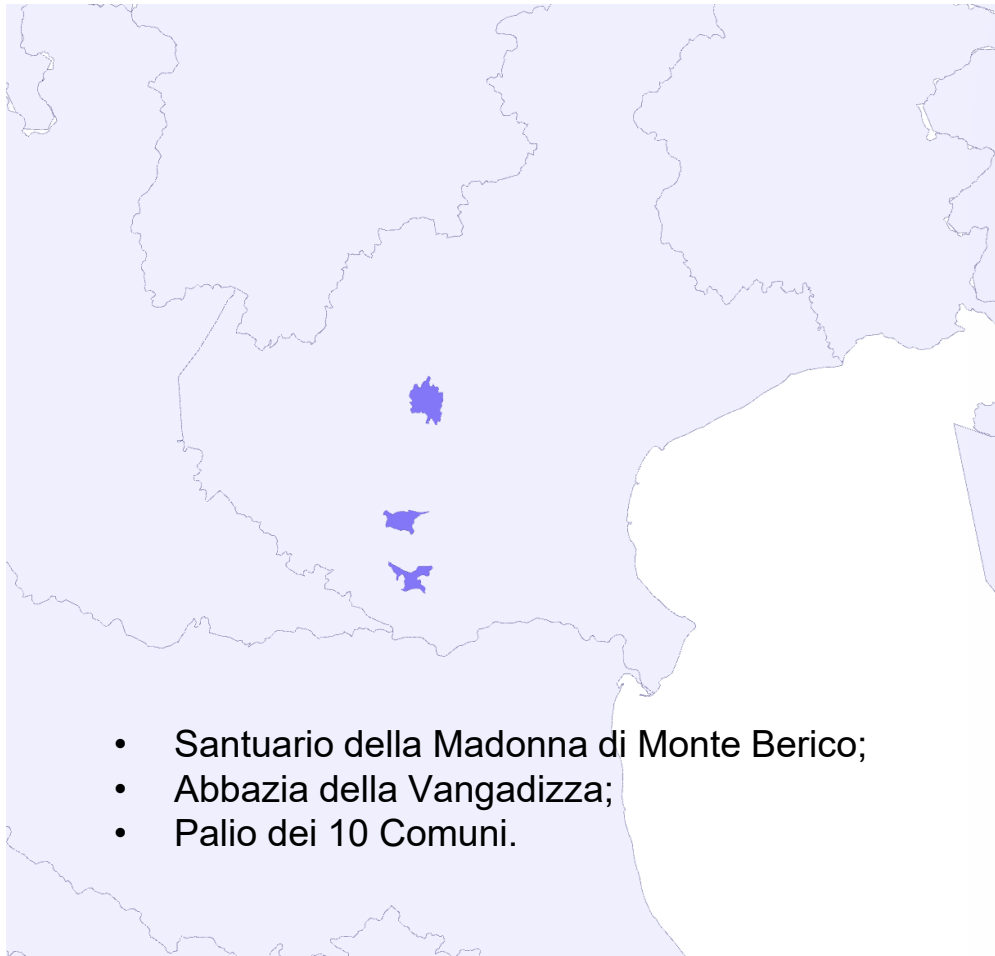


Le **Camere di Commercio** **Vicenza, Padova, Venezia- Rovigo** hanno proposto un circuito lungo la Romea Strata, concentrandosi sulla diramazione di Resia.

Questo percorso storico parte dal Passo Resia, al confine con l'Austria, e si sviluppa per circa 180 km fino a Bassano del Grappa, in provincia di Vicenza. Fa parte di un più ampio sistema di vie che, sin dal Medioevo, conducevano i pellegrini verso Roma.

Il circuito si distingue positivamente non solo per la coerenza con il piano di sviluppo regionale, ma anche per la sua capacità di valorizzare l'identità locale. Il percorso attraversa territori di straordinario pregio artistico, storico e naturalistico, offrendo l'opportunità di riscoprire una parte fondamentale delle radici culturali europee.

## Un antico itinerario di pellegrinaggio che oggi diventa occasione di valorizzazione culturale, identitaria e turistica per il Veneto



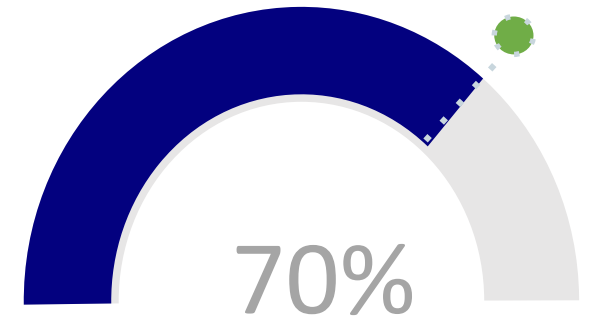
Organismo di gestione dedicato	SI
Presenza di una ciclabile/ciclovia	SI (in parte)
Rete ferroviaria nell'area?	SI
Presenza di un cammino o percorso che unisce gli attrattori	SI
Messa in rete attrattori tramite riconoscimenti o altre forme di coordinamento	SI
Siti Unesco	SI
Iniziative di comunicazione o informazione specifiche per il circuito	SI
Eventi di circuito	SI
Sito internet unico per il circuito con gli attrattori e le informazioni per il turista	SI
Piano di sviluppo/gestione che prevede l'adozione di politiche di sostenibilità	SI

## Livello di maturità del circuito turistico

Il circuito «**Cammino Romea Strata – Diramazione Resia**» e i suoi attrattori hanno ottenuto una valutazione complessiva molto positiva, **pari al 70%**. Un risultato che riflette non solo l'elevato livello di sviluppo del percorso, ma anche la coerenza degli attrattori selezionati rispetto al tematismo individuato.

Nel dettaglio, il **circuito** ha raggiunto la valutazione massima, dimostrando piena rispondenza a tutti gli indicatori previsti. Tra i fattori chiave emergono la presenza di un **meccanismo di gestione strutturato**, un **sito web accessibile e aggiornato** ed il coordinamento tra i vari attrattori tutti elementi fondamentali per uno sviluppo duraturo e capace di adattarsi alle evoluzioni del mercato.

In questa prospettiva, la **Camera di Commercio** può svolgere un ruolo strategico, sostenendo la promozione e la comunicazione del tratto e favorendo una valorizzazione mirata degli attrattori selezionati. In tal modo sarà possibile intercettare non solo i pellegrini diretti a Roma, ma anche i visitatori interessati a percorrere tratti più brevi, ma ugualmente ricchi di valore storico e culturale.



## Action plan



### ACCESSIBILITA'

Il livello di accessibilità degli attrattori presenta alcune differenze, soprattutto sul piano dell'accessibilità digitale. Attualmente il sito di riferimento è dedicato all'intera Via Romea Strata, con un focus limitato sullo specifico tratto di interesse. In prospettiva, potrebbe essere interessante sviluppare azioni di valorizzazione mirata del percorso di competenza delle Camere di Commercio, coinvolgendo DMO o DMC territoriali. In questo modo si favorirebbe una comunicazione più immediata e si offrirebbe ai visitatori un'esperienza di visita ancora più completa e adatta a un pubblico diversificato.



### ESPERIENZA

Il grado generale risulta buono, ma può essere reso più omogeneo, in particolare per quanto riguarda la presenza e il regolare aggiornamento dei canali social. Sarebbe opportuno valorizzare la presenza di un evento legato al circuito, che potrebbe aumentare il livello di organizzazione e di integrazione complessiva, offrendo attività aggiuntive in grado di catturare l'attenzione dei visitatori. All'interno dell'evento, inoltre, si potrebbero prevedere iniziative mirate a migliorare l'inclusione di persone con disabilità sensoriali e cognitive, contribuendo a elevare il grado di esperienzialità complessiva del percorso.



### ALTRE VARIABILI

Un'ulteriore area di sviluppo riguarda la definizione di strategie di promozione e comunicazione mirate sul tratto di competenza delle Camere di Commercio. Il coinvolgimento di DMO e DMC territoriali consentirebbe di valorizzare in modo più efficace gli attrattori locali, favorendo al contempo una comunicazione chiara e immediata verso il pubblico.

In parallelo, la creazione di pacchetti turistici integrati, calibrati su target diversi (pellegrini, famiglie, scuole, visitatori internazionali), permetterebbe di ampliare la domanda e di offrire un'esperienza di visita più strutturata, completa e accessibile.

REPORT DI VALUTAZIONE CIRCUITO

# BORGHI BANDIERA ARANCIONE



## I Borghi Bandiera Arancione del Veneto: un viaggio tra storia, paesaggio e tradizione



Le Camere di Commercio **di Padova, Treviso-Belluno, Verona e Vicenza** hanno collaborato alla creazione di un percorso dedicato alla messa in rete dei borghi più belli del territorio, riconosciuti con la Bandiera Arancione del Touring Club Italiano.

Il circuito raccoglie infatti i borghi veneti insigniti di questo prestigioso riconoscimento, che premia le località capaci di distinguersi per il patrimonio storico, la qualità dell'accoglienza e la cura del territorio.

Il progetto si caratterizza per una visione trasversale, che integra la bellezza architettonica e paesaggistica dei borghi con il patrimonio enogastronomico, museale e immateriale, arricchito da eventi e manifestazioni che animano il territorio. In questo modo, il circuito diventa uno strumento efficace per la promozione culturale e turistica del Veneto.

## I Borghi Bandiera Arancione del Veneto: un viaggio tra storia, paesaggio e tradizione



Organismo di gestione dedicato	<b>NO</b>
Presenza di una ciclabile/ciclovia	<b>NO</b>
Rete ferroviaria nell'area?	<b>SI</b>
Presenza di un cammino o percorso che unisce gli attrattori	<b>NO</b>
Messa in rete attrattori tramite riconoscimenti o altre forme di coordinamento	<b>SI</b>
Siti Unesco	<b>SI</b>
Iniziative di comunicazione o informazione specifiche per il circuito	<b>NO</b>
Eventi di circuito	<b>NO</b>
Sito internet unico per il circuito con gli attrattori e le informazioni per il turista	<b>NO</b>
Piano di sviluppo/gestione che prevede l'adozione di politiche di sostenibilità	<b>NO</b>

## Livello di maturità del circuito turistico

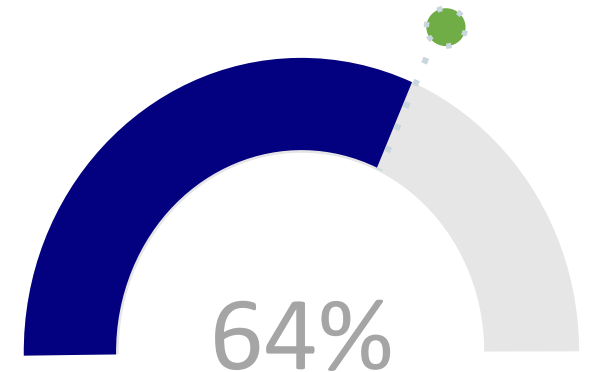
Il risultato generale della valutazione del circuito «**Borghi Bandiera Arancione** » e dei suoi attrattori è pari al 64%.

Si tratta di un buon risultato , che tuttavia, alla luce della qualità degli attrattori selezionati e del tematismo scelto, evidenzia **alcuni margini di miglioramento**, in particolare si segnalano:

- l'assenza di un **organismo di gestione**;
- la mancanza di un **percorso di collegamento** (ad esempio una ciclovia);
- l'assenza di **iniziative di circuito** e di un **sito internet unitario**, che possa fornire al turista informazioni utili per pianificare il viaggio una volta giunto a destinazione.

La presenza della certificazione Bandiera Arancione rappresenta un'importante leva di attrattività. Attraverso un'adeguata valorizzazione, infatti, è possibile accrescere non solo il richiamo turistico complessivo del circuito, ma anche la conoscenza degli altri attrattori, materiali e immateriali, individuati lungo il percorso.

In questa prospettiva, la **Camera di Commercio** può assumere un ruolo chiave, sostenendo la **costruzione del circuito** e rafforzandone le attività di **comunicazione e promozione** verso un pubblico sia nazionale sia internazionale.



## Action plan



### ACCESSIBILITA'

Il livello di accessibilità degli attrattori risulta complessivamente buono, ma presenta una certa disomogeneità, sia per quanto riguarda l'accessibilità fisica sia quella digitale. In particolare, sul fronte digitale, va segnalata l'assenza di pagine in inglese sul sito web di alcuni eventi e dei Serrai di Sottoguda, attrattore naturalistico di rilievo.

Tra gli aspetti positivi, si evidenzia la presenza di sistemi di bigliettazione agevolata presso gli attrattori culturali, applicabili sia ai beni facenti parte del circuito sia a particolari categorie di visitatori, a supporto di un'esperienza più inclusiva e fruibile.



### ESPERIENZA

Per quanto riguarda l'esperienzialità, si osserva qualche disomogeneità tra gli attrattori: le pagine social, strumenti preziosi sia per fornire informazioni sia per favorire l'interazione e la condivisione con gli utenti, non sono ancora presenti in tutti i casi.

Tra gli aspetti positivi, va sottolineata l'ottima organizzazione dell'attrattore naturalistico, che offre un'ampia varietà di attività in loco, adatte a diversi tipi di visitatori. Particolarmente apprezzabili sono anche le iniziative di valorizzazione degli attrattori culturali, che contribuiscono a rendere il percorso più coinvolgente e a rafforzarne l'attrattiva complessiva.



### ALTRE VARIABILI

La creazione di un sistema di gestione integrato permetterebbe di aumentare significativamente il grado di omogeneità e coerenza dell'offerta, coordinando le informazioni, i servizi e le attività disponibili lungo il percorso. Un sistema di questo tipo potrebbe sfruttare in modo strategico i premi e i riconoscimenti ottenuti dagli attrattori selezionati, trasformandoli in strumenti di comunicazione e attrazione turistica.

Inoltre, un approccio integrato favorirebbe la promozione coordinata delle diverse tappe, migliorando l'esperienza complessiva dei visitatori e valorizzando al meglio le specificità locali, sia culturali che naturalistiche. La gestione centralizzata potrebbe anche facilitare l'organizzazione di eventi e iniziative comuni, incentivando la partecipazione e l'interazione con il pubblico, rafforzando così l'identità del circuito e la sua attrattiva a livello regionale, nazionale e internazionale.

REPORT DI VALUTAZIONE CIRCUITO

# CIRCUITO GARDA VENEZIA



## La ciclovia Garda Venezia per scoprire il ricco patrimonio artistico, culturale e naturalistico tra Verona, Vicenza, Padova e Venezia



Il "**circuito Garda Venezia**" è un percorso ciclabile che collega il Lago di Garda con Venezia, offrendo un itinerario che attraversa diverse città e paesaggi del Veneto. Questo percorso, lungo circa 140 km, è considerato di elevata valenza turistica e permette di scoprire la ricchezza di storia e tradizioni delle zone attraversate. Il circuito, con partenza da Garda, si snoda lungo le piste ciclabili che collegano il Trentino al Veneto, seguendo il corso dei fiumi Adige, Bacchiglione e Brenta.

Questo percorso ciclabile permette di esplorare città come **Verona, Vicenza, Padova e Venezia**. In particolare, si attraversano zone famose per i vini Bardolino e Valpolicella, e si possono ammirare le ville palladiane nel tratto tra Vicenza e Padova. Il percorso termina a Venezia, offrendo la possibilità di scoprire la città lagunare.

## La ciclovia Garda Venezia per scoprire il ricco patrimonio artistico, culturale e naturalistico tra Verona, Vicenza, Padova e Venezia

- Arena di Verona Opera Festival
- Villa Almerico Capra
- Museo Nazionale Villa Pisani
- Basilica Sant'Antonio di Padova



Organismo di gestione dedicato

**SI**

Presenza di una ciclabile/ciclovia

**SI**

Rete ferroviaria nell'area?

**SI**

Presenza di un cammino o percorso che unisce gli attrattori

**SI**

Messa in rete attrattori tramite riconoscimenti o altre forme di coordinamento

**SI**

Siti Unesco

**SI**

Iniziative di comunicazione o informazione specifiche per il circuito

**SI**

Eventi di circuito

**SI**

Sito internet unico per il circuito con gli attrattori e le informazioni per il turista

**NO**

Piano di sviluppo/gestione che prevede l'adozione di politiche di sostenibilità

**SI**

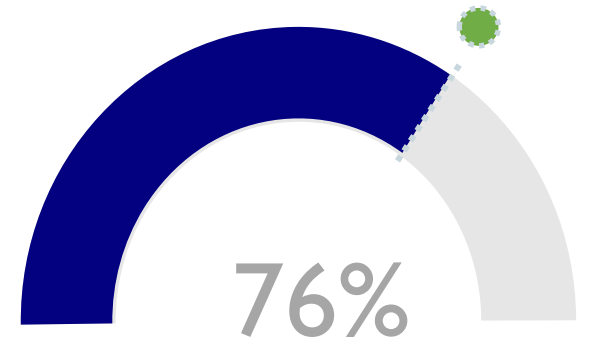
## Livello di maturità del circuito turistico

Il circuito «**Garda Venezia**» è un itinerario ciclabile che collega i percorsi del Trentino-Alto Adige con quelli del Veneto, offrendo una panoramica unica sulla ricchezza e la varietà degli attrattori presenti lungo il tracciato. La valutazione complessiva riflette questa qualità, con un esito particolarmente positivo pari al **76%**.

Il risultato deriva non solo dall'alto livello di sviluppo infrastrutturale del circuito, ma anche dal valore degli attrattori selezionati, capaci di arricchire l'esperienza del cicloturista combinando la dimensione **active** con attività culturali di grande interesse.

Nel dettaglio, il percorso ha ottenuto la valutazione massima, rispondendo in maniera soddisfacente a tutti gli indicatori previsti. Tra i punti di forza emergono la presenza di un meccanismo di gestione strutturato, un sito web accessibile ed il coordinamento tra gli attrattori sfruttando la ciclabile. L'inserimento del circuito nella **DMO regionale** è indice del grado di rispondenza del percorso scelto alle linee di sviluppo regionali, anche con l'obiettivo di promuovere una forma di turismo più sostenibile sul territorio.

Questi elementi si rivelano fondamentali per garantire lo sviluppo a lungo termine, favorendo al contempo un continuo rafforzamento e un adattamento del circuito alle evoluzioni del mercato



## Action plan



### ACCESSIBILITA'

Si evidenzia un **ottimo livello di accessibilità digitale**, grazie alla presenza di un sito internet dedicato al circuito e di pagine specifiche per i singoli attrattori. L'**accessibilità fisica**, invece, presenta ancora margini di miglioramento: in alcuni luoghi sarebbe utile integrare parcheggi riservati alle persone con disabilità, oltre a percorsi e servizi dedicati, così da garantire un'esperienza realmente inclusiva.



### ESPERIENZA

L'**esperienzialità del circuito** si caratterizza per la possibilità di scaricare le tracce **GPX** direttamente dal sito della **DMO regionale**, semplificando l'organizzazione del viaggio. I focus dedicati alle diverse tappe rappresentano inoltre un ulteriore strumento utile, che rende il percorso fruibile non solo dai turisti ma anche dalla cittadinanza, con ricadute positive sia a livello **ambientale** sia **sociale**.

Un ruolo determinante è svolto dalla ricca **offerta culturale**, sia materiale che immateriale: dall'**Arena di Verona** alle opere **palladiane**, fino alla **Basilica di Sant'Antonio a Padova**. Questi elementi consentono di trasformare la ciclovia da semplice percorso outdoor in un vero e proprio **sistema di collegamento tra attrattori**, capace di intrecciare natura, paesaggio e patrimonio storico-artistico del Veneto.



### ALTRE VARIABILI

Un elemento di particolare valore all'interno del circuito è rappresentato dalla presenza di **due siti UNESCO (Arena di Verona e la Basilica di Sant'Antonio a Padova)** che costituiscono poli di forte attrattiva sia per il pubblico nazionale sia per quello internazionale.

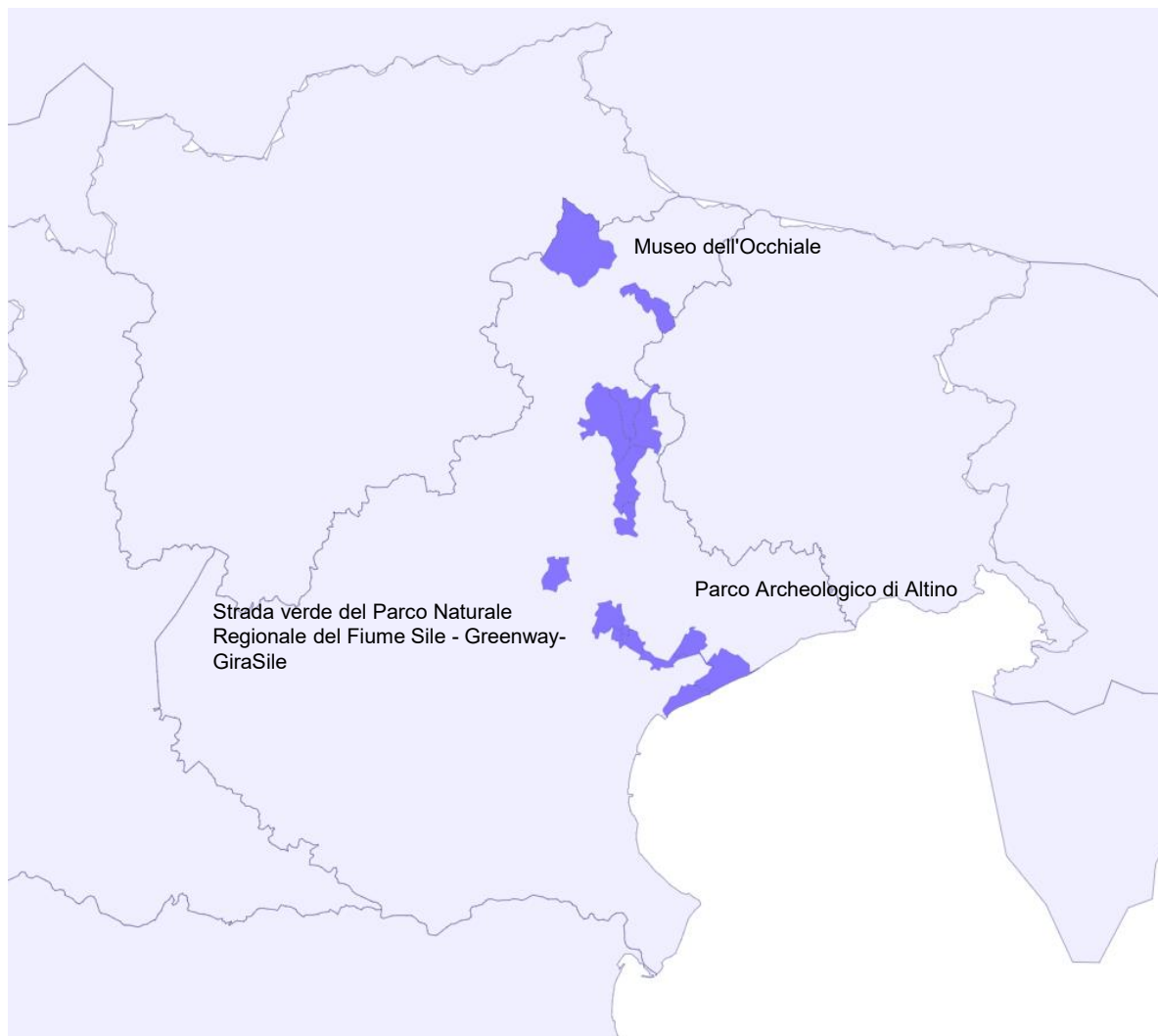
La ciclovia si configura inoltre come un **asse strategico per lo sviluppo della sostenibilità territoriale**, grazie alla sua capacità di promuovere forme di **mobilità lenta**, in grado di coniugare rispetto per l'ambiente, valorizzazione paesaggistica e fruizione consapevole del patrimonio culturale.

REPORT DI VALUTAZIONE CIRCUITO

## DOLOMITI - VENEZIA



## Dalle Dolomiti alla Laguna di Venezia, un itinerario tra natura, borghi e paesaggi d'acqua

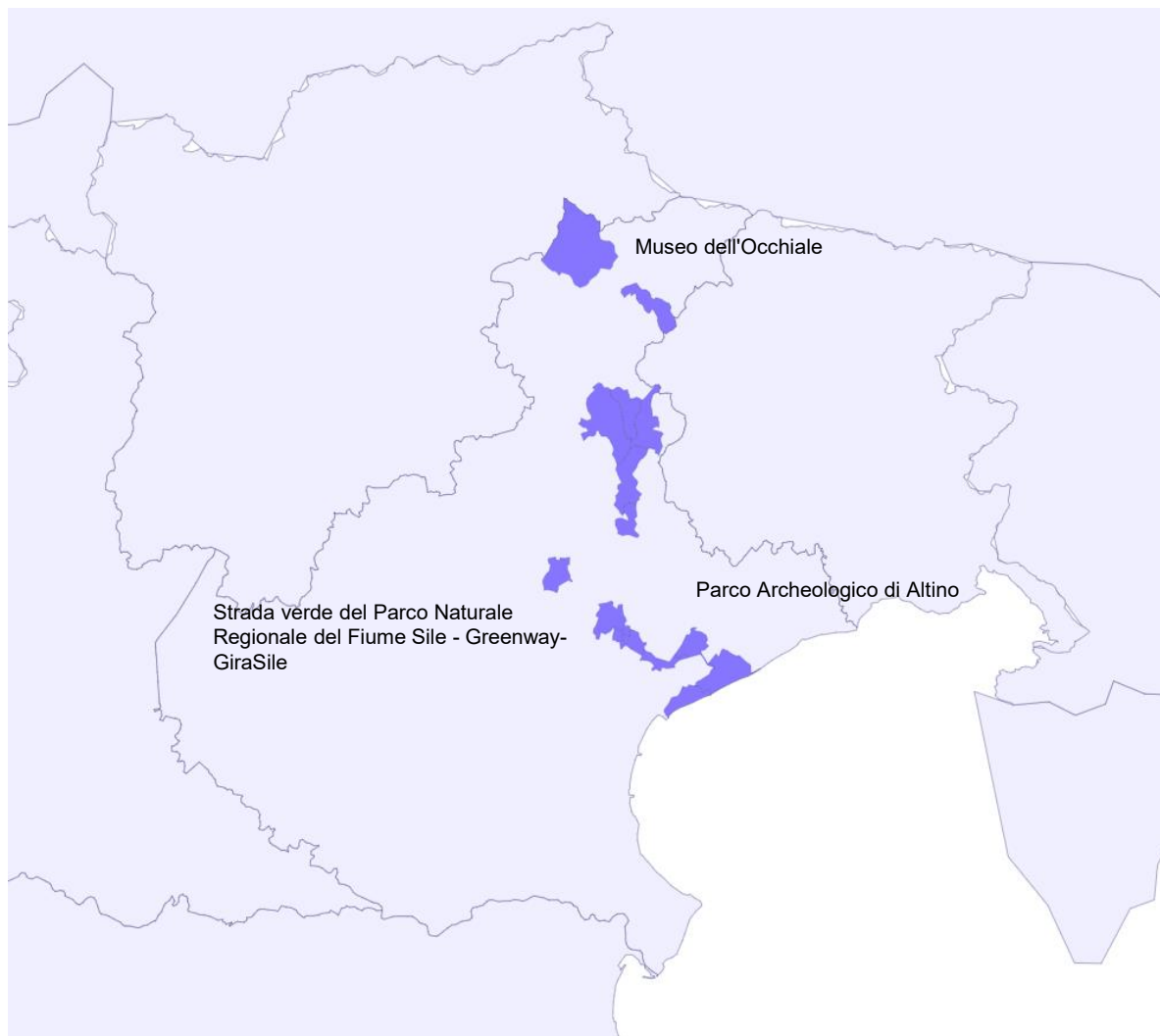


Le Camere di **Commercio Treviso-Belluno e Venezia-Rovigo** ha scelto di valorizzare il territorio montano e lagunare attraverso la proposta di un percorso inedito che unisce natura, sport e cultura. L'iniziativa si inserisce nelle strategie regionali di promozione del turismo lento e sostenibile, in cui la mobilità dolce e le ciclovie rappresentano strumenti capaci di coniugare scoperta paesaggistica e benessere psico-fisico.

L'individuazione di questo itinerario, che si snoda **dai rocciosi paesaggi delle Dolomiti a quelli pianeggianti della Laguna di Venezia**, racconta la ricchezza e la varietà del patrimonio locale. Si parte da **Cortina d'Ampezzo**, la perla delle Dolomiti Patrimonio Unesco, lungo la pista ciclabile ricavata da un'ex ferrovia, tra boschi e cime, in facile discesa attraverso i borghi del Cadore. Giunti a **Belluno**, il cammino prosegue verso la **Foresta del Cansiglio** e il **Lago di Santa Croce**, punti di straordinario valore naturalistico.

Questo percorso diventa così un filo conduttore tra montagne, borghi e paesaggi d'acqua, capace di restituire l'identità profonda di un territorio che vive del legame tra natura e cultura, e che trova nel turismo lento un'occasione di valorizzazione sostenibile.

## Dalle Dolomiti alla Laguna di Venezia, un itinerario tra natura, borghi e paesaggi d'acqua



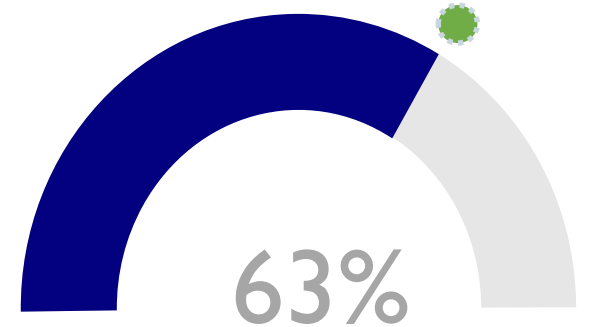
Il circuito dispone di un organismo di gestione dedicato?	NO
Il circuito vede la presenza di una ciclabile/ciclovia?	SI
È presente una rete ferroviaria nell'area?	SI
Gli attrattori sono uniti da un cammino o da un percorso?	SI
Gli attrattori sono messi in rete tramite riconoscimenti o altre forme di coordinamento?	NO
All'interno del circuito sono presenti siti Unesco?	SI
Sono presenti iniziative di comunicazione o informazione al pubblico specifiche per il circuito?	SI
Esistono eventi di circuito?	NO
Esiste un sito internet unico per il circuito con gli attrattori e le informazioni per il turista?	NO
Esiste un piano di sviluppo/gestione che prevede l'adozione di politiche di sostenibilità?	SI

## Livello di maturità del circuito turistico

Il circuito **Dolomiti-Venezia** si colloca a un livello di maturità intermedio, con una valutazione complessiva pari a circa il **63%**. L'iniziativa si distingue per l'elevata attrattività dei contesti attraversati: la presenza di una ciclovia attrezzata e di collegamenti ferroviari, unita a un percorso unitario che dalle Dolomiti conduce fino alla Laguna di Venezia, costituisce un punto di forza determinante. A ciò si aggiungono la rilevanza paesaggistica, naturalistica e culturale degli attrattori coinvolti, tra cui un sito riconosciuto come **Patrimonio Unesco**, che conferiscono all'itinerario un alto potenziale di fruizione turistica e una chiara coerenza con le politiche regionali in materia di turismo sportivo e lento. Il circuito si caratterizza inoltre per la predisposizione di un piano di sviluppo orientato alla sostenibilità e per la presenza di alcune iniziative di comunicazione e informazione, che contribuiscono a sostenerne la visibilità. Un organismo di gestione dedicato, un sito internet unico e di eventi espressamente collegati, potrebbe consolidare un'identità distintiva e garantire una governance integrata, rafforzando la capacità di promozione e valorizzazione complessiva.

Da rafforzare il livello di coordinamento tra attrattori.

In sintesi, il circuito Dolomiti-Venezia presenta basi solide e un'elevata riconoscibilità territoriale, ma necessita di ulteriori azioni per rafforzarne la maturità complessiva. Il consolidamento di strumenti di governance, l'attivazione di strategie di comunicazione unitarie e lo sviluppo di iniziative comuni rappresentano i passaggi fondamentali per garantire al progetto una maggiore competitività e una più efficace valorizzazione turistica a livello regionale, nazionale e internazionale.



## Action plan



### ACCESSIBILITA'

Il livello di accessibilità del circuito Dolomiti–Venezia si presenta disomogeneo, con differenze significative tra gli attrattori di carattere culturale e quelli naturalistici. La **Strada Verde del Parco del Sile** si configura come un esempio virtuoso: ben raggiungibile con i mezzi pubblici, dotata di parcheggi, aree di sosta e segnaletica sentieristica, garantisce un accesso semplice e diretto ai visitatori. Più problematico è il caso del **Museo dell'Occhiale di Pieve di Cadore** e del **Parco Archeologico di Altino**, che pur assicurando servizi di base come l'apertura regolare, i servizi igienici, il personale di presidio e la presenza di pannelli informativi, non sempre garantiscono piena accessibilità alle persone con disabilità. In particolare, risultano assenti percorsi dedicati, supporti tattili o linguistici e, in generale, rimane ancora limitata la traduzione delle informazioni online, con l'eccezione del Parco del Sile che offre un sito multilingue anche in tedesco e francese. Ne emerge dunque un quadro in cui l'accessibilità fisica e informativa è presente ma frammentata, e richiede un coordinamento più organico per definire standard minimi comuni a tutti i poli del circuito.



### ESPERIENZA

Dal punto di vista esperienziale, l'offerta complessiva è ricca e variegata, sebbene non uniforme. Il **Museo dell'Occhiale** propone laboratori per bambini, installazioni multimediali ed eventi di valorizzazione, ma è privo di servizi complementari come bookshop o punto ristoro. Il **Parco del Sile**, al contrario, si distingue per un'esperienza immersiva a stretto contatto con la natura, grazie a percorsi ciclabili e pedonali, attività legate alla produzione e alla vendita di prodotti tipici e una comunicazione social dinamica e aggiornata. Manca tuttavia una struttura organizzata di visite guidate, elemento che ridurrebbe la profondità interpretativa dell'esperienza. Il **Parco Archeologico di Altino** offre probabilmente l'esperienza più completa: accanto alle aree archeologiche e al museo, sono disponibili audioguide in più lingue, eventi divulgativi e attività didattiche, che rendono la visita arricchente anche per famiglie e scuole. Tuttavia, anche in questo caso non sono presenti servizi interni di ristorazione o bookshop, aspetti che limitano la permanenza e la fruizione del sito.



### ALTRE VARIABILI

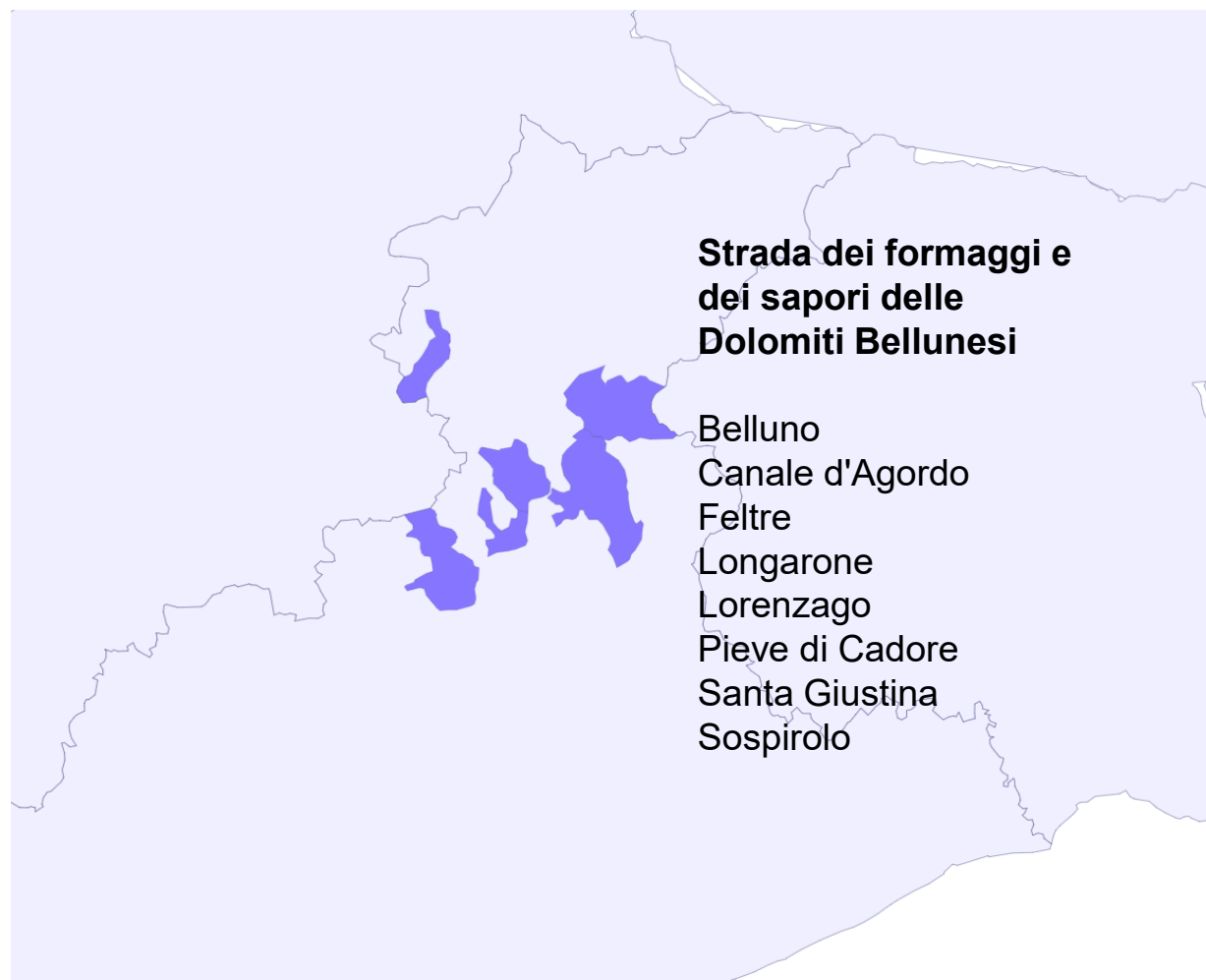
Emergono alcuni elementi trasversali. Tutti gli attrattori analizzati dispongono di una governance chiara, affidata a enti di gestione specifici (fondazioni, musei nazionali o enti parco), fattore che garantisce stabilità e continuità. La comunicazione digitale è in crescita, con profili social attivi e aggiornati, anche se manca ancora un coordinamento unitario che restituisca al visitatore l'idea di un circuito integrato e non solo di singoli poli sparsi sul territorio. In termini di sostenibilità, soltanto il Parco del Sile ha adottato pratiche ambientali visibili, mentre gli altri attrattori non riportano ancora politiche strutturate in questa direzione. La presenza delle Dolomiti, Patrimonio Unesco, costituisce comunque un elemento di prestigio e riconoscibilità internazionale che rafforza l'immagine complessiva del percorso.

REPORT DI VALUTAZIONE CIRCUITO

# STRADA DEI FORMAGGI E DEI SAPORI DELLE E DOLOMITI BELLUNESI



## La Strada dei Formaggi e dei Sapori delle Dolomiti Bellunesi come esperienza autentica di turismo enogastronomico e valorizzazione delle tradizioni alpine”



### Strada dei formaggi e dei sapori delle Dolomiti Bellunesi

Belluno  
Canale d'Agordo  
Feltre  
Longarone  
Lorenzago  
Pieve di Cadore  
Santa Giustina  
Sospirolo

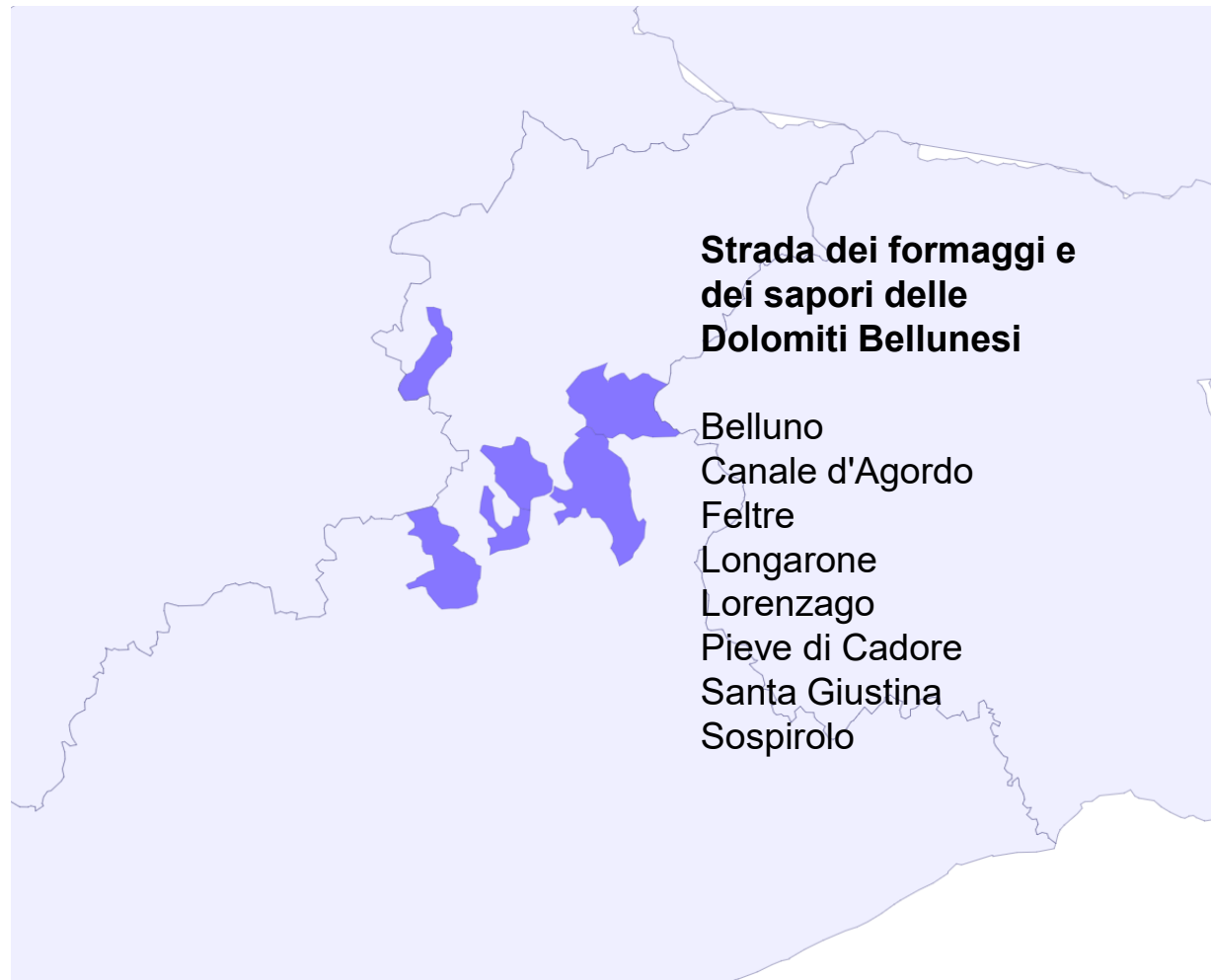
La **Camera di Commercio di Treviso - Belluno** ha scelto di valorizzare un tema fortemente identitario per il territorio: quello dei formaggi e delle produzioni agroalimentari locali, in stretta connessione con il turismo enogastronomico.

La Strada dei Formaggi e dei Sapori delle Dolomiti Bellunesi rappresenta infatti il grande itinerario gastronomico provinciale nel quale confluiscono latterie, malghe, produttori, ristoranti, alberghi, agriturismi, rifugi alpini e i tradizionali “casèi”, le vecchie latterie turnarie oggi trasformate in musei delle antiche tradizioni casearie.

Nata nel 2006, la Strada conta oltre 200 aderenti e persegue la missione di portare in tavola prodotti di qualità e tipici del territorio bellunese. Il percorso comprende 18 formaggi tradizionali, tra cui gemme rare come il Malga Bellunese, il Bastardo del Grappa, il Nevegal, lo Zigher e lo Schiz, oltre a specialità come la Caciotta cipollina, il Gresal e il Civetta. A completare l'offerta, i formaggi biologici come il Cansiglio Biologico e la Latteria Alpagò Biologico.

La scelta di questo circuito si fonda sulla rilevanza del tema per l'identità territoriale. I formaggi e i sapori delle Dolomiti Bellunesi sono un'espressione autentica della tradizione montana e al tempo stesso uno strumento strategico per promuovere turismo enogastronomico, cultura, artigianato e paesaggio, rafforzando così il legame tra comunità locale e visitatori.

## La Strada dei Formaggi e dei Sapori delle Dolomiti Bellunesi come esperienza autentica di turismo enogastronomico e valorizzazione delle tradizioni alpine"



Il circuito dispone di un organismo di gestione dedicato?	NO
Il circuito vede la presenza di una ciclabile/ciclovía?	SI
È presente una rete ferroviaria nell'area?	SI
Gli attrattori sono uniti da un cammino o da un percorso?	NO
Gli attrattori sono messi in rete tramite riconoscimenti o altre forme di coordinamento?	NO
All'interno del circuito sono presenti siti Unesco?	SI
Sono presenti iniziative di comunicazione o informazione al pubblico specifiche per il circuito?	SI
Esistono eventi di circuito?	NO
Esiste un sito internet unico per il circuito con gli attrattori e le informazioni per il turista?	NO
Esiste un piano di sviluppo/gestione che prevede l'adozione di politiche di sostenibilità?	NO

## Livello di maturità del circuito turistico

Il risultato complessivo della valutazione del circuito si attesta al **36%**.

Il punteggio risulta modesto principalmente a causa della frammentazione degli strumenti di comunicazione e della scarsa presenza di elementi unificanti come ad esempio un portale web integrato e una governance formalizzata e attività di promozione coordinate.

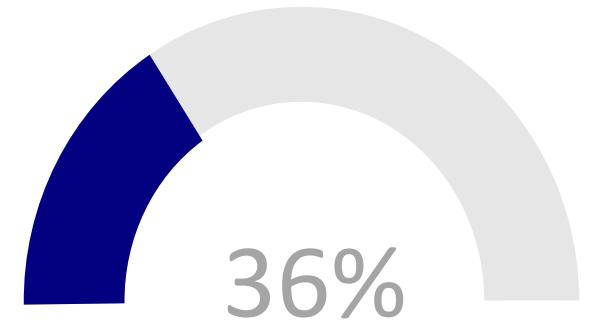
Tuttavia, il livello di sviluppo e qualità dei singoli attrattori è stato giudicato buono, grazie alla forte tradizione casearia e all'elevata varietà di formaggi tipici certificati, che costituiscono un importante punto di forza.

Il circuito presenta un tematismo chiaro e riconoscibile, legato all'identità agroalimentare e montana del Bellunese. Tale specificità lo rende distintivo, ma occorre rafforzare la capacità di narrazione comune e la messa in rete degli operatori coinvolti per aumentarne l'impatto complessivo e la riconoscibilità esterna.

Ad oggi, la Strada non possiede ancora un'identità pienamente strutturata a livello nazionale, ma racchiude un'elevata potenzialità di sviluppo.

Attività strategiche per la valorizzazione:

- favorire la costruzione di un itinerario coerente e integrato, che unisca esperienze enogastronomiche, culturali e naturalistiche;
- promuovere una governance condivisa tra i numerosi aderenti, al fine di coordinare strategie e azioni;
- investire in strumenti di comunicazione digitale e in iniziative promozionali che rafforzino la visibilità e la fruibilità del circuito;
- collaborare con le DMO territoriali e con i soggetti regionali di promozione turistica, per dare maggiore impulso alla valorizzazione dei formaggi e dei sapori delle Dolomiti Bellunesi come prodotto identitario e turistico di eccellenza.



## Action plan



### ACCESSIBILITA'

La valutazione complessiva degli indicatori di accessibilità risulta eterogenea. Per il vino Valpolicella DOC risulta positiva la presenza di un organismo di gestione (Consorzio per la Tutela dei Vini Valpolicella) e di un sito internet multilingue, compreso l'adattamento a lingue extra-europee (giapponese e cinese). Il Palio del Recioto e dell'Amarone e Val Polis Cellae garantiscono una buona accessibilità sotto il profilo della governance e della comunicazione online, resta qualche criticità legata alle barriere architettoniche e alla difficoltà di raggiungibilità in alcuni contesti. In generale, l'accessibilità fisica e l'inclusione sensoriale potrebbero essere rafforzate con investimenti mirati.



### ESPERIENZA

Gli indicatori esperienziali sono nel complesso solidi e ben sviluppati. Il vino Valpolicella DOC dispone di un'ampia presenza sui social (Facebook, Instagram, X, YouTube, LinkedIn), di aggiornamenti regolari e di servizi di conoscenza del prodotto in più lingue. Tuttavia, manca la possibilità di acquistare online esperienze dedicate, aspetto che potrebbe rappresentare un importante valore aggiunto. Gli eventi analizzati – Palio del Recioto e dell'Amarone e Val Polis Cellae – hanno una funzione fondamentale nello storytelling territoriale, rafforzando la narrazione dell'autenticità e della tradizione. Se il Palio ha una connotazione storica e consolidata, capace di attrarre grandi numeri, Val Polis Cellae si presenta come evento diffuso e contemporaneo, legato all'esperienza diretta.



### ALTRE VARIABILI

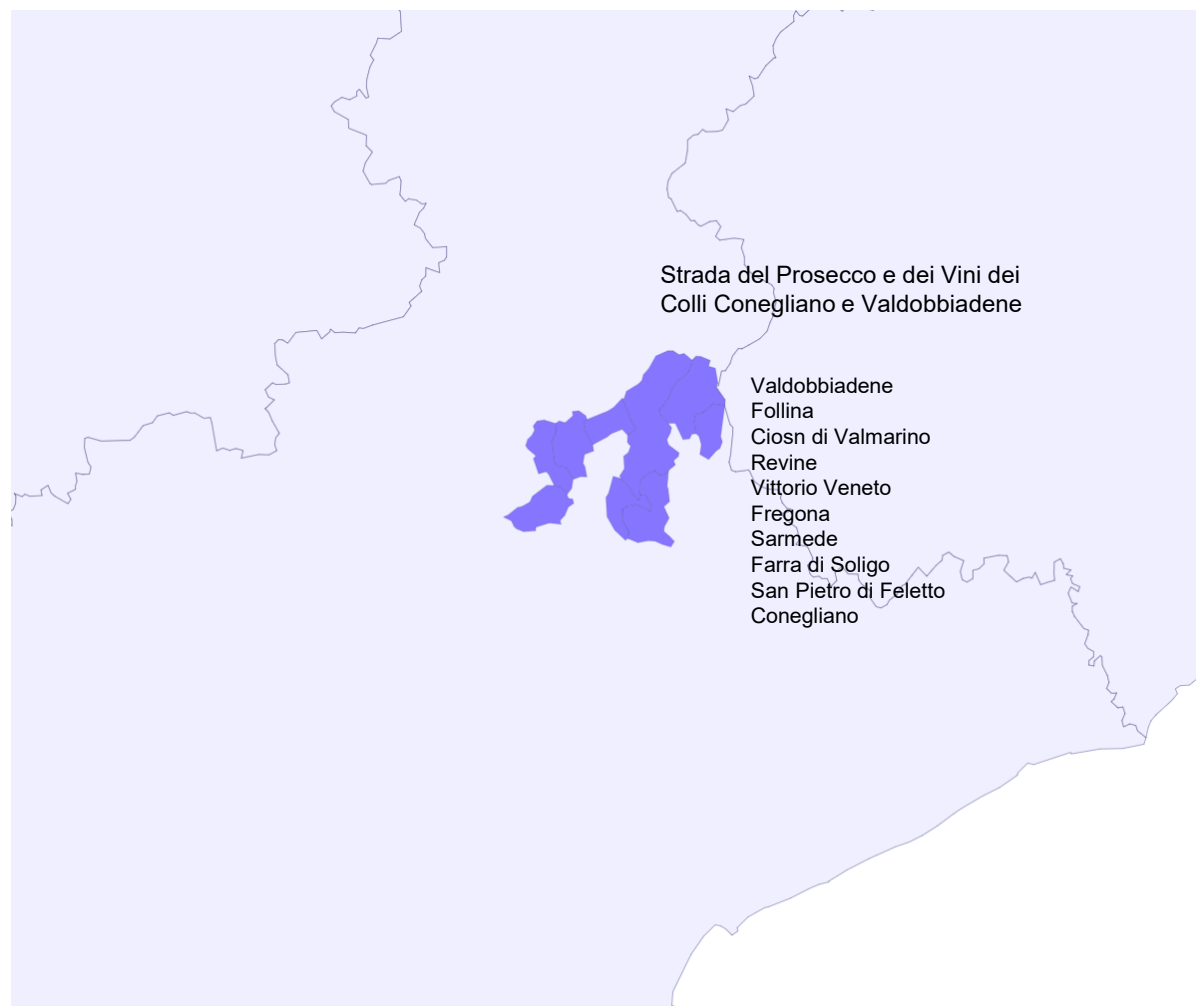
Il vino Valpolicella DOC rappresenta un prodotto fortemente riconoscibile, con certificazioni DOP e IGP, che ne attestano l'eccellenza e rafforzano la percezione di autenticità da parte del consumatore. Un ulteriore punto di forza è l'attenzione crescente verso la sostenibilità ambientale e sociale, grazie a pratiche agricole orientate al biologico e alla valorizzazione delle produzioni autoctone. Questo posizionamento contribuisce a definire la Strada del Vino Valpolicella non solo come percorso enogastronomico, ma come marchio territoriale di qualità, in grado di comunicare valori di responsabilità e cura del territorio.

REPORT DI VALUTAZIONE CIRCUITO

# STRADA DEL PROSECCO E VINI DI CONEGLIANO VALDOBBIADENE



Un territorio di Conegliano Valdobbiadene offre paesaggi vitati di rara suggestione, borghi storici e testimonianze culturali che impreziosiscono il patrimonio enologico e identitario delle colline trevigiane, riconosciute Patrimonio Mondiale UNESCO.



La **Camera di Commercio di Treviso - Belluno** ha scelto di valorizzare il territorio attraverso la proposta di un circuito enoturistico d'eccellenza, la **Strada del Prosecco e Vini dei Colli Conegliano Valdobbiadene**.

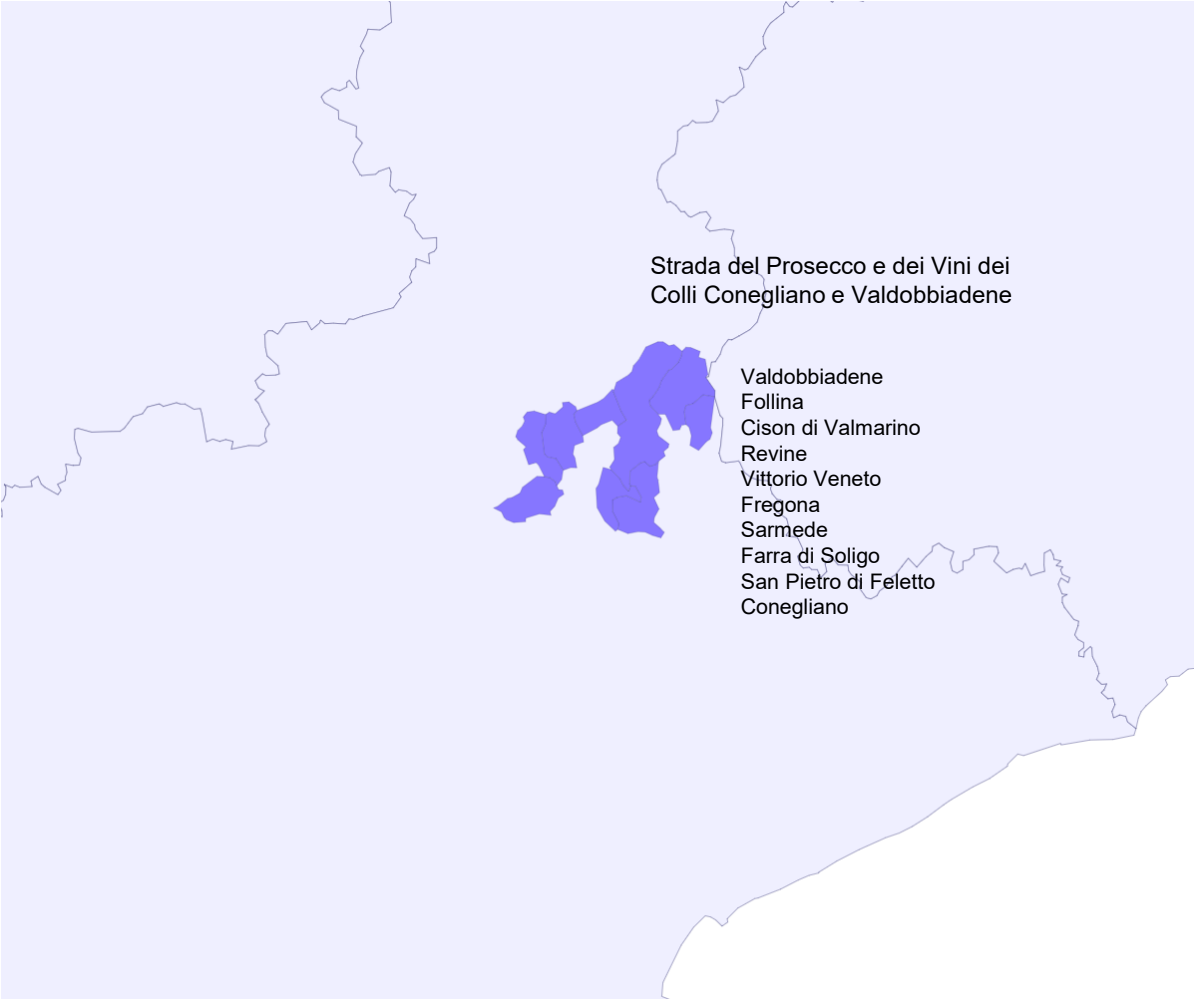
Il percorso, lungo oltre 90 km, si snoda tra paesaggi collinari di straordinaria bellezza, borghi storici e vigneti ininterrotti che custodiscono la secolare arte enoica di queste terre. L'itinerario offre al visitatore un'esperienza immersiva, arricchita da testimonianze medievali, eremi, chiesette secolari e tracce della storia rurale, civile e religiosa locale.

La Strada propone un intreccio armonioso di natura, cultura ed enogastronomia: lungo il tracciato si possono incontrare numerosi locali dove scoprire la cucina e i prodotti tipici, accompagnando le degustazioni con paesaggi suggestivi e scorci autentici.

Elemento distintivo dell'iniziativa è la libertà di scelta: ogni viaggiatore può modellare il proprio itinerario in base alle proprie sensibilità e predilezioni, costruendo un'esperienza personalizzata tra arte, storia, natura ed eccellenze enologiche.

Il riconoscimento delle **Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene come Patrimonio Mondiale UNESCO** rappresenta un ulteriore sigillo di valore internazionale, rafforzando l'attrattività turistica e culturale di un territorio unico, custode di tradizioni, saperi e paesaggi che ne fanno un simbolo dell'eccellenza italiana nel mondo.

Un territorio di Conegliano Valdobbiadene offre paesaggi vitati di rara suggestione, borghi storici e testimonianze culturali che impreziosiscono il patrimonio enologico e identitario delle colline trevigiane, riconosciute Patrimonio Mondiale UNESCO.

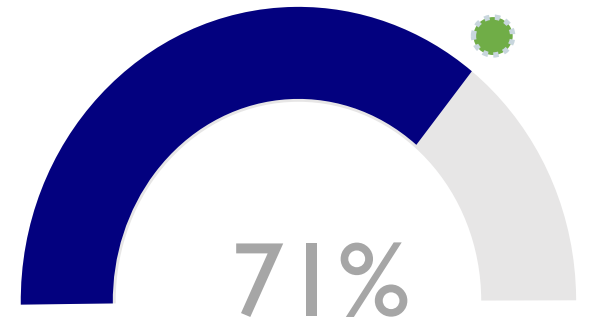


Il circuito dispone di un organismo di gestione dedicato?	SI
Il circuito vede la presenza di una ciclabile/ciclovia?	SI
È presente una rete ferroviaria nell'area?	SI
Gli attrattori sono uniti da un cammino o da un percorso?	SI
Gli attrattori sono messi in rete tramite riconoscimenti o altre forme di coordinamento?	SI
All'interno del circuito sono presenti siti Unesco?	SI
Sono presenti iniziative di comunicazione o informazione al pubblico specifiche per il circuito?	SI
Esistono eventi di circuito?	SI
Esiste un sito internet unico per il circuito con gli attrattori e le informazioni per il turista?	SI
Esiste un piano di sviluppo/gestione che prevede l'adozione di politiche di sostenibilità?	NO

## Livello di maturità del circuito turistico

Il risultato complessivo della valutazione del circuito “**Strada del Prosecco e Vini dei Colli Conegliano Valdobbiadene**” si attesta al **71%**. Tale valore deriva dalla ponderazione degli elementi caratterizzanti il circuito e dei suoi attrattori. Il punteggio risulta particolarmente positivo grazie alla presenza di un organismo di gestione dedicato, di una rete di percorsi ciclabili e ferroviari, nonché alla disponibilità di un sito web unico e di iniziative di comunicazione e promozione specifiche, che garantiscono visibilità e continuità al progetto. Il tematismo enoturistico della Strada è fortemente marcato: i vigneti eroici del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G., affiancati da borghi storici, chiesette rurali e attrattori culturali e naturalistici, compongono un’offerta unica e distintiva per il territorio trevigiano. L’inserimento delle **Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene tra i beni Patrimonio Mondiale UNESCO** rappresenta un ulteriore punto di forza, capace di conferire prestigio e rilevanza internazionale all’itinerario.

Oggi il circuito possiede già un’identità consolidata e una forte capacità di attrazione, ma presenta ampie potenzialità di sviluppo sul fronte della sostenibilità ambientale e della valorizzazione integrata del paesaggio vitato. Risulta inoltre strategico ampliare l’offerta esperienziale rivolta a un pubblico internazionale, puntando su pacchetti turistici che uniscano degustazioni in cantina, percorsi naturalistici, laboratori del gusto e itinerari culturali. In questo contesto, la **Camera di Commercio di Treviso** può svolgere un ruolo chiave sostenendo il coordinamento tra istituzioni e operatori locali, favorendo l’adozione di strumenti digitali condivisi per la comunicazione e la prenotazione, e promuovendo politiche di sostenibilità in grado di consolidare l’attrattività del circuito nel lungo periodo.



## Action plan

### ACCESSIBILITA'

Nel complesso la Strada del Prosecco presenta buoni livelli di accessibilità grazie alla presenza di collegamenti ferroviari nell'area, parcheggi dedicati e una rete sentieristica ben strutturata che connette gli attrattori principali. Il **Cammino delle Colline del Prosecco** dispone di aree di sosta, fontane e servizi igienici, nonché di un sito internet dedicato con traduzioni in inglese. Tuttavia, restano criticità sull'accessibilità universale: mancano percorsi tattili, supporti LIS e traduzioni multilingue extra-europee, mentre l'assistenza in loco e il personale di presidio risultano limitati. Gli altri attrattori culturali e immateriali offrono condizioni migliori: il **Parco Archeologico del Livelet** dispone di percorsi inclusivi, accessibilità per disabili e un'organizzazione strutturata con servizi dedicati, mentre la **Mostra internazionale dell'illustrazione per l'infanzia di Sarmede** è facilmente raggiungibile, ma presenta ancora barriere architettoniche per la fruizione. In sintesi, il livello di accessibilità è **buono dal punto di vista fisico e informativo**, con margini di miglioramento sulle tecnologie inclusive e sulle traduzioni multilingue avanzate.

### ESPERIENZA

L'offerta esperienziale della Strada del Prosecco è varia e coerente con il tematismo enoturistico. Il **Cammino delle Colline** permette un'immersione nel paesaggio vitato UNESCO, con percorsi escursionistici, segnaletica, punti ristoro e tracce GPS disponibili online. Tuttavia, risultano assenti bookshop, servizi di ticketing online e profili social aggiornati, limitando le potenzialità di engagement digitale. Il **Parco Archeologico del Livelet** arricchisce l'offerta con visite guidate da archeologi, laboratori didattici, installazioni multimediali e realtà aumentata, garantendo un'esperienzialità autentica e diversificata per famiglie e scuole. La **Mostra di Sarmede**, di carattere internazionale, valorizza il patrimonio immateriale con eventi divulgativi, utilizzo di tecnologie innovative (videomapping, realtà aumentata) e attività di inclusione sensoriale e cognitiva, rafforzando l'attrattività culturale del circuito. Nel complesso, l'esperienzialità è **autentica e attrattiva**, ma richiede salti qualitativi legati a:  
 calendario unico delle esperienze acquistabili online (cantine, natura, cultura);  
 servizi multilingue (>3 lingue);  
 pacchetti integrati di turismo lento (trekking, cicloturismo, enoturismo).

### ALTRE VARIABILI

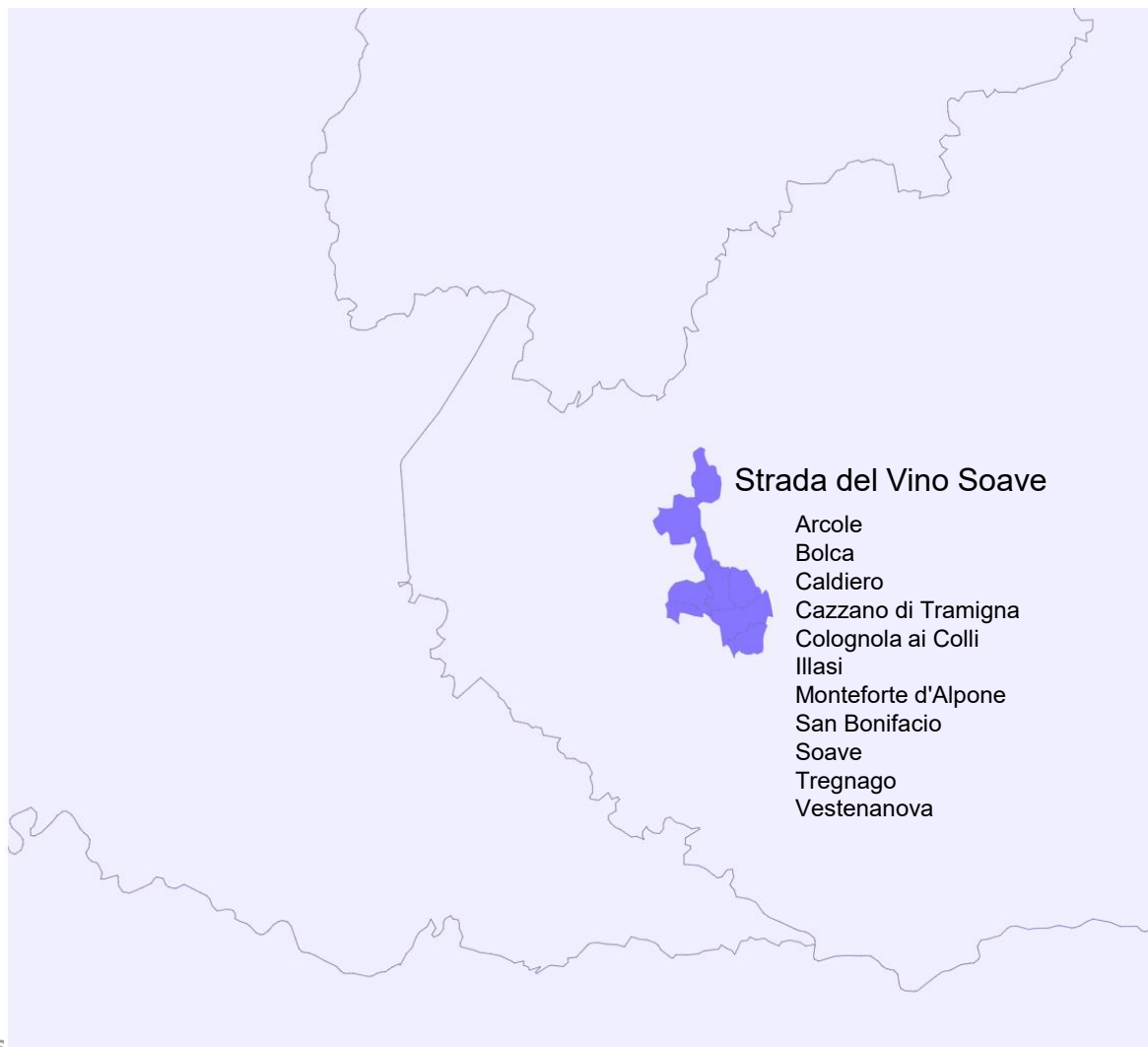
La governance del circuito è presente e riconoscibile, con un organismo dedicato e la presenza di eventi di richiamo che rafforzano la visibilità del territorio. Il **riconoscimento UNESCO delle Colline del Prosecco** rappresenta un valore identitario distintivo e di respiro internazionale. La **Mostra di Sarmede** funge da attrattore immateriale di rilievo, mentre il Parco del Livelet e il Cammino delle Colline consolidano la componente naturalistica e storico-culturale. La Strada del Prosecco si configura come un circuito con forte identità, attrattività enoturistica internazionale e un elevato potenziale di sviluppo, soprattutto in chiave di sostenibilità e digitalizzazione. Margini di crescita su alcuni aspetti:  
 Formalizzare un **piano di sostenibilità** per il circuito e gli attrattori;  
 Strutturare **campagne di comunicazione integrate** (Consorzio–Strada–operatori);  
 Potenziare **traduzioni e accessibilità universale** (servizi digitali, contenuti multilingue, strumenti per disabilità);  
 Ampliare la vendita di **esperienze tematiche acquistabili online**.

REPORT DI VALUTAZIONE CIRCUITO

# STRADA DEL VINO SOAVE



Il territorio del Soave offre paesaggi vitati di straordinaria bellezza, borghi storici e testimonianze culturali che arricchiscono il patrimonio enologico e identitario delle colline veronesi.



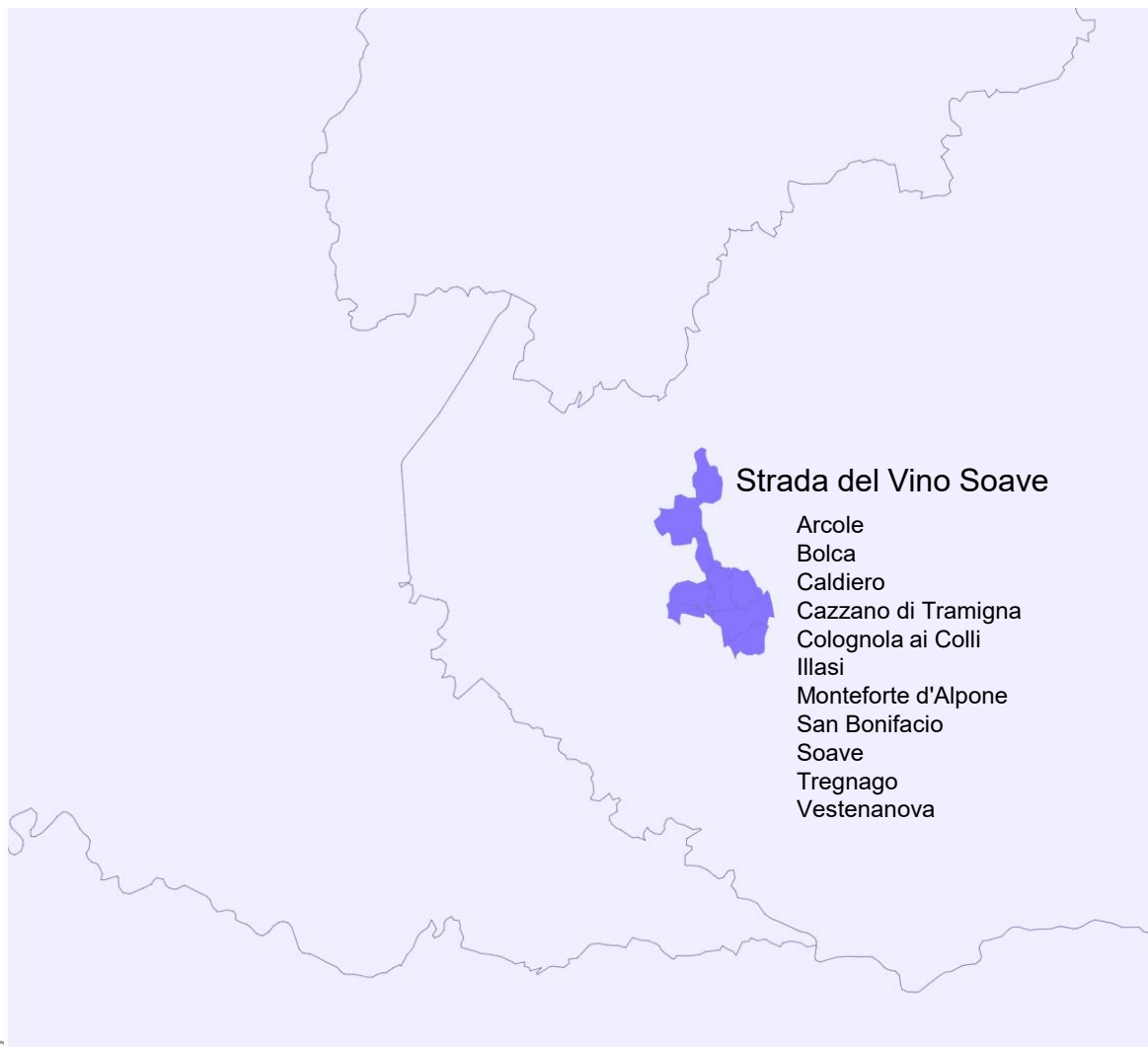
La **Camera di Commercio di Verona** ha deciso di valorizzare il territorio attraverso la proposta di un circuito enoturistico di eccellenza, la **Strada del Vino Soave**.

Nata nel 1999, la Strada conta oggi circa 130 soci tra cantine, enti e associazioni, agriturismi, ristoranti, hotel, frantoi e aziende di prodotti tipici locali. L'iniziativa si inserisce nel quadro delle strategie regionali di promozione del turismo enogastronomico e sostenibile, favorendo l'integrazione tra scoperta culturale, esperienze autentiche e benessere dei visitatori.

Il percorso si sviluppa lungo circa 50 km e coinvolge tredici comuni distribuiti in quattro valli — **Val di Mezzane, Val d'Illasi, Val Tramigna e Val d'Alpone** — ciascuna caratterizzata da peculiarità paesaggistiche, storiche e culturali.

L'individuazione di attrattori chiave come il **Vino Soave Superiore DOCG**, la **Vecia Via della Lana** e il **Museo dei Fossili di Bolca** rappresenta la volontà di mettere a sistema il patrimonio locale. Questi elementi fungono da fil rouge, collegando esperienze diverse — enologiche, storiche, culturali e naturalistiche — e dando vita a un itinerario capace di raccontare l'identità profonda della denominazione Soave e di rafforzarne l'attrattività turistica a livello regionale e nazionale.

**Il territorio del Soave offre paesaggi vitati di straordinaria bellezza, borghi storici e testimonianze culturali che arricchiscono il patrimonio enologico e identitario delle colline veronesi.**



Il circuito dispone di un organismo di gestione dedicato?	SI
Il circuito vede la presenza di una ciclabile/ciclovia?	SI
È presente una rete ferroviaria nell'area?	SI
Gli attrattori sono uniti da un cammino o da un percorso?	SI
Gli attrattori sono messi in rete tramite riconoscimenti o altre forme di coordinamento?	SI
All'interno del circuito sono presenti siti Unesco?	NO
Sono presenti iniziative di comunicazione o informazione al pubblico specifiche per il circuito?	SI
Esistono eventi di circuito?	SI
Esiste un sito internet unico per il circuito con gli attrattori e le informazioni per il turista?	SI
Esiste un piano di sviluppo/gestione che prevede l'adozione di politiche di sostenibilità?	NO

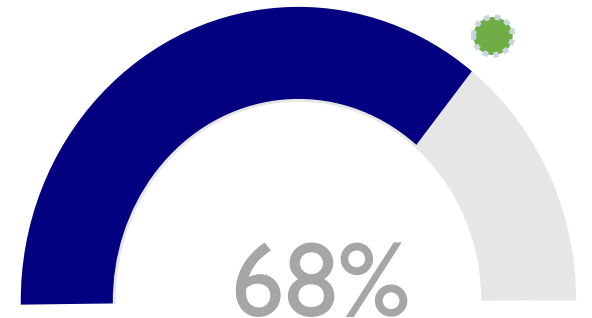
## Livello di maturità del circuito turistico

**Il risultato complessivo della valutazione del circuito “Strada del Vino Soave” si attesta al 68%.** Tale valore deriva dalla ponderazione degli elementi caratterizzanti il circuito e dei suoi attrattori. Il punteggio risulta particolarmente positivo grazie alla presenza di un organismo di gestione dedicato, di una rete di percorsi ciclabili e ferroviari, nonché di iniziative di comunicazione e di eventi di richiamo che assicurano visibilità e continuità al progetto.

Il tematismo enoturistico della Strada è fortemente marcato: il **Vino Soave Superiore DOCG**, affiancato da percorsi storico-culturali come la **Vecia Via della Lana** e da eccellenze naturalistiche come il **Museo dei Fossili di Bolca**, compone un’offerta unica e distintiva per il territorio veronese.

Oggi il circuito possiede già un’identità riconoscibile e una buona capacità di attrazione, ma presenta un’elevata potenzialità di sviluppo, soprattutto sul fronte della sostenibilità, della valorizzazione integrata del paesaggio vitato e della creazione di esperienze fruibili da un pubblico internazionale.

In questo contesto, **Unioncamere Veneto** può svolgere un ruolo strategico sostenendo il coordinamento tra istituzioni e operatori, promuovendo l’integrazione tra offerta enoturistica e servizi di accoglienza, e favorendo l’adozione di strumenti digitali comuni per la comunicazione e la prenotazione. Inoltre, risulta strategico prevedere la **vendita di esperienze turistiche tematiche** (visite in cantina, percorsi naturalistici, laboratori del gusto, itinerari culturali), così da trasformare l’identità del circuito in un prodotto turistico concreto e facilmente accessibile.



## Action plan



### ACCESSIBILITA'

Nel complesso la Strada del Vino Soave presenta buoni livelli di accessibilità e fruibilità grazie alla presenza di collegamenti **ferroviari** nell'area, percorsi **ciclabili** e di un **itinerario strutturato** che connette gli attrattori. Il **Museo dei Fossili di Bolca e Pesciara** dispone di parcheggio nelle vicinanze, servizi igienici e segnaletica/pannelli informativi; sono tuttavia limitati i servizi dedicati alla disabilità (assenza di percorsi tattili e di LIS) e le traduzioni del sito web. La **Vecia Via della Lana** è ben riconoscibile e segnalata, con aree di sosta, servizi igienici, tracciati GPS e sito in italiano/inglese; trattandosi di un percorso naturalistico, i servizi dedicati alla disabilità sono contenuti e l'assistenza in loco non è continuativa. L'attrattore **Vino Soave Superiore DOCG** beneficia di una governance chiara (Consorzio), sito ufficiale e informazioni in due lingue. In sintesi: **buona accessibilità fisica e informativa**, con margini di miglioramento su accessibilità universale e traduzioni multilingue avanzate.



### ESPERIENZA

L'offerta esperienziale è varia e coerente con il tematismo enoturistico. Il **Museo di Bolca** propone visite per famiglie, scuole e gruppi, con eventi divulgativi, installazioni multimediali e laboratori, ma oggi mancano bookshop, audioguide e ticketing online. La **Vecia Via della Lana** abilita esperienze lente e outdoor (escursionismo, cicloturismo, ippoturismo) supportate da pannelli e segnaletica; utili le tracce GPS e i punti ristoro, mentre risultano carenti i canali social e i servizi di prenotazione/guide strutturate. L'attrattore **Soave DOCG** offre strumenti di storytelling del prodotto, possibilità di acquisto e contenuti in due lingue, con profili social attivi ma non aggiornati con continuità. Nel complesso, l'esperienzialità è **autentica e attrattiva**; i salti di qualità passano da: calendario unico di esperienze acquistabili online (cantine, natura, cultura), servizi multilingue ( $\geq 3$  lingue), audioguide e micro-servizi a supporto (bookshop, noleggi, transfer).



### ALTRE VARIABILI

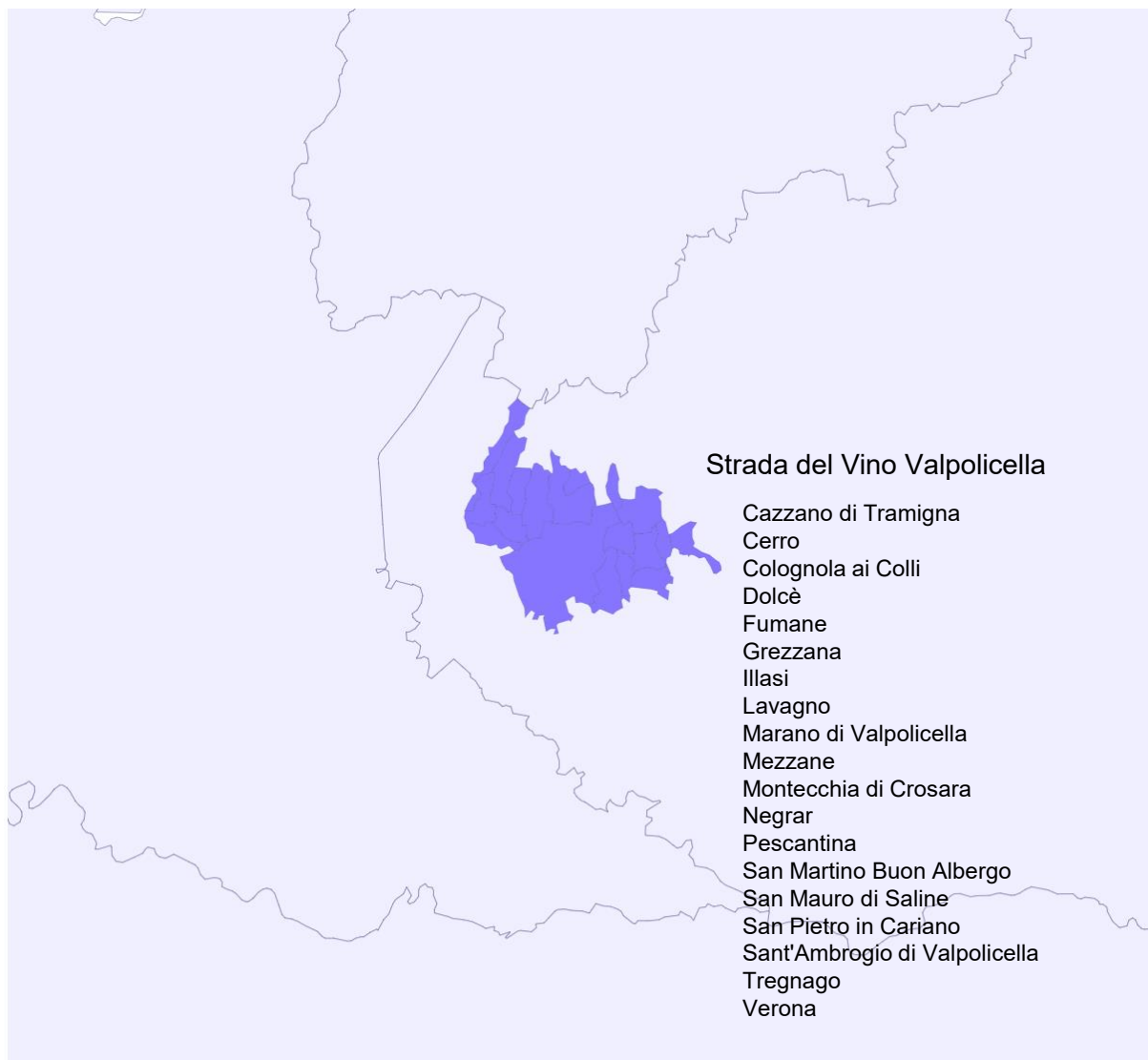
La **governance** del sistema è presente e riconoscibile. Esistono **eventi di circuito**, un **sito unico** e iniziative di comunicazione. Il valore identitario è elevato e distintivo: il **Vino Soave Superiore DOCG** come ambasciatore del territorio, la **Vecia Via della Lana** come cerniera storico-paesaggistica e il **Museo di Bolca** come eccellenza scientifico-culturale. Per consolidare il posizionamento si suggerisce di: 1) formalizzare un **piano di sostenibilità** di circuito; 2) strutturare **campagne congiunte Strada-Consorzio** e un catalogo di **esperienze acquistabili**; 3) potenziare **traduzioni e accessibilità universale** negli attrattori (servizi e contenuti).

REPORT DI VALUTAZIONE CIRCUITO

# LA STRADA DEL VINO VALPOLICELLA



## La Strada del Vino Valpolicella come esperienza integrata di turismo enogastronomico e percorsi ciclabili

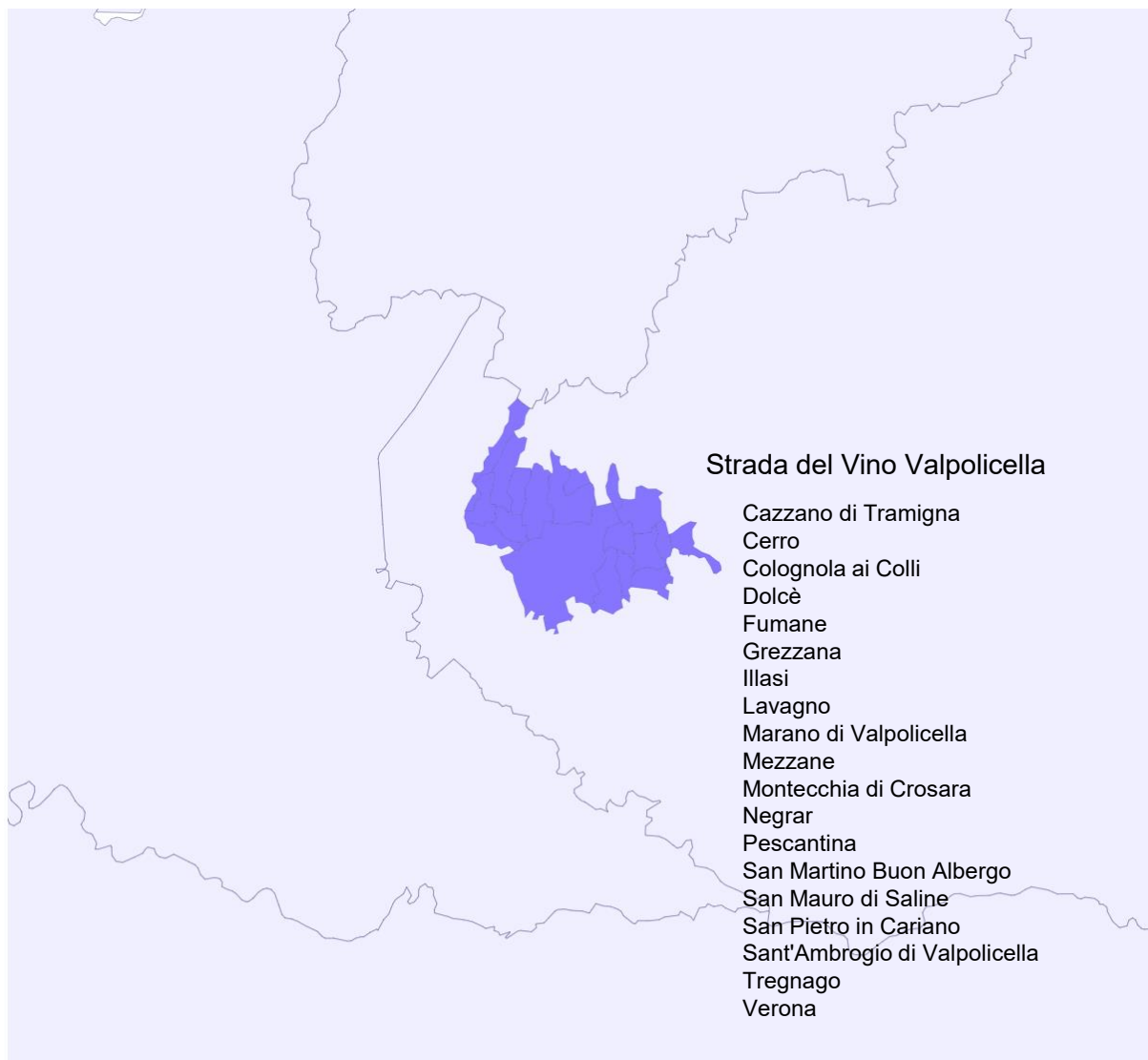


La **Camera di Commercio di Verona** ha scelto di valorizzare un tema fortemente identitario per il territorio: quello del vino e del turismo enogastronomico. La scelta è coerente con le linee strategiche della Regione Veneto e con le attività già intraprese per la promozione delle eccellenze vitivinicole e culturali della Valpolicella.

La **Strada del Vino Valpolicella** rappresenta infatti uno dei percorsi enoturistici più prestigiosi del Veneto, capace di unire tradizione, qualità e paesaggio. All'interno di questo contesto si inserisce il **circuito ciclabile Garda–Venezia**, un itinerario di circa 140 km che collega il Lago di Garda con Venezia attraversando città e aree di grande pregio storico e naturalistico. Il tratto che interessa la Valpolicella consente di integrare l'esperienza cicloturistica con quella enogastronomica, permettendo al visitatore di scoprire non solo i vini Bardolino e Valpolicella, ma anche il patrimonio culturale, artistico e paesaggistico delle colline veronesi.

L'analisi del circuito e dei suoi attrattori, considerati all'interno del marchio e della rete della **Strada del Vino Valpolicella**, consente di valutare la situazione attuale e di individuare possibili linee di sviluppo. L'obiettivo è rafforzare l'integrazione tra mobilità dolce, cultura e turismo enogastronomico, in modo da consolidare la Strada come itinerario identitario del territorio veronese e veneto.

## La Strada del Vino Valpolicella come esperienza integrata di turismo enogastronomico e percorsi ciclabili



Il circuito dispone di un organismo di gestione dedicato?	SI
Il circuito vede la presenza di una ciclabile/ciclovia?	SI
È presente una rete ferroviaria nell'area?	SI
Gli attrattori sono uniti da un cammino o da un percorso?	SI
Gli attrattori sono messi in rete tramite riconoscimenti o altre forme di coordinamento?	SI
All'interno del circuito sono presenti siti Unesco?	SI
Sono presenti iniziative di comunicazione o informazione al pubblico specifiche per il circuito?	SI
Esistono eventi di circuito?	SI
Esiste un sito internet unico per il circuito con gli attrattori e le informazioni per il turista?	NO
Esiste un piano di sviluppo/gestione che prevede l'adozione di politiche di sostenibilità?	SI

## Livello di maturità del circuito turistico

Il risultato complessivo della valutazione del circuito «Strada del Vino Valpolicella» è **molto positivo**.

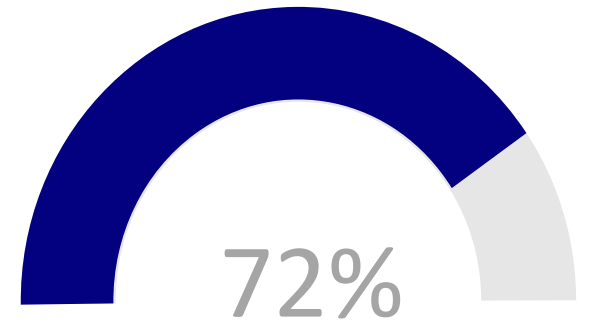
L'analisi evidenzia come i requisiti generali siano rispettati quasi integralmente e come il livello di sviluppo degli attrattori risulti buono. Il punteggio finale del **72%** conferma la solidità del progetto e la sua coerenza con gli obiettivi di valorizzazione del territorio.

La Strada del Vino Valpolicella non si configura solo come un itinerario tra cantine, ma come un **sistema integrato di promozione economica, sociale e culturale**, capace di mettere in rete produttori, ristoratori ed enti locali per rafforzare l'identità del territorio.

Uno degli aspetti più rilevanti è la **dimensione identitaria**: attraverso le diverse tipologie di vino – dal Valpolicella Annata al Superiore, fino ad Amarone e Recioto – il circuito promuove non soltanto l'eccellenza enologica, ma anche l'accoglienza e le tradizioni locali.

Eventi come il **Palio del Recioto e dell'Amarone** e del **Val Polis Cellae** rafforzano la riconoscibilità del circuito e creano un legame diretto con i visitatori, offrendo degustazioni, mostre d'arte e percorsi guidati nelle aziende.

La griglia di valutazione conferma inoltre la presenza di strumenti di governance, insieme agli eventi ricorrenti e ad una rete territoriale strutturata, rendono il circuito un efficace modello di promozione.



## Action plan



### ACCESSIBILITA'

La valutazione complessiva degli indicatori di accessibilità risulta eterogenea. Per il vino Valpolicella DOC risulta positiva la presenza di un organismo di gestione (Consorzio per la Tutela dei Vini Valpolicella) e di un sito internet multilingue, compreso l'adattamento a lingue extra-europee (giapponese e cinese). Il Palio del Recioto e dell'Amarone e Val Polis Cellae garantiscono una buona accessibilità sotto il profilo della governance e della comunicazione online, resta qualche criticità legata alle barriere architettoniche e alla difficoltà di raggiungibilità in alcuni contesti. In generale, l'accessibilità fisica e l'inclusione sensoriale potrebbero essere rafforzate con investimenti mirati.



### ESPERIENZA

Gli indicatori esperienziali sono nel complesso solidi e ben sviluppati. Il vino Valpolicella DOC dispone di un'ampia presenza sui social (Facebook, Instagram, X, YouTube, LinkedIn), di aggiornamenti regolari e di servizi di conoscenza del prodotto in più lingue. Tuttavia, manca la possibilità di acquistare online esperienze dedicate, aspetto che potrebbe rappresentare un importante valore aggiunto. Gli eventi analizzati – Palio del Recioto e dell'Amarone e Val Polis Cellae – hanno una funzione fondamentale nello storytelling territoriale, rafforzando la narrazione dell'autenticità e della tradizione. Se il Palio ha una connotazione storica e consolidata, capace di attrarre grandi numeri, Val Polis Cellae si presenta come evento diffuso e contemporaneo, legato all'esperienza diretta.



### ALTRE VARIABILI

Il vino Valpolicella DOC rappresenta un prodotto fortemente riconoscibile, con certificazioni DOP e IGP, che ne attestano l'eccellenza e rafforzano la percezione di autenticità da parte del consumatore. Un ulteriore punto di forza è l'attenzione crescente verso la sostenibilità ambientale e sociale, grazie a pratiche agricole orientate al biologico e alla valorizzazione delle produzioni autoctone. Questo posizionamento contribuisce a definire la Strada del Vino Valpolicella non solo come percorso enogastronomico, ma come marchio territoriale di qualità, in grado di comunicare valori di responsabilità e cura del territorio.

## Credits

I presenti report sui Circuiti Turistici redatti dall'**ISNART**, Istituto Nazionale delle Ricerche Turistiche e Culturali, sono stati prodotti con la supervisione di Alessandra Arcese (coordinatrice dell'Area Qualificazione Imprese e Territori), l'apporto tecnico-scientifico dei *Project Manager* Bruna Caira, Daniele Donnici, Alessandro Paglia e Cristina Proserpio, e grazie all'impegno del *gruppo di lavoro ISNART* Giulia Arena, Carola Cucchi, Elisa Gemini e Claudia Pullara.

La scelta dei circuiti, la raccolta dei dati e delle informazioni relative agli attrattori sono state possibili grazie al contributo fattivo dei referenti di ciascuna Camera di commercio coinvolta nel progetto che ha agito sotto il coordinamento della loro Unione Regionale.

*La riproduzione e/o diffusione parziale o totale dei dati e delle informazioni presenti in questo studio è consentita esclusivamente con la citazione completa della fonte: I Circuiti Turistici del Veneto– Enti camerali veneti.*



ISNART



UNIONCAMERE

UNIONCAMERE  
VENETO

Camere di commercio di Padova, Treviso-Belluno,  
Venezia-Rovigo, Verona, Vicenza.

[www.isnart.it](http://www.isnart.it)[Isnart](#)[Isnart\\_official](#)[Isnart](#)[isnart\\_official](#)