

# Il Piave trasformato in pacchetti turistici

► Il progetto porta il nome del fiume sacro e mette assieme soggetti pubblici e privati lungo l'asse Dolomiti-Laguna

► Capofila del maxi progetto è il Centro Consorzi di Sedico  
Obiettivo: creare una rete di offerte che "sfruttino" il territorio

## PROMOZIONE

**BELLUNO** Dalle Dolomiti alla laguna, lungo il Piave: il Veneto da Belluno a Venezia si scopre unito e si lancia nel mercato europeo. Nascono i pacchetti turistici ad hoc, su specifici temi e interesse, che puntano a pescare quella fetta di mercato formata da turisti slow, appassionati di sport, gastronomia, cultura, arte e divertimento purché siano genuini. Il progetto si chiama Piave, dove il nome del fiume diventa l'acronimo per Paesaggio, Identità, Accoglienza, Viaggio ed Esperienza. L'obiettivo è la promozione del territorio accomunato dal corso d'acqua come spazio unito, terra di cultura e di arte che nel giro di poche ore permette esperienze diverse: da piazza San Marco alla malga dell'Alpago.

## L'INIZIATIVA

Il Centro Consorzi di Sedico è il capofila di una maxi operatività

dentro cui operano, Bim Piave Belluno e Treviso, Parco Dolomiti Bellunesi, Dmo Dolomiti, Ogd Città d'arte e Ville Venete del territorio Trevigiano, Gal Dolomiti Prealpi, Gal dell'Alta Marca Trevigiana, Camera di commercio Belluno e Treviso, oltre 70 aziende delle ricettività turistica e la Regione Veneto, finanziatrice. Tutto questo, attraverso la realizzazione e promozione di pacchetti turistici, l'aggiornamento delle competenze degli operatori coinvolti con corsi di formazione per 1300 ore totali di attività.

«Vogliamo mettere insieme tutte le imprese, i bed and break-

**VACANZE SU MISURA  
CHE SARANNO  
MESSE SUL MERCATO  
DALLA DMO  
IL LANCIO AVVERRÀ  
ALLA BIT DI MILANO**

fast, le aziende agricole, gli agriturismi, le guide naturalistiche e tutti gli altri privati che hanno aderito finora per formare pacchetti turistici - spiega Michele Talo, direttore del Centro Consorzi capofila della rete -. Queste proposte favoriranno l'accoglienza turistica e l'arrivo di visitatori sul territorio».

## OFFERTE DI NICCHIA

«Cercheremo gli stimoli dagli stessi privati e imprenditori - spiega Antonella Tormen, referente del progetto -, metteremo insieme le proposte per creare pacchetti tematici. Abbiamo già incontrato gli aderenti, adesso attendiamo nuovi ingressi di realtà interessate». Sono circa 70, per ora, le piccole botteghe, i ristoranti, i panifici e i professionisti coinvolti. «Ci rivolgiamo non al turismo di massa ma a quelle persone che quando visitano un luogo vogliono immergersi profondamente nella cultura e nella vita quotidiana - prosegue Tormen -.



IL PROGETTO La conferenza di presentazione di "Piave"

Sono categorie di visitatori con una certa propensione a spendere e interessati creare la vacanza su misura, noi andiamo incontro proprio a questo desiderio».

## LA VENDITA

Sarà la Dmo, poi, a occuparsi dell'ultima e cruciale fase dell'iter. Quella del lancio e della vendita dei pacchetti turistici tematici. «Li renderemo disponibili il più possibile all'estero - spiega Giuliano Vantaggi, direttore della Dmo -. Il mondo anglosassone ha ripreso a guardare a noi, un buon mercato sono i Paesi di lingua spagnola compresa America del Sud, e quelli dell'Est come Polonia». Il lancio del marchio Dolomiti, previsto il 12 febbraio alla Bit, darà ulteriore visibilità al territorio.

L'iniziativa sarà affrontata in due incontri pubblici: il 4 febbraio, ore 17.30, al Parco Casa Rosso di Ponte nelle Alpi e il giorno dopo, alle 16, alla Birreria Pedavena.

Alessia Trentin