



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI PADOVA

I  
-  
U  
-  
-  
A  
-  
V  
Università Iuav  
di Venezia

## ***La valorizzazione del patrimonio rurale e lo sviluppo sostenibile dei territori dei Colli Euganei e della Bassa Padovana***

Este, 21 giugno 2012



**Paola Zanovello Simonetta Pirredda Valeria Moro Davide Avanzo Rossella Ruzza**



## Obiettivi

- 1) “Mappare” le risorse paesaggistico-culturali, rurali e turistiche dei territori target, fornendo una base di partenza per la conoscenza del patrimonio dell’ area target di facile consultazione, utilizzo, implementazione.
- 2) Individuare e valutare nuove strategie e strumenti per la valorizzazione del patrimonio rurale e per lo sviluppo, anche in chiave turistica, del territorio dei GAL Patavino e Bassa Padovana, che potessero essere utili a singoli soggetti o reti, accomunate dai medesimi obiettivi, per accedere ai bandi di finanziamenti previsti per le misure 312, 313 e 323.

## Metodologia

Raccolta dati e analisi del patrimonio paesaggistico, storico-artistico, rurale del territorio, ma anche di eccellenze, risorse e prodotti turistici presenti e disponibili nel territorio, contesto inscindibile nel momento in cui si parla di valorizzazione, cioè di pubblica fruibilità.

## Strumenti

- 1) DATA BASE EXCEL organizzato, per ciascun GAL, per i 30 Comuni del GAL Bassa Padovana e per i 23 Comuni del GAL Patavino, e per tipologie di risorse e servizi turistici, in cui i siti aperti al pubblico e fruibili, anche solo saltuariamente, sono stati contrassegnati da un asterisco
- 2) SCHEDE SINTETICHE dei beni paesaggistici, storico-artistici e museali
- 3) GEOREFERENZIAZIONE su carta tecnica regionale e trasposizione, per una immediata fruibilità, su google map dei beni fruibili, aperti o di particolare importanza nel contesto paesaggistico.

## Risultati

- Individuazione delle principali risorse storico-artistiche, ambientali, paesaggistiche, culturali e turistiche dei territori dei GAL Bassa Padovana e Patavino.
- Analisi dei principali elementi del patrimonio ambientale e paesaggistico da valorizzare per aumentare il valore del territorio
- Analisi dei principali elementi del patrimonio paesaggistico, storico-architettonico e culturale utili al recupero dell'identità locale
- Analisi dell'offerta turistico-culturale essenziale per la promozione del patrimonio rurale
- Elementi di riflessione sullo sviluppo del turismo rurale tra Colli Euganei e Bassa Padovana.



# Strumenti

# Le risorse del territorio

FATTORI DI ATTRAZIONE * = apertura/accesso al pubblico di monumenti e/o di aree naturalistiche ad orari stabiliti o previa prenotazione									EVENTO	PRODOTTI TIPICI E TRADIZIONALI (fonte: MosaicoPadovano e Regione Veneto)	RICETTIVITA'	RISTORAZIONE	ITINERARI che includono il Comune		SITOGRAFIA				
CASTELLO - OPERA FORTIFICATA	VILLA - PALAZZO - TEATRO	CHIESA - ABBAZIA - SANTUARIO	BENI ARCHEOLOGICI	MUSEO	EDIFICIO RURALE - INDUSTRIALE	GIARDINO STORICO	PARCO NATURALE	AREA - EMERGENZA NATURALISTICA					ENOGASTRONOMIA	ARTIGIANATO		(www.turismopadovano.it)	www.turismopadovano.it www.agrituristveneto.it www.veneto-agriturismo.it www.gustarepadovano.it www.paginegialle.it	sito web Comune	altri siti web

VO' EUGANEO	Villa Morosini, Gallo, detta "Ca' Lunga"	Chiesa dei Santi Nazario e Celso *	Inseediamento dell'età del Bronzo Recente-Ferro			Giardino storico di Villa Mariani*	Parco Regionale dei Colli Euganei*	Laghetto di Laghizzolo*	Festa delle Ciliegie	Miele		B&B Luce del Venda	Agriturismo La Paterna	Ristorante Ca' Erizzo	Agriturismo La Paterna		Anello Colli Euganei/Anello ciclabile dei Colli Euganei - Bike e GPS (www.turismopadovano.it, www.colliuganei.biz)	www.comune.vo.pd.it		
	Villa Paruta, Malgara *	Chiesa Arcipretale della Natività di Maria *	Iscrizione funeraria, resti di acquedotto età romana			Giardino storico di Villa Sceriman*	Parco Naturale Lieta Carraresi*	Canale Bisatto*	Festa dell'Uva	Ciliegia		Ca' Manin B&B	Agriturismo Ca' Manin	Ristorante Il Cenacolo degli Euganei	Agriturismo Le Businelle		www.turismopadovano.it			
	Villa Erizzo Maniscalchi, Albertini	Chiesa Arcipretale di San Giuseppe *							Fiera di San Lorenzo	Castagna Marrone		I Glicini	Agriturismo Il Fendo	Agriturismo Villa Seriman	Agriturismo La Pioppa		Zovon - Zovon - Bike (www.colliuganei.biz)	www.irvv.net		
	Villa Mariani	Chiesa Parrocchiale di San Lorenzo *							Festa dello Spumante	Vino Colli Euganei D.O.C.		Casa Fioretto	Agriturismo La Roccia	Bar Ristorante Da Paolo	Agriturismo Toni Biseo		Attorno i Colli Euganei - Bike (www.colliuganei.biz)	www.parcocolliuganei.it		
	Villa Ferro								Villa in fiore	Torresano di Torreglia		Casa delle Noci	Agriturismo Ai Colli	Ristorante Parco Rio Grande	Agriturismo Il Fendo		Este - Zovon - Bike (www.colliuganei.biz)			
	Villa Sceriman*								Festa dell'Assunzione			B&B Ca' Beldi		Al Castellano Ristorante	Agriturismo La Roccia		Le 9 Rampe - Bike (www.colliuganei.biz)			
	Villa Contarini Venier*								Sagra della Beata Natività			Ca' Lauro		Da Berto Ristorante	Agriturismo L'Alveare		I 4 Passi - Bike (www.colliuganei.biz)			
	Casa Trevisan, Lando, Mantovani								Calici di Stelle			Dalla Rosa B&B		Agriturismo La Corte	Agriturismo Ai Colli		Strada del Vino Colli Euganei (www.turismopadovano.it, www.stradadelvino.colliuganei.it)			
													Agriturismo Le Castagneto		Agriturismo Dossi	Agriturismo Fratelli De Bortoli				
													Agriturismo Bacco e Arianna		Agriturismo Ca' Esa	Agriturismo Monte Altore		Fortilizi minori/Ad Occidente dei Colli Euganei, il giro dei fortilizi minori - Bike		

Scheda	
TIPOLOGIA BENE	Area naturalistica
DENOMINAZIONE	Golena del Fratta - Gorzone
COMUNE	Piacenza d' Adige
LOCALITA'	Valli Mocenighe
INDIRIZZO	
PROPRIETA'	Pubblica
DESTINAZIONE ATTUALE	Area umida
CRONOLOGIA	
AUTORE	
BREVE DESCRIZIONE	<p>La golena del sistema Fratta-Gorzone ha inizio all'altezza del ponte in legno sulla strada che porta a Piacenza d'Adige e termina quasi all'altezza del ponte sito in località Valli Mocenighe. All'altezza del tratto più ampio vi confluiscono le acque dello Scolo Vampadore, del Controfosso Destro e del Controfosso Sinistro. Il tratto a monte è stato oggetto di interventi di riforestazione, agli inizi degli anni '90 del secolo scorso, e il tratto terminale è coltivato a pioppeto. Di fronte al tratto più largo, una leggera deviazione dell'alveo del fiume forma un isolotto ricoperto di salici. Le valli a nord della golena rientravano nell'ambito del Consorzio idraulico 'Vampadore' e sono state bonificate fino agli inizi '900. L'idrovora, detta 'Macchina vecchia', presenta la tipologia costruttiva dell'epoca ed inizialmente era alimentata a vapore; è visibile ciò che resta dell'antica ciminiera. Più a nord è visibile il 'Casello della guardia', costruzione a pianta quadrata, usato come postazione di caccia (a tutt'oggi l'area è interessata da una consistente pressione venatoria) .</p>
BENI MOBILI ED IMMOBILI DI PREGIO	
APERTURA AL PUBBLICO	Si
RILEVANZA TURISTICA	**
BIBLIOGRAFIA	Montecchio F., <i>I biotopi della Bassa padovana</i> , Padova, 2001
SITOGRAFIA	<a href="http://www.arpa.veneto.it">http://www.arpa.veneto.it</a>

**ELEMENTI DI RISORSA GAL BASSA PADOVANA**

The screenshot shows a Mozilla Firefox browser window displaying Google Maps. The page title is "ELEMENTI DI RISORSA GAL BASSA PADOVANA". The browser's address bar shows the Google Maps URL. The map displays the Bassa Padovana region with numerous red location pins. A sidebar on the left lists the following resource elements:

- Chiesa di San Giovanni Battista  
COMUNE Agna Na\_SCHEDA 1\_Agna.doc
- Chiesa Parrocchiale Madonna della Salute  
COMUNE Agna Na\_SCHEDA 2\_Agna.doc
- Palazzo Mingoni  
COMUNE Agna Na\_SCHEDA 3\_Agna.doc
- Chiesa della Madonna Addolorata detta ?del Capitello?  
COMUNE Anguillara Veneta Na\_SCHEDA 4\_AnguillaraVeneta.doc
- Chiesa Parrocchiale di S. Andrea Apostolo  
COMUNE Anguillara Veneta Na\_SCHEDA 5\_AnguillaraVeneta.doc
- Chiesa di Sant'Antonio Abate  
COMUNE Anguillara Veneta Na\_SCHEDA 6\_AnguillaraVeneta.doc
- Villa Arca del Santo  
COMUNE Anguillara Veneta Na\_SCHEDA 7\_AnguillaraVeneta.doc
- Chiesa Parrocchiale di Santa Maria Assunta  
COMUNE Arre Na\_SCHEDA 8\_Arre.doc
- Villa Paviato- Capodilista  
COMUNE Arre Na\_SCHEDA 9\_Arre.doc
- Villa Marin  
COMUNE Arre Na\_SCHEDA 10\_Arre.doc
- Chiesa parrocchiale di S. Stefano Protomartire  
COMUNE Bagnoli di Sopra Na\_SCHEDA 11\_BagnolidiSopra.doc
- Teatro Goldoni  
COMUNE Bagnoli di Sopra Na\_SCHEDA 12\_BagnolidiSopra.doc
- Chiesa di San Michele Arcangelo  
COMUNE Bagnoli di Sopra Na\_SCHEDA 13\_BagnolidiSopra.doc
- Chiesa parrocchiale dei SS. Cuori di Gesu e Maria  
COMUNE Bagnoli di Sopra Na\_SCHEDA 14\_BagnolidiSopra.doc
- Villa Widmann Rolatti

A pop-up window is open over the location "Villa Capello, Rota, Manzoni, Zemella". It contains the following text:

Villa Capello, Rota, Manzoni, Zemella  
Aggiornata ieri da rossella

COMUNE	Este
Na_SCHEDA	19_Este.doc

Indicazioni stradali Cerca nelle vicinanze Salva in... Altro



# Risultati



# La “mappa” del territorio

## “Le Risorse della ruralità”

**non solo le risorse coincidenti con quelle dell’ agricoltura e della trasformazione dei suoi prodotti, ma risorse che si allargano a fino a comprendere aree verdi e zone protette, risorse culturali e artistiche presenti nei piccoli centri e nelle città che punteggiano le aree rurali**



**Il patrimonio ambientale e paesaggistico come risorsa  
per la valorizzazione del territorio**

Oggi, così come nel corso dei secoli, gli elementi che maggiormente qualificano il paesaggio tra Colli Euganei e Bassa Padovana sono senz'altro  
**l'insediamento sparso, l'acqua e la campagna**



Si tratta degli elementi che consentono di qualificare come rurale il territorio dei GAL Patavino e Bassa Padovana. Gli interventi utili al recupero e alla valorizzazione del paesaggio rurale messi in luce dallo studio-ricerca sono:

## **TUTELA E VALORIZZAZIONE “DELL’ OGGI”**

### **1. Opere di conservazione, restauro e valorizzazione di tutti gli elementi peculiari del paesaggio rurale**

- Spazi aperti (aie, piazze, spazi produttivi ...) e costruzioni adibiti alla residenza ed alle attività agricole
- Viabilità storica e strade d’ accesso alle aziende agricole
- Muri di recinzione degli spazi destinati alla residenza e al lavoro e cancelli storici
- Sistemi di contenimento dei terrazzamenti
- Muri, siepi, alberi connessi alla suddivisione agraria
- Elementi e segni della religiosità popolare, quali i capitelli
- Sistemi di canalizzazione, irrigazione e approvvigionamento idrico

## 2. Interventi di valorizzazione dei diversi “ambienti” dell’ area target, che insieme agli elementi tipici del paesaggio rurale, danno forma all’ identità di questi luoghi.

- Valorizzazione delle **aree arginali** e delle **valli lungo l’ Adige**, anche in relazione ad alcune emergenze di **archeologia industriale** quali idrovore e maceratoi per la canapa, del **Bacchiglione** e del **Fratta – Frassine**, nonché delle **aree arginali** dei **canali Biancolino, Battaglia, Bisatto e Gorzone**, **anche** in relazione allo sviluppo del **cicloturismo**
- Valorizzazione delle **aree umide**, da sempre caratterizzanti il paesaggio ai piedi dei colli e importanti per la conservazione di specie ed habitat protetti, nonché per il loro **valore “educativo-didattico”**.
- Valorizzazione delle cave **dismesse**, in accordo con le destinazioni d’ uso previste dal Progetto Cave dell’ Ente Parco, anche in relazione al loro **valore storico**, connesso alle attività estrattive succedutesi ininterrottamente dall’ età romana.
- Valorizzazione dei **laghi**, generatisi con l’ abbandono delle attività di cava
- Valorizzazione delle **aree boschive** e dei **vegri**

# TUTELA E VALORIZZAZIONE “DELLO IERI”

**2. Opere di conservazione, restauro e valorizzazione di edifici storici e di pregio, testimonianza dell'importanza che questo territorio riveste fin dal Medioevo sotto il profilo dello sfruttamento agricolo e dell'economia rurale**

- Ville
- Barchesse
- Torri colombari
- Complessi monastici e/ abbaziali – pievi/chiese di campagna

## TUTELA E VALORIZZAZIONE “DEL DOMANI”

3. Interventi di diversificazione e valorizzazione delle attività delle aziende agricole, al fine di preservare il paesaggio agrario e le attività ad esso connesse, consapevoli che la tutela del paesaggio è *in primis* tutela del complesso rapporto tra natura e attività umane e che la valorizzazione del paesaggio rurale passa attraverso la valorizzazione delle attività agricole.

- Incentivazione di produzioni agricole, specializzate e tipiche
- Apertura di attività agrituristiche
- Apertura di agribike e agricampeggi
- Incentivazione delle fattorie didattiche
- .....



**Il patrimonio storico-architettonico e culturale per il  
recupero dell' identità locale**

## Lo studio-ricerca ha individuato nel

- patrimonio archeologico
- patrimonio storico-artistico (castelli e città murate, monasteri, abbazie e eremi, ville)
- patrimonio museale

del territorio dei GAL patavino e Bassa padovana altri elementi forti, su cui “puntare” per la valorizzazione della “cultura della ruralità”.



L'analisi condotta nell'ambito dello studio ricerca ha individuato alcune azioni che potrebbero contribuire alla valorizzazione e a una migliore fruizione **del patrimonio archeologico del territorio**, in particolare:

- Incentivare il ruolo dei due poli di **Este e Montegrotto**, come **“magneti” e insieme come “propulsori”** per la diffusione e la conoscenza dell'archeologia del territorio
- Mettere in relazione **i Musei con il contesto territoriale** dal quale provengono le collezioni, grazie a percorsi, anche brevi, che consentano di ri-contestualizzare gli oggetti
- Promuovere la conoscenza della storia più antica del territorio con **itinerari tematici** fortemente legati **all'identità dei luoghi** (il paesaggio agrario dalle centuriazioni alle bonifiche degli anni trenta; cura e benessere dal mondo romano ad oggi; le attività di cava ecc.)

- 
- Sviluppare **il rapporto con le realtà produttive ed economiche** del territorio, promuovendo, ad esempio, il connubio museo/ enogastronomia/aziende agricole-vitivinicole
  - Valorizzare il legame tra patrimonio archeologico e patrimonio naturalistico, al fine di valorizzare il paesaggio storico, **integrando gli itinerari naturalistici** proposti dal Parco dei Colli Euganei **con le risorse archeologiche**
  - Valorizzare le **attività sportive “light”** quali il ciclo-turismo, il nordic walking, o la semplice passeggiata con proposte di itinerari che tengano conto anche del **patrimonio archeologico**
  - Incentivare la fruizione autonoma dei beni archeologici con cartellonistica adeguata, **tracce audio e itinerari georeferenziati scaricabili su smartphone e tablet.**

## delle città murate e del borgo medievale di Arquà Petrarca

- **promuoverle in modo unitario**, sfruttando quel **fascino della medievalità** che tanto attira i turisti in altre zone d' Italia e d' Europa. progettare e realizzare **eventi, ripetuti negli anni**, che siano in grado di creare ricadute significative nel territorio, anche dal punto di vista economico, in un' ottica che vada al di là del successo di pubblico della singola manifestazione, ponendo l' accento non solo sulle rievocazioni, sui prodotti tipici, ma anche sull' aspetto della “**tenzone**”, della “**gara**” in grado di richiamare gruppi e quindi turisti da aree non limitrofe.

- 
- Proporre più attivamente il segmento “Città Murate”, magari abbinandolo alle possibilità offerte dalla loro dislocazione all’ interno di un Parco Regionale, nel **mercato del turismo scolastico**, anche in considerazione del fatto che i più recenti programmi ministeriali dedicano tutto il primo anno della scuola primaria di secondo grado allo studio della Storia Medievale
  - Puntare **all’ abbinamento con prodotti nuovi quali il cicloturismo per lanciare degli itinerari sul “Medievo in bicicletta”** in linea con il progetto sulla pista ciclabile delle città murate in fase di realizzazione da parte della Provincia di Padova



## dei monasteri, eremi, santuari, chiese

- fare leva su realtà quali le Abbazie di Praglia e Carceri per valorizzare itinerari religiosi che intercettino la domanda di quanti desiderano unire momenti di serenità interiore ad occasioni di approfondimento di culturale, di contatto con la natura e di conoscenza della gastronomia locale.
- proporre la visita di questi beni a piedi o in bicicletta (a cavallo se possibile), in modo consentire al visitatore (residente, studente, turista) di apprezzare il contesto rurale nel quale queste realtà hanno avuto origine e continuano a vivere.

## delle ville

- Interventi di **conservazione e restauro** per le ville che garantiscano una seppure ridotta apertura al pubblico
- Rafforzamento della **segnaletica**
- Potenziamento della fruibilità con aperture “speciali” o **auspicabilmente ad orario fisso almeno nei periodi di maggior afflusso turistico (w-end in particolare)**
- Potenziamento della fruibilità con incentivi alla “**ricettività in villa**”
- Valorizzazione attraverso l’organizzazione di **eventi e di reti di eventi**
- Sostegno alla **fruizione anche virtuale** del bene tramite l’ utilizzo di “guide” scaricabili su smartphone e tablet
- Creazione di spazi **adatti al fruitore nei pressi della villa** (aree sosta attrezzate, parcheggi, rastrelliere per bici, pannelli informativi etc.)

- 
- **Coinvolgimento degli operatori economici**, specie della ristorazione, affinché alla conoscenza del patrimonio storico-artistico possa accostarsi, in un'ottica di turismo esperienziale, la conoscenza dei cibi e dei prodotti tradizionali
  - Incentivi alla realizzazione **di itinerari che mettano in rete le ville con altre le risorse del territorio** e soprattutto con gli operatori della ristorazione e con i produttori, in modo da restituire alla villa il suo valore storico-culturale nell'ambito del paesaggio rurale
  - Creazione di tratti di piste ciclabili/percorsi pedonali che colleghino le ville ad altri beni e/o zone di interesse in un'ottica di turismo slow tourism che sceglie un modo ecologico e sostenibile per conoscere il territorio

**Inoltre in casi particolarmente rilevanti:**

- Potenziamento/adeguamento delle strutture di accoglienza (ristorazione, ricettività e punti informazioni)
- Potenziamento/adeguamento dei servizi di accoglienza aggiuntivi (bookshop, caffetteria, “shop” di prodotti tipici”)
- Punti di bikesharing

## dei musei

In attesa che si sviluppi una vera mentalità di sistema tra gli operatori dei musei e il territorio, e che prenda piede una forma di gestione “in rete” che, come dimostrato da altre realtà venete e non solo, consentirebbe una maggiore valorizzazione, in termini di comunicazione e ricadute sul territorio, anche delle piccole realtà museali, lo studio ricerca ha individuato alcune azioni che i Musei del territorio dei due GAL potrebbero impegnarsi a conseguire, anche singolarmente:

- **maggiore attenzione all'aspetto della comunicazione** verso i residenti e verso le amministrazioni comunali, spesso le prime a conoscere poco le risorse e le potenzialità del territorio
- **più attenzione alla comunicazione verso il potenziale turista/escursionista**, in particolare tramite i siti web, e maggiore utilizzo delle nuove tecnologie, specie quelle che possono essere utilizzate direttamente dall'utente, senza costi di personale, scaricandole sul proprio smartphone/tablet

- 
- **rapporto più stretto con le altre istituzioni museali del territorio**, in modo tale che le “grandi”, o semplicemente quelle ubicate in territori più sviluppati turisticamente, facciano da cassa di risonanza per le realtà cosiddette minori
  - **sinergia con realtà che hanno tra i loro obiettivi la promozione del territorio**, come ad esempio la Strada del Vino Colli Euganei o la Strada del Vin Friularo e i Consorzi di promozione turistica.
  - **Organizzazione di eventi e “aperture speciali”**
  - **Utilizzo delle strutture museali come sedi espositive** per mostre ed iniziative culturali “altre” rispetto alle collezioni permanenti e come **centri di documentazione** che conservino e raccontino le radici storiche e le testimonianze **delle attività produttive del territorio**.



**L' offerta turistico-culturale per la promozione del patrimonio rurale**

- 
- L' accoglienza e l' informazione turistica
  - La ricettività
  - La ristorazione e i prodotti tipici
  - Gli eventi
  - Fede, leggende e misteri
  - Gli itinerari
  - La comunicazione e la promozione

## Ricettività

- necessità di nuove strutture ricettive soprattutto nei comprensori del Montagnanese e dell' Estense
- opportunità, anche in termini di recupero del patrimonio storico-artistico e rurale, di incentivare la realizzazione di alberghi diffusi
- esigenza di tenere alta la qualità dei servizi
- opportunità di diversificare l' offerta, con servizi per target specifici (famiglie, anziani, giovani, cicloturisti, camperisti e campeggiatori, ecc.)
- utilità di promuovere la realizzazione di aree sosta per i camper e campeggi
- necessità di maggiore collaborazione tra le diverse strutture in un' ottica che ponga come prioritaria la soddisfazione dell' ospite, anche al di là della sua presenza in questa o quella struttura
- “obbligo” di formazione perché chi ospita, che deve essere in grado di fornire informazioni sulle peculiarità del territorio e sui servizi disponibili
- beneficio nel fare rete con le istituzioni culturali del territorio
- contatto costante con le strutture preposte alla promozione del territorio

## Ristorazione

- La ristorazione, legata all'uso di prodotti tipici del luogo e di qualità, va assumendo un ruolo sempre più importante, nella tutela delle specificità e delle tradizioni del territorio e nella sua promozione.
- Affinché l'**enogastronomia** possa diventare un vero **punto di forza del territorio** vi è bisogno che l'**offerta di ristorazione di qualità non sia legata al singolo operatore, bensì diventi un tratto caratterizzante del territorio.**
- Inoltre, al fine di valorizzare l'intera filiera e creare valore aggiunto alla destinazione sarebbe opportuno che vi fosse uno **stretto collegamento tra imprese agricole, ristorazione e distribuzione dei prodotti tipici locali.**

## Prodotti

- Molti prodotti, come le DOC Colli Euganei, Merlara e Bagnoli, il miele, i cereali, la carne di musso, il prosciutto d'oca, il torresano di Torreglia, il salame nostrano, lo schizzotto, la mela e la pera di Castelbaldo, sono presenti nei territori di entrambi i GAL. La loro promozione darebbe maggior valore a tutto il territorio, contribuendo a mettere in risalto la **comune identità rurale del territorio Colli Euganei-Bassa Padovana**.
- Un prezioso contributo in tal senso potrebbe essere costituito nel territorio dei GAL Patavino e Bassa Padovana dalla **Strada del Vino Colli Euganei e dallo Stradon del Vin Friularo**. Le Strade del Vino[, infatti, strutturate come percorsi all'interno di territori caratterizzati oltre che da una spiccata vocazione vitivinicola, da attrattive naturalistiche e culturali, significative ai fini di un'offerta enoturistica integrata, sono nate proprio come **strumento di promozione e sviluppo economico e culturale del territorio**.

# Eventi

Lo studio-ricerca, in sintesi, ha messo in luce la necessità di valorizzare gli eventi che si pongono come obiettivo, in un'ottica di marketing territoriale, il miglioramento della visibilità della destinazione e/o il suo riposizionamento. Gli eventi che sono **coerenti con l'identità del territorio** e ne esaltano le peculiarità

- in campo enogastronomico, puntando su alcune eccellenze quali i vini e/o la gastronomia tipica
- in campo storico-culturale, sfruttando l'immagine di forte medievalità delle città murate e il suo patrimonio di contese cavalleresche
- in campo paesaggistico-ambientale, valorizzando l'immagine della campagna veneta
- in campo storico-artistico, in sinergia con alcune straordinarie ville, palazzi, castelli
- **attirano un numero crescente di pubblico**, anche se si tratta ancora di un pubblico di escursionisti, provenienti per lo più da contesti territoriali limitrofi
- sono in un **territorio che può senz'altro offrire altre esperienze di visita** e l'uso di servizi turistici
- sono sostenuti da una comunità e da attori di riferimento in grado di offrire **un'accoglienza di qualità**
- possono offrire un'esperienza gratificante, anche perché **consentono con l'acquisto dei prodotti di alimentare il ricordo**, fondamentale nel momento in cui si punta alla fidelizzazione del visitatore
- sono **inseriti in pacchetti turistici vendibili/acquistabili via web**

## Fede, leggende, misteri ...

Tramandare questi elementi, che fanno parte patrimonio culturale immateriale, mediante rappresentazioni, spettacoli teatrali, feste, rievocazioni in costume,

- consente alle nuove generazioni di riappropriarsi della propria identità, della memoria e dell'anima del luogo in cui vivono.
- consente la valorizzazione di località "minori" diversamente escluse dai circuiti turistici tradizionali
- consente la valorizzazione di ville, palazzi, castelli, ecc. trasformati in "palcoscenico" per le diverse performance

## Itinerari

- **Una concezione talvolta “confusa” dello “strumento-prodotto” dell’ itinerario**, soprattutto a livello locale, che si traduce nella creazione di innumerevoli percorsi, escursioni, passeggiate poi “etichettati” frettolosamente come itinerari, nonostante siano privi di quasi tutte le caratteristiche principali degli itinerari veri e propri: in termini di comunicazione e promozione turistica tale criticità va tenuta nel dovuto conto, in quanto può generare confusione soprattutto nell’ utente in cerca di informazioni per programmare la propria visita e/o vacanza
- **Una sovrapposizione (e “duplicazione”) di itinerari** che sostanzialmente vogliono – o più spesso vorrebbero – veicolare lo stesso prodotto e valorizzare e promuovere i medesimi fattori di attrazione e risorse, con conseguente difficoltà di individuare e/o distinguere i diversi percorsi da parte del visitatore/turista
- **Carenza della segnaletica (stradale e non) degli itinerari *in loco***, con intuibili conseguenze negative per il visitatore/turista che desidera percorrere concretamente l’ itinerario; a tal proposito si sottolinea come la creazione di segnaletica “dedicata” per gli itinerari più complessi sia un elemento importante per la loro fruizione

- **Assenza di portali e siti *web* esclusivamente dedicati agli itinerari**, ad eccezione probabilmente di quelli delle Strade del Vino, dove tuttavia l'elemento dell'itinerario assume una posizione secondaria rispetto a quello dei singoli prodotti/risorse (vini, cantine, etc.); peraltro, spesso nei siti che includono sezioni riservate agli itinerari, queste ultime non hanno grande rilevanza, laddove invece gli itinerari dovrebbero essere “strumenti” in grado di valorizzare maggiormente le singole risorse del territorio: proprio in tal senso l'esistenza di siti “dedicati” per gli itinerari veri e propri sarebbe decisamente auspicabile
- **Limitata attenzione per la commercializzazione degli itinerari attraverso il *web***, dove ci si concentra invece maggiormente sulla comunicazione degli stessi o, ancor di più, delle singole località, risorse, prodotti inclusi all'interno degli itinerari stessi
- **Scarsa rilevanza delle attività di ristorazione e ricettività** al momento della creazione e comunicazione degli itinerari, laddove invece tali attività dovrebbero costituire uno degli elementi cardine degli itinerari veri e propri
- In conclusione e in continuità con i punti precedenti, **limitato numero di itinerari “puri” e contraddistinti da una “identità” chiara e riconoscibile all'interno dell'area *target* allo stato attuale**, con conseguenti gravi rischi ai fini di una comunicazione e promo-commercializzazione unitaria dell'area in esame, che difficilmente può dunque essere a sua volta concepita in qualità di “territorio-prodotto turistico unitario”

## Comunicazione web

- **Presenza di un numero eccessivo di siti *web***, che spesso contengono le stesse informazioni con riferimento alle medesime aree; peraltro, non di rado, **numerosi siti risultano incompleti o veicolano informazioni parziali** e, conseguentemente, rischiano di confondere l' internauta alla ricerca di informazioni per pianificare la propria visita o vacanza
- **Scarsa manutenzione e soprattutto aggiornamento dei siti** presenti in rete: è tutt' altro che infrequente imbattersi in siti che, una volta creati, vengono aggiornati raramente e, quindi, all' internauta si presentano in primo piano notizie e informazioni datate di parecchi mesi, se non – nei casi più gravi ma purtroppo non isolati – di anni
- Troppe volte i **siti** presi in considerazione, se si escludono quelli con finalità unicamente o prettamente di informazione turistica, **usano un “linguaggio” troppo distante da quello del turista o visitatore: i contenuti di interesse** per quest' ultimo **sono difficilmente reperibili** o identificati con parole chiave inadeguate (ad esempio informazioni su itinerari o beni visitabili collocate all' interno di sezioni quali “Cenni storici” o “Cultura”), **non vi sono sufficienti *link*** per raggiungere in modo agevole i contenuti desiderati (aspetto ancor più grave se si considera che **sovente i siti** presi in esame **hanno *URL* difficilmente memorabili e per nulla “intuitivi”** per un turista: di conseguenza quest' ultimo non sarà in grado di raggiungere direttamente la pagina desiderata digitando manualmente il relativo *URL* nell' apposita barra) e **spesso non esistono traduzioni in lingua straniera dei contenuti** veicolati, etc.

- 
- **Nell' area *target* la “copertura *web*” dei territori dei diversi Comuni non è assolutamente uniforme:** se da un lato tale fatto è comprensibile per il differente grado di vocazione turistica dei diversi ambiti, sarebbe d' altro canto auspicabile tendere ad una “copertura *web*” più uniforme nell' intera area attraverso l' uso più massiccio – ma non casuale – di *link* tra le diverse pagine e la messa in rete nei siti che abbiamo definito “generalisti” - in particolare nei portali turistici - di itinerari e percorsi che colleghino i diversi poli territoriali e veicolino un' immagine sempre più unitaria e coerente dell' area
  - Da ultimo, elemento tutt' altro che irrilevante, **la maggior parte dei siti** (si escludano quelli delle singole strutture ricettive per ovvie ragioni), anche a livello macro, **hanno come primaria finalità la comunicazione turistica e tendono invece a trascurare l' aspetto altrettanto importante della promozione turistica:** in un mondo del turismo sempre più “piccolo” e competitivo sarà sempre più necessario usare lo strumento *web* non solo per comunicare la propria realtà ma anche per promuoverla e, quindi, “venderla” all' internauta, che identifica sempre di più il *web* quale strumento non solo di “informazione” ma anche di “acquisto” all' interno del processo che porta l' individuo dalla scelta della destinazione della vacanza all' acquisto di una o più componenti della vacanza stessa.



## **Elementi di riflessione sullo sviluppo del turismo rurale tra Colli Euganei e Bassa Padovana**

- **Sviluppo locale e turismo rurale**
  - **Destinazione turistica tra domanda offerta**
- **Turismi per la valorizzazione dell' identità dei luoghi**