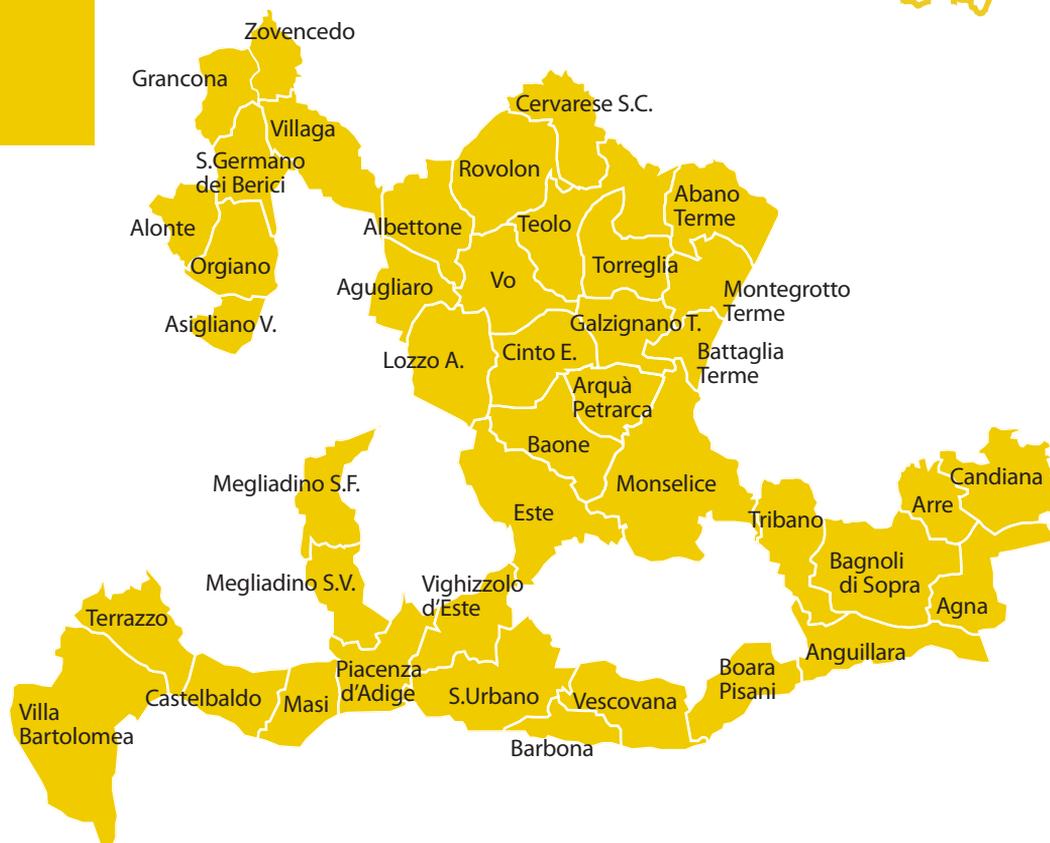
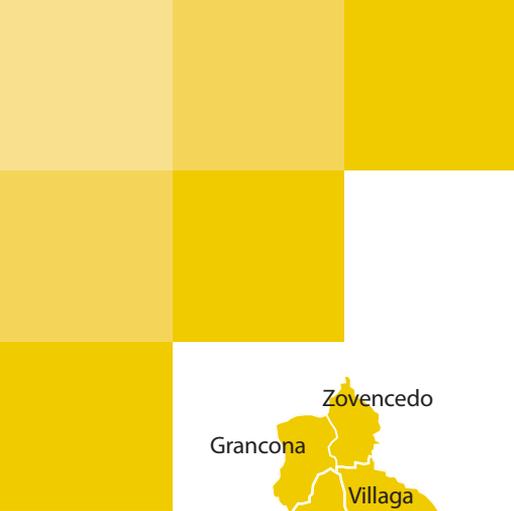




## **GAL PATAVINO**

***Competitività e sviluppo sostenibile:  
un patto di Rete per la qualità della vita e dell'offerta***



## **GAL PATAVINO**

Via S. Stefano Superiore, 38  
Villa Cà Emo 35043 Monselice (PD)

Tel. 0429.784872  
Fax 0429.784972

[www.galpatavino.it](http://www.galpatavino.it) - [info@galpatavino.it](mailto:info@galpatavino.it)



## **Sintesi PSL Patavino**

Per la stesura del Piano del GAL Patavino sono stati considerati due elementi peculiari dell'area target:

1. la dimensione economica:

- promuovere la cultura dei prodotti tipici a marchi di qualità largamente presenti sul territorio, attraverso azioni mirate a sostegno delle singole filiere e della tracciabilità;
- potenziare il settore dei servizi legati al turismo, in particolare l'enogastronomia, l'econatura e il settore termale;
- incoraggiare l'artigianato locale (pietra, ceramica, tessuti) e tutelare l'area termale;

2. la dimensione ambientale:

- recuperare il patrimonio storico-architettonico del territorio, che offre antichi borghi, città medioevali, castelli, eremi, abbazie, città murate;
- valorizzare le risorse ambientali, in particolare le 14 aree sensibili che contribuiscono alla conservazione degli habitat naturali caratteristici della regione e al completamento della rete ecologica Natura 2000.

### **Tema Catalizzatore**

è la *“messa in rete delle qualità e delle risorse dell'area per la competitività e lo sviluppo sostenibile del territorio”*.

Questo tema è stato individuato ispirandosi ai principi di marketing territoriale, che si basano sull'interazione e sulla cooperazione tra i soggetti pubblici e privati che operano sul territorio.

Un'insufficiente comunicazione tra gli attori agenti sul territorio porta alla dispersione delle risorse naturali ed ambientali dell'area e ad un aumento dei rischi di sfruttamento. Agire tramite il paternariato locale diviene, perciò, una reale oppor-

tunità di innovazione e sviluppo dell'area GAL.

La riscoperta dell'identità del territorio rurale e lo sfruttamento ecosostenibile delle sue risorse diventano i punti fondamentali su cui basare le azioni d'intervento per ottenere un incremento della competitività delle produzioni locali e dei servizi, mettendo in evidenza, tra l'altro, la cultura dell'ospitalità e delle tradizioni locali.

Il programma del Piano di Sviluppo Locale prevede la concentrazione delle risorse per ottimizzare l'efficacia dei risultati e la realizzazione di azioni pilota innovative e trasferibili anche agli altri Comuni delle province interessate dal PSL.

Per la realizzazione del piano risulta necessario che gli attori coinvolti nei vari progetti siano messi in connessione reale per potersi scambiare esperienze, know-how, metodologie e risultati e condividano le strategie, gli obiettivi e le modalità operative da adottare. La promozione dell'offerta deve, quindi, avvenire in maniera coordinata e armonica con gli altri interventi, combinando prodotti, ospitalità, accoglienza, ambiente e patrimonio culturale.

Risulta strategica l'applicazione di azioni collettive che consentano "l'acquisizione di un habitus mentale e organizzativo orientato alle nuove tecnologie, alla creazione di network (filiera, reti collaborative, ecc.), all'applicazione di metodologie di marketing oriented e ad efficienti sistemi di comunicazione".

## **Sistemazione di belvedere – Realizzazione di aree di sosta e pic-nic all'interno del Parco Colli Euganei**

■ <b>Costo totale ammesso</b>	<b>€ 280.000,00</b>	■ <b>Misura 1.4 Azione 1.4.b</b>
■ <b>Contributo Leader +</b>	<b>€ 168.000,00</b>	

### **Ente beneficiario**

Ente Parco Colli Euganei

### **Descrizione del progetto e obiettivi**

Il progetto si propone la realizzazione di 12 aree di sosta attrezzate, strategiche al fine di consentire ai visitatori del Parco Colli Euganei una migliore fruizione di quelli che possono essere definiti i "luoghi di pregio" dell'area.

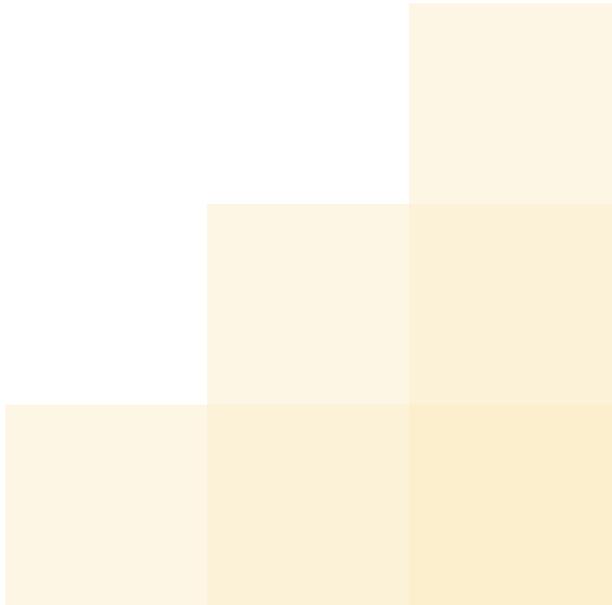
L'intervento "tipo" previsto dal progetto prevede il posizionamento di una capannina con pannello informativo, tavoli da pic-nic con panche, porta biciclette e una fontanella.

Ciascuna area sarà livellata con ghiaia e delimitata con staccionate in legno a croce di S. Andrea su cui verranno posti dei cassonetti di tout venant.

Inoltre, è prevista la piantumazione lungo il perimetro dell'area stessa di essenze arboree locali. Con questa azione, l'Ente intende completare il progetto "Belvedere", realizzando gli interventi in 7 Comuni all'interno dell'area Parco: Ar-

quà Petrarca, Battaglia Terme, Cinto Euganeo, Galzignano Terme, Montegrotto Terme, Torreglia e Teolo.





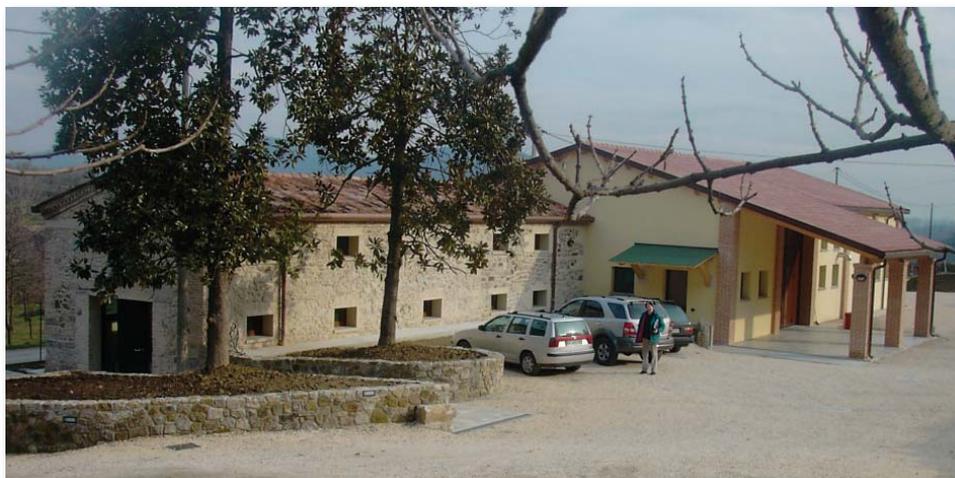
## Ristrutturazione di un annesso rustico per la lavorazione e trasformazione dei prodotti

■ <b>Costo totale ammesso</b>	<b>€ 37.142,86</b>	■ <b>Misura 1.3</b> <b>Azione 1.3.c</b>
■ <b>Contributo Leader +</b>	<b>€ 13.000,00</b>	

### Ente beneficiario

Azienda Agricola Carli Donaudy Stefano

### Descrizione del progetto e obiettivi



L'intervento del GAL è stato particolarmente importante in quanto, oltre a coadiuvare l'azienda nello sforzo finanziario che ha portato alla realizzazione del progetto, ha attivamente contribuito alla messa in opera di una struttura fondamentale per l'olivicoltura euganea. Infatti, attraverso la ristrutturazione di due annessi rustici contigui già esistenti (il primo, ex cantina, da adibire alla ven-

dita di prodotti aziendali; il secondo, portico aziendale trasformato in fabbricato da adibire a laboratorio per la frangitura di olive proprie e di altri produttori), l'azienda si è dotata di un'importante struttura e ha dato all'olivicoltura euganea un presupposto fondamentale per il miglioramento qualitativo della produzione di olio extra vergine di oliva.

Ciò potrà avvenire in quanto l'aspetto tecnologico, legato alla trasformazione del prodotto, è condizione intimamente vincolata al risultato qualitativo finale. Infatti, sia la tecnologia immessa (gruppo frantoio), sia i locali, ristrutturati in modo eccellente, sono stati resi idonei sia dal punto di vista funzionale che igienico sanitario.

L'intervento ha pienamente colto l'obiettivo perché si è consentito all'azienda di razionalizzare le strutture esistenti e in parte di riconvertirsi attraverso l'offerta di un nuovo importante servizio reso alla comunità agricola (in particolare a quella olivicola) con conseguenti positive ricadute nell'areale del Parco.



## Strumenti ed interventi per la valorizzazione e la promozione del territorio

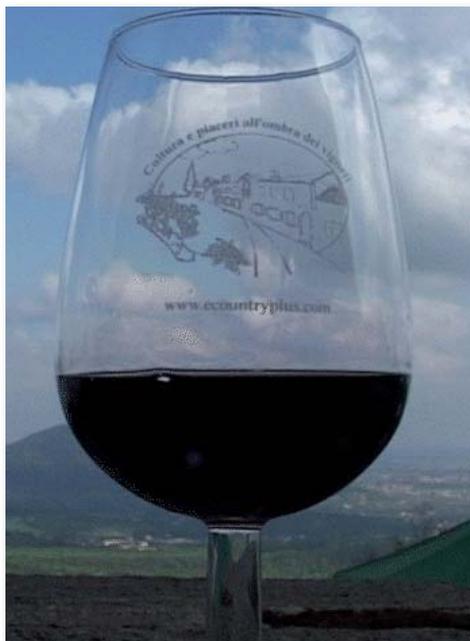
■ <b>Costo totale ammesso</b>	<b>€ 312.500,00</b>	■ <b>Misura 1.4</b> <b>Azione 1.4.b</b>
■ <b>Contributo Leader +</b>	<b>€ 250.000,00</b>	

### Ente beneficiario

Habitat Scarl

### Descrizione del progetto e obiettivi

Il progetto si propone di migliorare e sostenere l'offerta turistica e delle produzioni tipiche, collegandole in un'ottica di offerta complessiva del territorio che metta in risalto le sue diverse qualità ed espressioni.



In particolare le attività previste nel progetto sono sviluppate per:

- valorizzare l'offerta culturale, ambientale, produttiva, di ospitalità, ristorazione e di servizi del territorio;
- rendere disponibile al più vasto numero di imprese (agricole, alberghiere, ecc.) la possibilità di contattare target selezionati e maggiormente produttivi;
- consentire agli operatori turistici, in particolar modo a quelli che non sono in grado di accedere ai circuiti tradizionali di tour operator o altro (agriturismi, bed & breakfast, alberghi, musei, ecc.) di promuovere in maniera più efficace e produttiva prodotti e pacchetti turistici;
- promuovere il territorio in maniera integrata in modo da stabilire ed esaltare il collegamento esistente tra agricoltura, ospitalità, turismo, ambiente e benessere;

- promuovere tra i principali attori (albergatori e aziende agricole) il concetto di multifunzionalità, sensibilizzandoli alla necessità di operare in modo integrato per fornire all'utente finale un prodotto/servizio più competitivo e reciprocamente redditizio.

Le attività del progetto, quindi, sono consistite nella realizzazione di uno studio inteso ad individuare e riorganizzare le principali manifestazioni al fine di farle diventare importanti canali di promozione di tutto il territorio, cercando agganci con le più antiche tradizioni locali, elementi che aiutano a valorizzare le nuove manifestazioni di forte appeal come la "Piazza del Gusto".



## Ristrutturazione di un alloggio agriturismo con adeguamento della struttura a disabili

■ <b>Costo totale ammesso</b>	<b>€ 57.142,86</b>	■ <b>Misura 1.4</b> <b>Azione 1.4.a</b>
■ <b>Contributo Leader +</b>	<b>€ 20.000,00</b>	

### Ente beneficiario

Azienda Agricola Lispida

### Descrizione del progetto e obiettivi



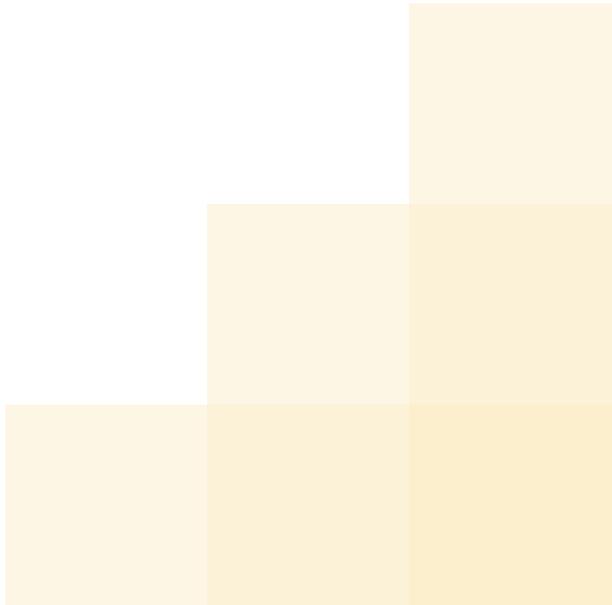
L'intervento ha visto la realizzazione dei lavori di ristrutturazione dell'alloggio agriturismo "Il Portico" per adibirlo ad uso abitativo a servizio dell'attività agrituristica, con interventi tesi a renderlo accessibile anche a disabili.

In particolare sono stati sostituiti gli infissi, i pavimenti, gli intonaci interni e sono stati adeguati gli impianti idro-termo-sanitari e l'impianto elettrico.



La realizzazione del progetto ha permesso all'azienda di migliorare l'accoglienza degli ospiti, accrescendo l'offerta di ospitalità rurale del territorio, che si arricchisce di nuove possibilità che tengono in considerazione anche turisti portatori di handicap.

*Adeguamento struttura agrituristica*



## Sala per la lavorazione delle carni

■ <b>Costo totale ammesso</b>	<b>€ 37.142,86</b>	■ <b>Misura 1.3</b> <b>Azione 1.3.c</b>
■ <b>Contributo Leader +</b>	<b>€ 13.000,00</b>	

### Ente beneficiario

Azienda Agricola Dagaz S.S.

### Descrizione del progetto e obiettivi



Il progetto è consistito nell'acquisto e installazione di tre celle per la conservazione delle carni, l'asciugamento e la stagionatura dei salumi oltre ad una dotazione di altre macchine ed attrezzature per la lavorazione delle carni stesse, secondo metodi tradizionali.

La realizzazione dell'intervento ha permesso all'azienda di dotarsi di attrezzature atte alla trasformazione e conservazione delle carni di suini aziendali allevati allo stato semibrado con metodo strettamente biologico e quindi ad alto valore di mercato.

Questo intervento, inoltre, si inserisce nelle attività integrative dell'azienda agricola, avendo creato le condizioni per trasformare e collocare il prodotto direttamente presso il consumatore finale o in particolari circuiti di negozi specializzati, in modo da "chiudere la filiera", con la realizzazione di quel "reddi-

to aggiunto" che, troppo spesso, sfugge all'imprenditore agricolo.

L'intervento ha pienamente colto l'obiettivo in quanto ha permesso di adeguare l'azienda sotto il profilo tecnologico e a mantenerla vitale e presente, in un'area particolarmente sensibile, come è quella del Parco dei Colli Euganei.



## **Sistemazione esterna ed adeguamento della saletta degustazione per il miglioramento delle strutture ricettive aziendali**

<b>Costo totale ammesso</b>	<b>€ 37.142,86</b>	<b>Misura 1.3 Azione 1.3.c</b>
<b>Contributo Leader +</b>	<b>€ 13.000,00</b>	

### **Ente beneficiario**

Azienda Agricola Alla Campagnola

### **Descrizione del progetto e obiettivi**



Il progetto prevedeva fondamentalmente due tipi di interventi miranti da un lato al miglioramento della vinificazione e quindi del prodotto, dall'altro alla commercializzazione diretta.

L'intervento per il miglioramento dei processi di vinificazione è consistito nell'acquisto di serbatoi refrigeranti a temperatura controllata, mirato ad accrescere la tecnologia enologica azien-

dale, ad indirizzo prettamente vitivinicolo, ubicata all'interno dell'area DOC "Colli Euganei".

L'altro intervento, per migliorare la commercializzazione, ha previsto l'adeguamento dell'area esterna dell'azienda attraverso la sistemazione di un marciapiede e della pavimentazione dell'area prospiciente la cantina, con la sistemazione di un parcheggio

ed, infine, la sistemazione di una saletta interna per la degustazione e la vendita diretta dei vini, ottenuti da uve prodotte direttamente dall'azienda.

Questi interventi, in particolare quelli relativi all'accoglienza in azienda, contribuiscono a migliorare le azioni di promozione e commercializzazione delle produzioni agricole aziendali, rispondendo così alle nuove attese dei consumatori.

L'intervento ha, quindi, contribuito a creare le condizioni per un aumento del reddito dell'impresa agricola stessa, concorrendo alla sua permanenza a presidio del territorio.



## Alla scoperta e ri-scoperta di una terra madre di...

■ <b>Costo totale ammesso</b>	<b>€ 235.840,89</b>	■ <b>Misura 1.4</b> <b>Azione 1.4.b</b>
■ <b>Contributo Leader +</b>	<b>€ 188.672,71</b>	

### Ente beneficiario

Habitat Scarl

### Descrizione del progetto e obiettivi

Il progetto si propone di far comprendere come i prodotti tipici rappresentino non solo dei mezzi per soddisfare un bisogno primario ma siano anche medium del territorio, veicoli della sua identità e, proprio per questo, catalizzatori di nuovi germi imprenditoriali. Avere questa vision significa restituire ai prodotti quell'identità che spesso ha ceduto il passo a principi di globalizzazione ed uniformità al mercato, diversi e slegati da quelli della tradizione e del territorio, rafforzandone la competitività, in un quadro di una sostenibilità ambientale, sociale e culturale.

Il progetto, quindi, punta a far comprendere il forte legame tra territorio, prodotti e servizi, sensibilizzando per primi gli abitanti in quanto consumatori e, nel contempo, mira al consolidamento dell'identità del territorio stesso all'interno di canali di vendita ancora poco "sfruttati" dai produttori locali.

L'idea è di sostenere la presenza di alcu-

ni prodotti tipici all'interno della grande distribuzione, creando degli spazi idoneamente attrezzati, assistiti da hostess, a supporto di una promozione dei prodotti di qualità e del territorio su cui sono coltivati e trasformati. La promozione, inoltre, sarà fatta anche nei negozi di prodotti tradizionali e nei punti informativi attivati tramite il progetto di cooperazione "Ospitalità



rurale". L'intendimento di tali spazi è di trasferire ai cittadini l'idea del variegato patrimonio del nostro territorio: dai prodotti agroalimentari ai prodotti dell'artigianato, dagli itinerari (culturali, storici, enogastronomici, ecc.) alle emergenze storico-architettoniche ed ai musei, dall'ospitalità alla ristorazione che mantiene caratteristiche di tradizionalità.

Il progetto si articola in azioni collegate tra loro al fine di rafforzare la conoscenza del patrimonio e l'identità del territorio del Gal Patavino:

Azione 1. "Individuazione del Brand e pianificazione interventi": vengono individuati il marchio, lo slogan, gli strumenti di comunicazione necessari, i prodotti e i servizi da far rientrare nella promozione e infine gli operatori della distribuzione che collaboreranno col progetto.

Azione 2. "Realizzazione del layout": riguarda la superficie impegnata all'interno del punto vendita, il formato espositivo e di comunicazione, le risorse umane da impegnare, ecc..

Azione 3. "Formazione operatori": al fine di garantire una corretta comunicazione al consumatore, vengono attivati momenti formativi rivolti agli "addetti ai lavori" (hostess, commessi, addetti al banco, ecc..) per uniformare le conoscenze in merito a provenienza, caratteristiche organolettiche e di tipicità dei prodotti offerti.

Azione 4. "Promozione": l'azione promozionale viene realizzata a livello regionale con lo scopo di far conoscere e sviluppare sia la vendita dei prodotti ma anche la conoscenza delle altre opportunità che il territorio è in grado di offrire ai turisti.



## Itinerari tra le testimonianze di Federico II di Svevia: una rete di eventi, sapori e ospitalità

■ <b>Costo totale ammesso</b>	€ 160.000,00 (Patavino)	Coop. Infraterritoriale Asse 2
	€ 890.361,00 (Costo tot. prog.)	
■ <b>Contributo Leader +</b>	€ 40.000 (Patavino)	
	€ 608.271,00 (Ris. pubbl. tot.)	

### Partner

GAL Patavino (soggetto capofila), GAL Marsica, GAL Sviluppo Vulture, GAL Basento Camastra, GAL Rocca di Cerere, GAL Terre del Gattopardo.

### Descrizione del progetto e obiettivi

Il progetto prende spunto dalle molteplici e distribuite testimonianze sull'imperatore Federico II di Svevia presenti in vari luoghi d'Italia e dall'esistenza di manifestazioni celebrative ad esso dedicate nei territori dei partner. Intende, quindi, creare una rete tra gli stessi, avviando un processo

di miglioramento dell'offerta e dell'ospitalità a fini turistici.

In particolare si propone di creare sinergie operative e finanziarie tra le attività realizzate a livello locale per migliorarne la qualità dei risultati, concentrare gli interventi promozionali e di informazione, promuovere la



crescita turistica collegandola ad eventi culturali e folcloristici.

I GAL partner di progetto, diversi per collocazione geografica ma legati da una delle più importanti figure della storia medievale europea, Federico II, hanno vocato il mese di settembre a "Settembre Federiciano", mettendo a punto un nutrito programma celebrativo: conferenze per approfondire la conoscenza dell'imperatore e del periodo storico in cui visse, sfilate, tenzoni, giochi e rievocazioni storiche, cene medioevali, mostre, concerti e rassegne di film sul medioevo, tornei di scacchi e rappresentazioni teatrali, ma anche ospitalità, ristorazione e promozione di prodotti tradizionali. Ciò al fine di offrire al turista culturale un circuito nuovo e ricco per scoprire i meravigliosi territori italiani.

Al sostegno della promozione del circuito e del "Settembre Federiciano" è stato predisposto un programma biennale, che ha consentito di realizzare un piano "media", un ufficio stampa, il sito [www.settembrefedericiano.com](http://www.settembrefedericiano.com), nonché altri strumenti promozionali diretti a far conoscere la rete dei territori "federiciani", le loro proposte (manifestazioni, eventi), il loro patrimonio culturale e la loro ospitalità.

Dopo il ricco calendario di eventi realizzati nel 2006 e nel 2007, il "Settembre Federiciano" ha chiuso con la presentazione del DVD "Frammenti in scena della vita di un imperatore: Federico II di Svevia" che raccoglie alcuni eventi teatrali realizzati e ambientati nei luoghi speciali e magici di Padova e provincia.



## Attivazione di una rete locale e della messa in sinergia delle risorse per migliorare l'offerta turistica del territorio

■ <b>Costo totale ammesso</b>	€ 162.500,00 (Patavino)	■ <b>Coop. Transnazionale Asse 2</b>
	€ 218.500,00 (Costo tot. prog.)	
■ <b>Contributo Leader +</b>	€ 130.000,00 (Patavino)	
	€ 172.500,00 (Contributo tot.)	

### Partner

GAL Patavino (soggetto capofila), GAL Aktiivinen Pohjois-Satakunta ry (Finlandia)

### Descrizione del progetto e obiettivi

Il progetto ha promosso la messa in rete delle proposte culturali, enogastronomiche e dell'artigianato tradizionale allo scopo di rafforzare l'offerta termale, attrattiva turistica principale dei territori coinvolti, attraverso l'introduzione di progetti pilota che si sono concretizzati nella:

- creazione e realizzazione di "eventi" di scambio per la promozione e conoscenza reciproca fra il GAL Patavino e il GAL finlandese;
- creazione di un libro comune che raccoglie racconti scritti da giovani di entrambi i territori, ispirati a miti, leggende e tradizioni locali;





- individuazione delle potenzialità non sfruttate del territorio per rafforzare e diversificare l'offerta e la loro messa in rete a sostegno di un'offerta e una promozione territoriale più efficace e appetibile;
- realizzazione di attività di animazione e promozione delle iniziative.

L'attività di scambio per la conoscenza e la promozione reciproca, è stata caratterizzata nell'ottobre 2005 dalla "Settimana Padovana" e nell'aprile 2006 dalla "Settimana Finlandese". Durante tali periodi di interscambio culturale ed enogastronomico, una delegazione padovana e una delegazione finlandese hanno avuto modo di conoscersi visitando reciprocamente luoghi e territori dei GAL coinvolti. Oltre a questo, tra le attività comuni dei due GAL partner di progetto, c'è stata la realizzazione e la successiva pubblicazione del libro "Nuove storie per antiche leggende". Il libro raccoglie venti racconti scritti da 11 giovani del territorio del GAL Patavino e 10 giovani finlandesi e contiene foto caratteristiche e illustrazioni dei due territori. I racconti, selezionati da giurie, a seguito di bando di concorso, sono ispirati a miti, leggende e tradizioni dei rispettivi territori. I racconti dei giovani italiani sono stati tradotti in finlandese grazie alla collaborazione dell'Università di Turku (Dipartimento di Lingua Italiana). Il libro è stato presentato ad Helsinki il 24 ottobre 2007, a Roma l'8 novembre 2007 e nei territori del GAL Patavino in occasione della manifestazioni "Un territorio da favola" (Montegrotto - 28 otto-

bre 2007) e "Monselice scrive" (Monselice – 21 dicembre 2007).

Per rafforzare e diversificare l'offerta turistica e rendere la promozione territoriale più appetibile, il GAL Patavino, in collaborazione con il Consorzio Terme Abano e Montegrotto e Turismo Padova ha promosso e avviato il progetto pilota "Family Terme Hotel", conosciuto anche come progetto "Fate", diretto a coniugare le esigenze di vacanza di genitori con figli e per aiutare il prolungamento della stagione termale.

Al progetto hanno aderito 9 hotel termali che hanno fatto propria la "Carta servizi" che definisce le caratteristiche dell'offerta degli stessi. Sono stati creati materiali promozionali atti a divulgare la nuova offerta e nuovi pacchetti integrati, che si sono aggiunti all'offerta già collaudata degli hotel termali, arricchendola con proposte per bambini e ragazzi. Nel periodo da giugno ad agosto, il GAL Patavino ha organizzato lo "speciale estate" per i piccoli ospiti degli hotel aderenti al progetto "Fate". Si tratta

di un programma alla scoperta del territorio padovano: dalle visite alle fattorie didattiche, alle escursioni all'interno del Parco dei Colli Euganei alla ricerca di fauna e flora autoctona, alle visite ai musei. Inoltre, per i bambini ospiti è stata prodotta la maglietta con il logo "Fate". Per la qualificazione dell'offerta di ospitalità rivolta alle famiglie che vogliono trascorrere delle vere e proprie "giornate da fiaba", sono stati creati dei "kids corner" con giochi per bambini collocati in spazi dedicati all'interno o all'esterno degli hotel e una piccola biblioteca e videoteca dedicata all'infanzia. E' stato avviato il servizio di animazione e di baby sitting da parte di cooperative che hanno offerto nuove opportunità di lavoro ai giovani del territorio.

A sostegno dell'attività promozionale è stato creato il sito [www.familytermehotel.it](http://www.familytermehotel.it), disponibile anche in lingua francese, tedesca e inglese, dove si possono trovare tutte le informazioni utili ai potenziali turisti che sono alla ricerca "della magia di una vacanza ideale per tutta la famiglia".





## Sviluppo di una rete ricettiva sostenibile nelle aree naturali protette del territorio Nazionale

<b>Costo totale ammesso</b>	€ 150.000,00 (Patavino) € 633.750,00 (Costo tot. prog.)	Coop. Transnazionale Asse 2
<b>Contributo Leader +</b>	€ 120.000,00 (Patavino) € 446.000,00 (Contributo tot.)	

### Partner

GAL Prealpi e Dolomiti (capofila), GAL delle aree rurali della provincia della Spezia (Liguria), ADEP – municipality enterprise for planning & development of Patras (GREECE), GAL Patavino.

### Descrizione del progetto e obiettivi

Questo progetto di cooperazione ha posto l'attenzione sulla capacità ricettiva delle aree rurali, con l'obiettivo di valorizzare la ricettività e l'ospitalità che rispondono a criteri di sostenibilità. I criteri di sostenibilità turistica delle aree Parco ed in genere delle aree rurali rappresentano un esempio innovativo di integrazione dei criteri di tutela ambientale con le esigenze di sviluppo per

le popolazioni viventi nelle aree naturali protette. Il progetto si è dato come obiettivo generale quello di accrescere la ricettività turistica nelle aree protette e diffondere la cultura della fruizione sostenibile, creando una rete ricettiva sostenibile. Obiettivi specifici, invece, che si sono sostanziati nelle attività e negli interventi, sono i seguenti:

- promuovere, nel circuito turistico na-



zionale ed internazionale, l'ospitalità delle aree naturali protette ricomprese nei territori Leader+ a livello nazionale ed internazionale;

- incentivare la fruizione turistica sostenibile, come fattore di mobilitazione e stimolo allo sviluppo locale;
- coordinare la promozione turistica delle aree interessate dal progetto attraverso iniziative nazionali congiunte di promo-valorizzazione territoriale;
- qualificare e promuovere i prodotti e i servizi ecosostenibili offerti nelle aree naturali protette;
- promuovere forme di turismo sostenibile compatibili con le esigenze di tutela delle aree protette e delle aree della rete Natura 2000;
- raccordare le politiche di conservazione con gli strumenti di pianificazione territoriale che a diverso livello condizionano le attività turistiche e di uso delle risorse naturali;
- conferire maggiore visibilità ai territori rurali individuati dal programma Leader+ attraverso la promozione di attrattori territoriali, quali appunto le aree naturali protette, caratterizzati da ecosistemi tutelati e da elevati livelli di naturalità ambientale;
- accrescere le conoscenze tra le po-

polazioni locali in materia di fruizione sostenibile delle aree protette, per promuovere l'integrazione tra le risorse naturali e le comunità locali in un'ottica di tutela e sviluppo compatibile;

- promuovere la riqualificazione del patrimonio edilizio rurale dei territori target.

Il GAL Patavino ha concentrato il suo impegno e le sue risorse nella predisposizione di un disciplinare di classificazione, nonché di un disciplinare volontario per valutare gli elementi qualificanti della sostenibilità, che sono stati applicati ad agriturismi e B&B. A sostegno della promozione dell'ospitalità rurale, in collaborazione con Turismo Padova (agenzia speciale della Provincia) sono stati creati dei corner informativi presso gli IAT di Abano Terme, Montegrotto Terme, Este e Teolo. Questi ultimi sono stati finanziati anche per la sistemazione dei punti informativi. Partendo, quindi, da un'esperienza concreta, il convegno finale si proponeva di aprire un dibattito e sollecitare riflessioni in merito al rafforzamento del marketing dell'ospitalità rurale tramite l'adozione, da parte della Regione Veneto, di una normativa per la sua classificazione.

