



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI PADOVA



Università Iuav  
di Venezia



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



Saletto, 24 ottobre 2011

# Laboratorio territoriale di progettazione dello sviluppo locale



- Per **15 giorni** i GAL promuovono uno spazio a porte aperte per **l'ascolto attivo della cittadinanza e la pubblicizzazione dell'iniziativa** di progettazione degli itinerari e dei nuovi bandi.
- I ricercatori dell'IUAV, costantemente presenti in sede, forniranno informazioni e raccoglieranno le proposte di tutti quanti saranno interessati a partecipare.
- Parallelamente avranno luogo le attività più strutturate, previste in calendario, che si svolgeranno in varie parti del territorio dell'area-target.
- Sul sito dei due GAL sarà aperta una **pagina web** dedicata al Laboratorio, che consentirà al pubblico più ampio di aggiornarsi in tempo reale e di comunicare con il gruppo di ricerca, lo staff dei GAL.
- Saranno pubblicati: il calendario delle attività; i verbali e i video/le foto degli incontri, con indicazione dei partecipanti e delle proposte; la documentazione tecnica relativa ai bandi e alle elaborazioni delle Università.
- La piattaforma web ospiterà un **forum** per la raccolta di osservazioni, proposte.
- Il Laboratorio accompagnerà successivamente la **progettazione dei Bandi**.

## Esempi di attività da calendarizzare

### Discussioni di gruppo

#### • Focus group 1

Confronto sull'analisi SWOT realizzata dall'Università di Padova, con la collaborazione di IUAV, e discussa ai Tavoli tecnici dei GAL.

Partecipanti: Volontari, ad Invito (amministratori locali; operatori del settore turistico, della ristorazione e della ricettività; associazioni locali; giornalisti; imprenditori locali).

L'analisi SWOT, rielaborata alla luce della discussione, sarà pubblicata sulla piattaforma Web del Laboratorio (sito del GAL) tra i materiali del Forum (osservazioni potranno pervenire dal più ampio pubblico per e-mail).

Obiettivo: elaborazione di una visione di sintesi più plurale.

Conduce: Università IUAV di Venezia

#### • Tavolo tecnico di lavoro 1

Le decisioni dei piani urbanistici (PAT; strumenti attuativi) e le scelte degli itinerari

Partecipanti: Amministratori locali e tecnici (Comuni; Provincia di Padova)

Obiettivo: individuazione dei vincoli, dei conflitti potenziali; armonizzazione delle scelte.

Produzione di materiali utili per la redazione del report finale.

Conduce: Università IUAV di Venezia

#### • Tavolo tecnico di lavoro 2

Gli scenari delle politiche di sviluppo (IPA, PSR, Piani del turismo, etc.) e gli itinerari:

Partecipanti: Amministratori locali e tecnici (Comuni; Provincia di Padova, Regione Veneto), Presidenti GAL del Veneto, Rappresentanti Associazioni di Categoria

Obiettivo: rafforzamento delle opportunità per il territorio.

Produzione di materiali utili per la redazione del report finale.

Conduce: Università IUAV di Venezia

## Azione locale partecipata Giurie dei cittadini

- Si lancerà l'idea del modello della giuria di cittadini, per la valutazione della qualità di servizi locali del territorio degli itinerari.

Tra i temi di interesse:

- la qualità della ristorazione, della ricettività.
- Gli spazi per i bambini.
- I servizi per gli studenti.
- Idee e valori della campagna, per lo sviluppo locale e la fruizione turistica; etc.

Partecipanti: Volontari; ad Invito (abitanti nell'area; studenti, italiani e stranieri; insegnanti di scuole locali; imprenditori, etc.).

**Obiettivo:** stimolare le visioni e le opinioni degli abitanti e attivare altre iniziative di progettazione partecipata. Esempi: per le famiglie, segnalazione dei locali attrezzati per i piccoli ospiti, delle strutture che servirebbero per la creazione di itinerari ludici e dei tratti più idonei; per gli studenti: quello che vorrebbero trovare sul territorio, per il tempo libero, lo sport (a tal fine la piattaforma web potrebbe essere uno strumento molto utile).

Conduce: Università IUAV di Venezia.

- La promozione delle giurie dei cittadini prevede la realizzazione di incontri e contatti con abitanti, operatori dell'offerta turistica, personale delle scuole e dell'università, studenti, e l'organizzazione di focus group dedicati.

## Seminari su esperienze di itinerari in altri territori

- Organizzazione di **due seminari** aperti al pubblico, per la presentazione di pratiche di successo di valorizzazione del territorio attraverso la promozione di itinerari turistici, spirituali.
- Partecipanti: ad Invito (docenti universitari, organizzatori degli itinerari)
- Organizzazione: Università di Padova e di Venezia

# Seminari su esperienze di itinerari in altri territori e prove di itinerari

- Organizzazione di **due seminari** aperti al pubblico, per la presentazione di pratiche di successo di valorizzazione del territorio attraverso la promozione di itinerari turistici, spirituali.

Partecipanti: ad Invito (docenti universitari, organizzatori degli itinerari)

Organizzazione: Università di Padova e di Venezia

- **Prove di itinerario**

**Tavoli di lavoro tematici** per l'analisi nel micro delle varie proposte di itinerario, con evidenziazione di problemi e opportunità.

Partecipanti: Associazioni locali; Operatori turistici; Imprenditori agricoli; altri.

**Progettazione di visite a luoghi, percorsi**, come passeggiate e attraversamenti da fare assieme quali attività del Laboratorio. Gruppi autogestiti visitano i luoghi degli itinerari e restituiscono le esperienze.

Conducono: Università IUAV di Venezia con Università di Padova

## Attività conclusive

- **Tavolo di lavoro sui Bandi**

Individuazione delle opportunità di finanziamento e accompagnamento della progettazione territoriale, con particolare attenzione alle microimprese e ad iniziative di innovazione

Partecipanti: Tutti gli interessati; staff tecnico dei Gal; Università

### **Incontri serali**

Restituzione di stati di avanzamento del lavoro al pubblico più ampio

- **Festa di chiusura**

**Un sabato o una domenica, prima di Natale.**

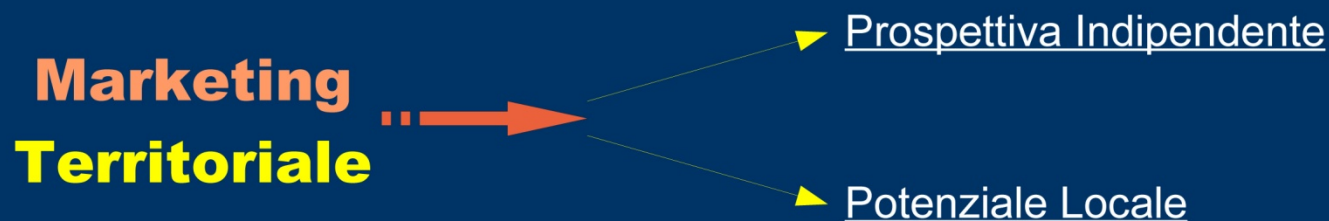
Presentazione delle proposte di itinerario

Degustazione prodotti tipici locali.



“La chiave per lo sviluppo sostenibile delle regioni rurali risiede nello sviluppo di una prospettiva indipendente e nella scoperta del potenziale locale.”

Commissione Europea, 1999  
ESDP- European Spatial Development  
Perspective: Towards Balanced and  
Sustainable Development of the Territory of the European Union



- “**Prospettive Indipendenti**”: da chi? Da cosa?
- “**Potenziale Locale**”: scoperta o invenzione?

Proviamo a  
*vendere*  
questo...



IUAV



...e questo.



IUAV

Quale territorio di applicazione per le ICT?

IUAV

Lucio Fuser "Spighe"  
CopyRight Flickr

La chiave per lo sviluppo sostenibile delle regioni rurali risiede nello sviluppo di una prospettiva indipendente e nella scoperta del potenziale locale.

Commissione Europea, 1999  
ESDP- European Spatial Development  
Perspective: Towards Balanced and  
Sustainable Development of the Territory of the European Union

Lo sviluppo rurale deve basarsi su strategie che “promuovano, in tutti i modi possibili, la creazione di capacità locali nelle aree rurali e, in particolar modo, iniziative private e centrate sulla comunità che siano adeguatamente integrate con i mercati globali”

Cork Declaration, European Conference on  
Rural Development, 1996

I territori oggetto dell'intervento “sono locazioni economiche, naturali e culturali complesse che non possono essere caratterizzate da un criterio unidimensionale come la densità di popolazione, agricoltura o risorse naturali.”

Commissione Europea, 1999

IUAV

---

---

## Tecnologie di Informazione e Comunicazione:



Incremento della disponibilità di informazioni. Informazioni generate, scambiate e disseminate da una pluralità *no-target* di individui.

Decremento dei costi di produzione della conoscenza. Conoscenza dinamica, densa, ad alto potenziale di innovazione. Costi di transazione ridotti → riduzione grado di inefficienza e di incertezza.

Annullamento delle distanze. Venditori ed acquirenti in presenza simultanea.  
*The Long Tail*: dal mercato di massa ad una massa di mercati.

Emergenza delle specificità. Creazione di unicità. Protagonismo, autonomia, de-massificazione.

# Industria del Turismo e ICT

- L'Industria del Turismo è “complessa”
- Racchiude caratteristiche della società dell'informazione
- Servizi “fisici” ed informazioni “immateriali”

L'industria del turismo è un prodotto dell'Informazione

Destinazioni Turistiche: luoghi distanti dall'esperienza quotidiana

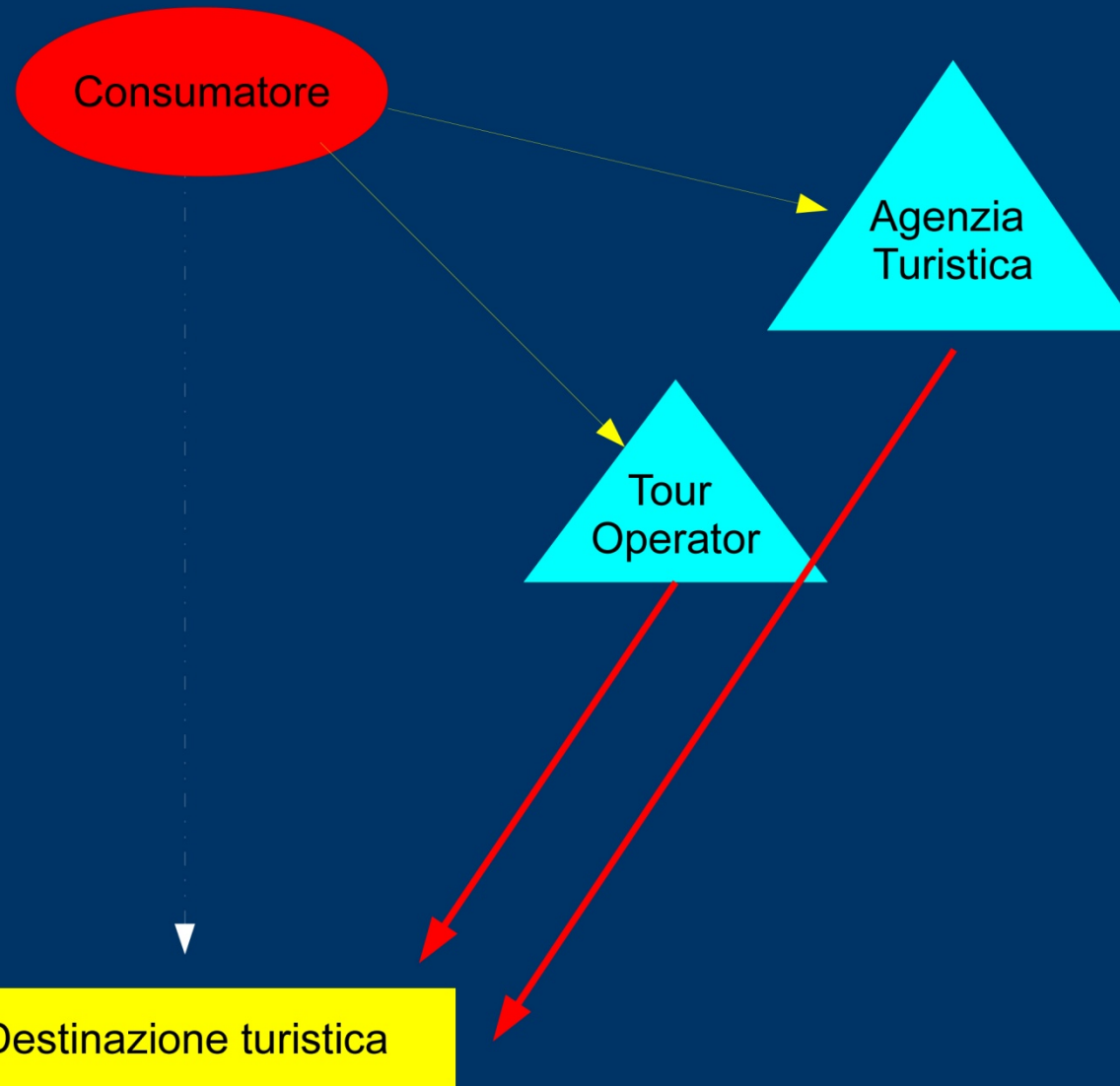
La “prova” del prodotto avviene durante la consumazione

I servizi turistici sono consumati nello stesso momento in cui sono prodotti

**La qualità del prodotto e/o servizio turistico è un bene “relazionale” che si basa sull'interazione, sulla disponibilità di informazioni e sulla comunicazione**

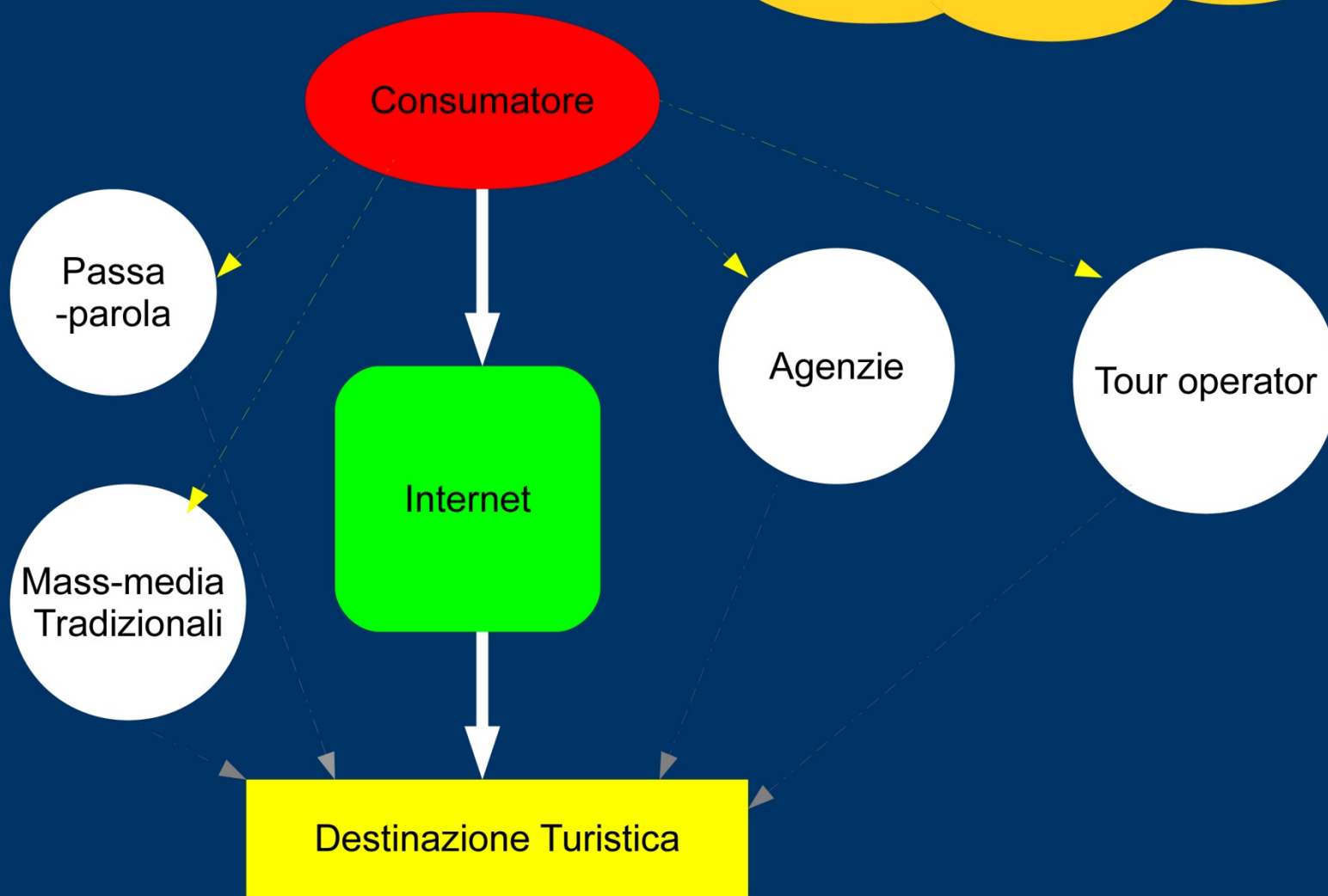


La Catena "Tradizionale"  
dell'Industria del Turismo



Industria del Turismo  
*dis-intermediata*

Disintermediazione:  
rimozione degli intermediari in un processo,  
fornitura e/o mercato



Web-based Tourism, Gal Patavino e Bassa Padovana:  
un'ipotesi di ricerca



## Censimento dei servizi esistenti

- Tipologia del Servizio (Bed&Breakfast, Agriturismo)
- Esaustività/Completezza/Omogeneità delle Informazioni
- Copertura dell'offerta
- Analisi delle Criticità per l'accesso/utilizzo del Web

## Esplorazione delle potenzialità dell' E-commerce per

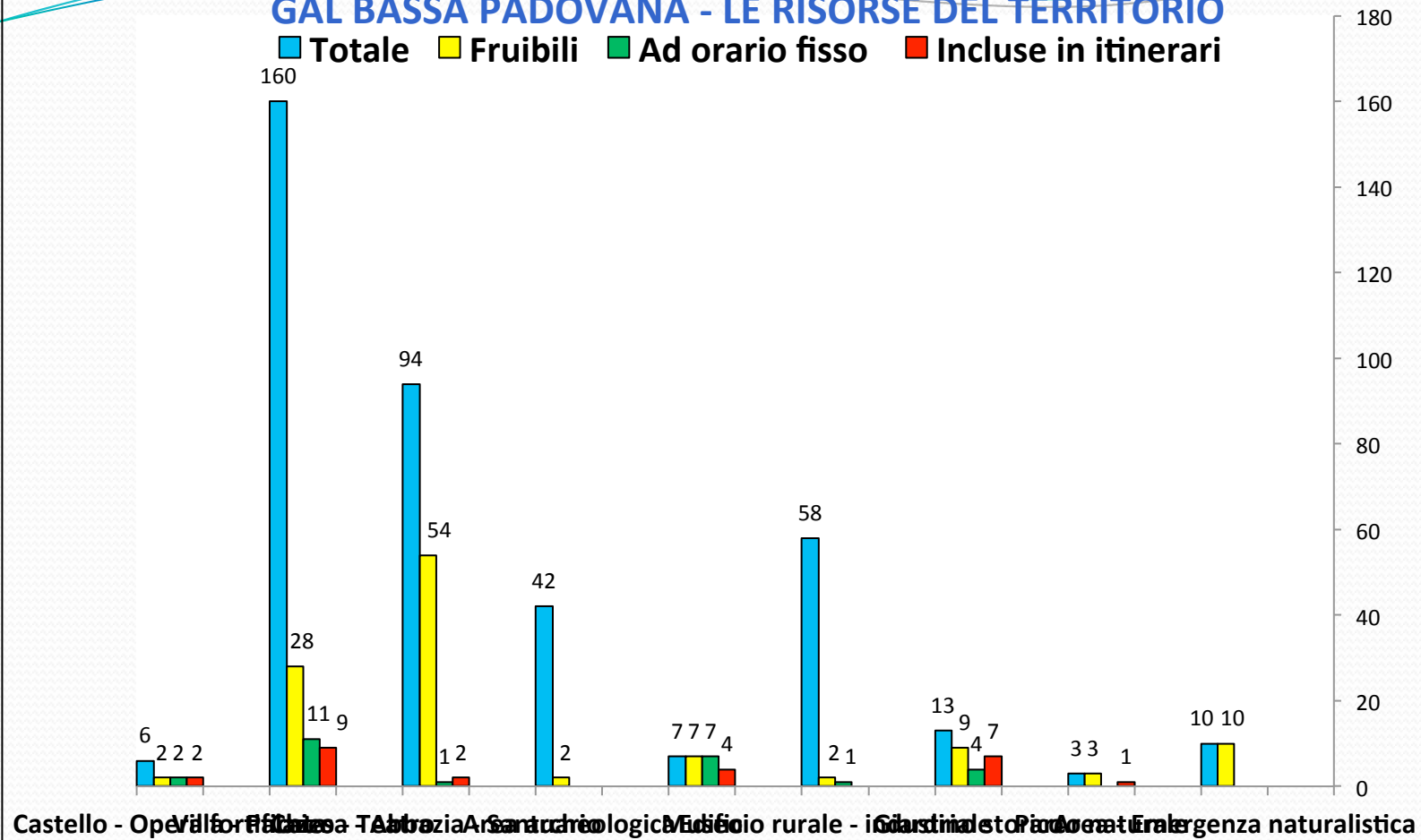
- Garantire l'accesso delle produzioni locali al mercato globale;
- Consentire agli ospiti l'accaparramento di beni di consumo indipendentemente dal mezzo di trasporto utilizzato durante la visita;
- Emersione di produzioni di nicchia e relativa tutela;
- Ricostituzione dell'identità territoriale attraverso il recupero di produzioni locali



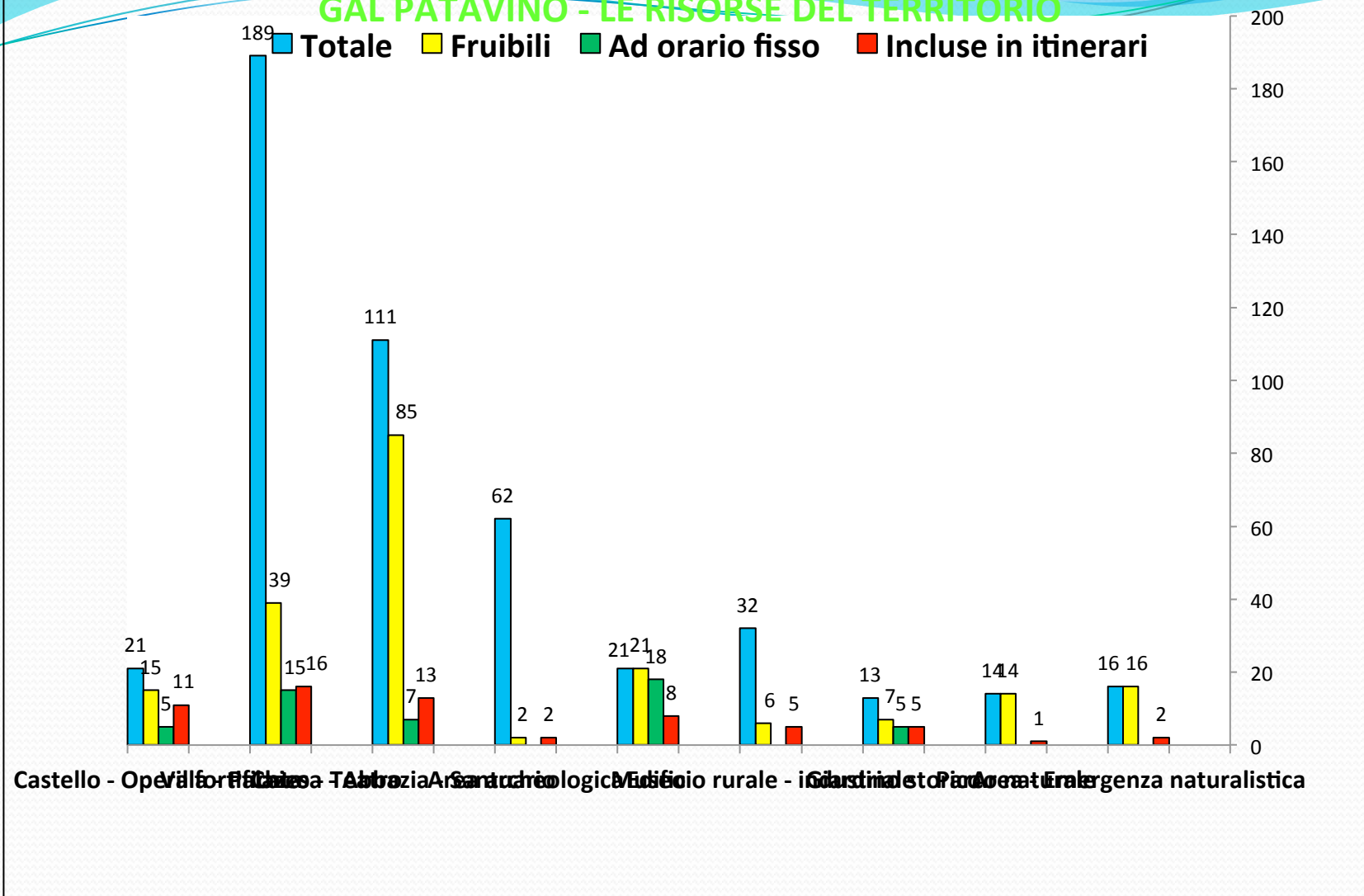
# **Il patrimonio turistico dei Colli Euganei e della Bassa Padovana**

## GAL BASSA PADOVANA - LE RISORSE DEL TERRITORIO

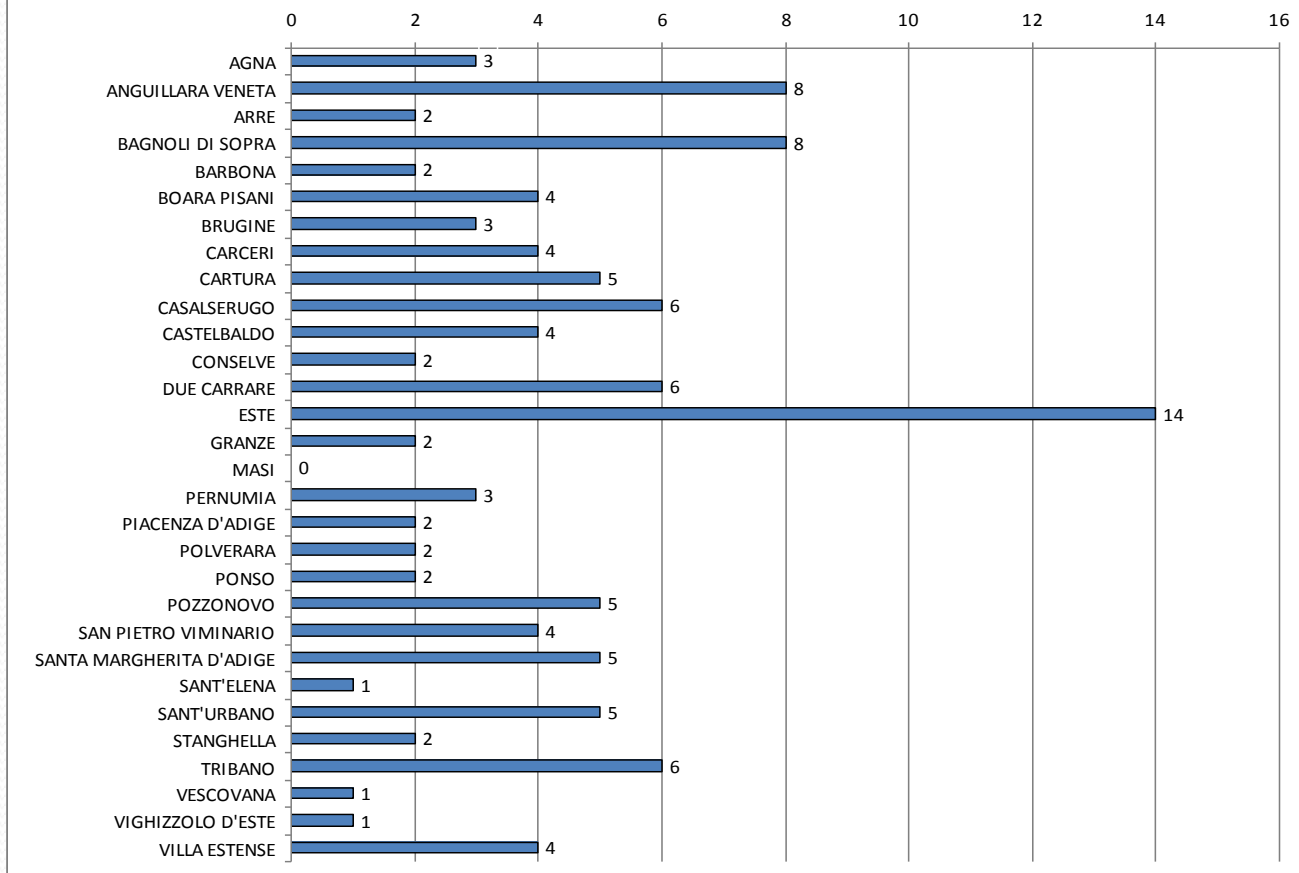
■ Totale 
 ■ Fruibili 
 ■ Ad orario fisso 
 ■ Incluse in itinerari



## GAL PATAVINO - LE RISORSE DEL TERRITORIO



## GAL BASSA PADOVANA - Gli Eventi

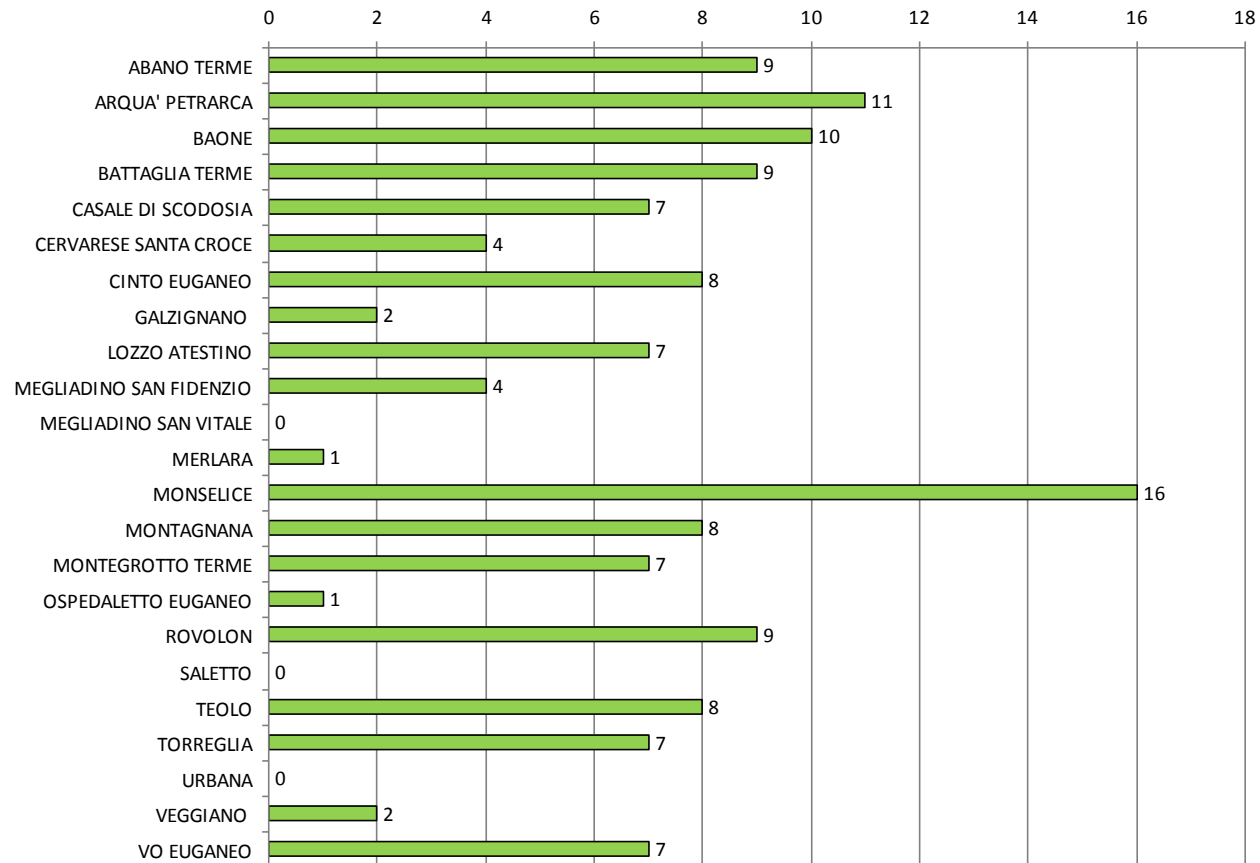


### Su 116 eventi censiti

- 42 feste religiose
- 36 eventi culturali – sportivi
- 31 feste in cui predomina l'aspetto enogastronomico
- 7 rievocazioni storiche



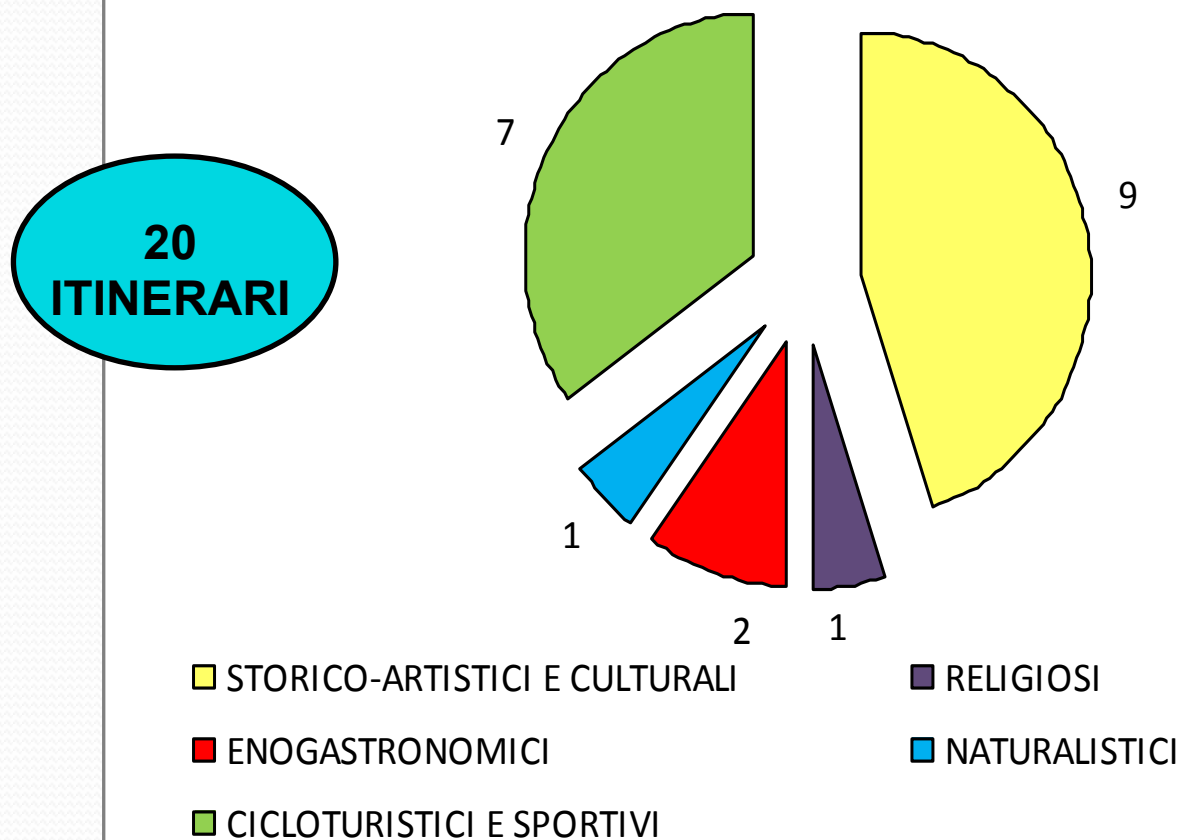
## GAL PATAVINO - Gli Eventi



**Su 132 eventi censiti**

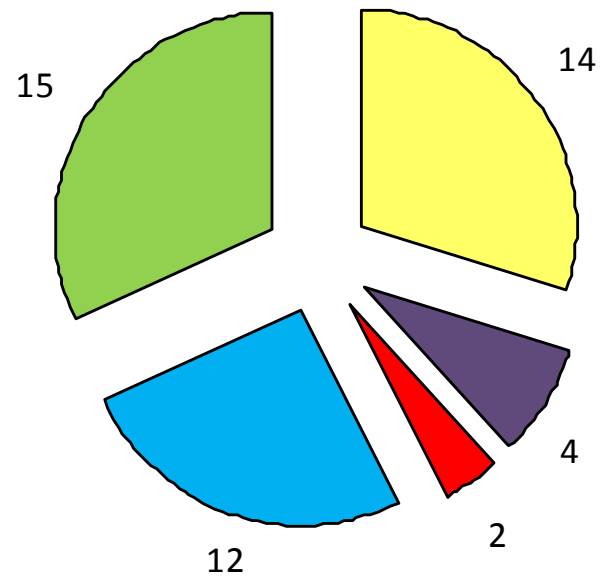
- **54 eventi culturali – sportivi**
- **38 feste religiose**
- **29 feste in cui predomina l'aspetto enogastronomico**
- **11 rievocazioni storiche**

## GAL BASSA PADOVANA ITINERARI SUDDIVISI PER TIPOLOGIA



## GAL PATAVINO ITINERARI SUDDIVISI PER TIPOLOGIA

**47  
ITINERARI**



■ STORICO-ARTISTICI E CULTURALI

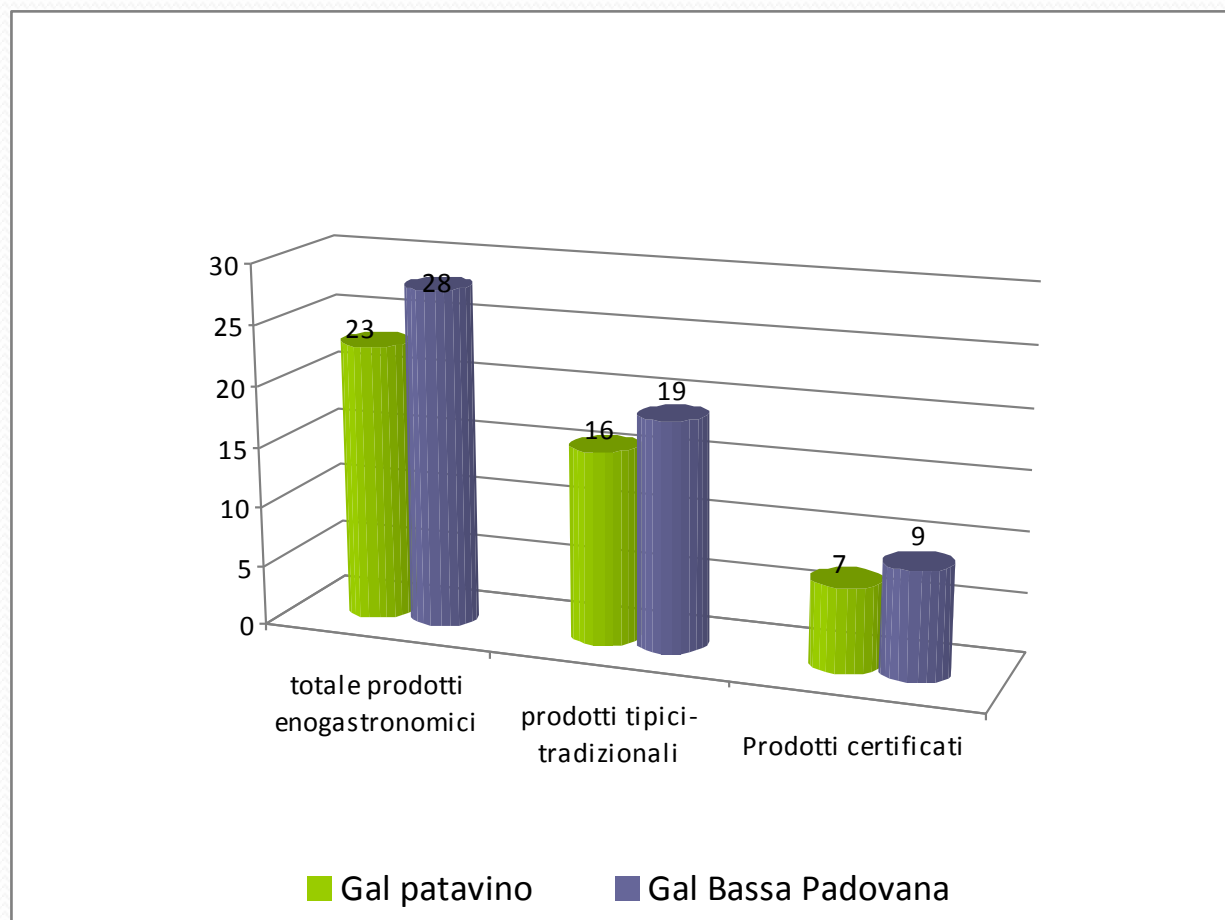
■ RELIGIOSI

■ ENOGASTRONOMICI

■ NATURALISTICI

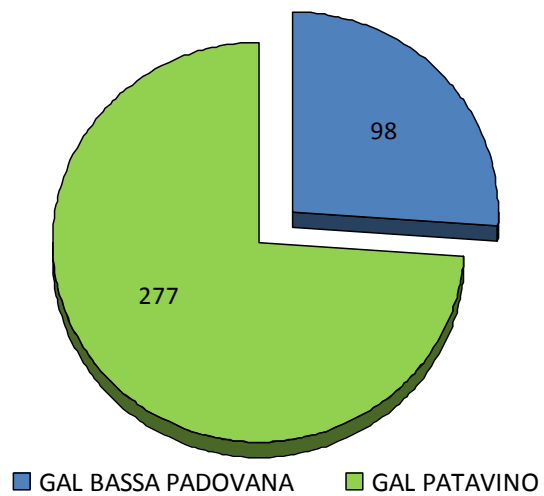
■ CICLOTURISTICI E SPORTIVI

## A CONFRONTO: Prodotti tipici dei Gal Patavino e Bassa Padovana

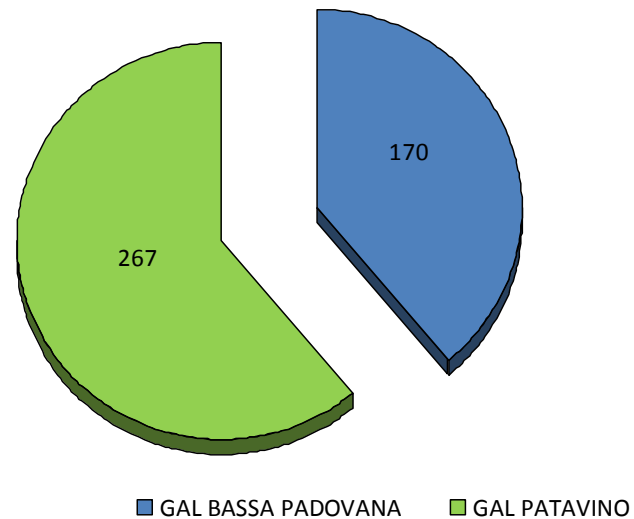


## A CONFRONTO: Ricettività e Ristorazione dei Gal Patavino e Bassa Padovana

**RICETTIVITA'**



**RISTORAZIONE**




## Arrivi e presenze nell'area target nel primo semestre dell'anno

I Comuni della **Provincia di Padova** (area Terme-Colli Euganei esclusa) hanno registrato un andamento positivo, sia per gli italiani che per gli stranieri, con un +17,74% negli arrivi e un +16,15% nelle presenze.

L'ambito **Terme-Colli** ha registrato un + 6,20% negli arrivi ed un + 2,37% nelle presenze.

Sull'incremento di arrivi e presenze continua l'incidenza positiva dei visitatori italiani che nel Bacino Termale hanno fatto registrare un +7,18% di arrivi e un +3,77% di presenze a conferma di una tendenza già in atto da diversi anni.

Per quanto concerne gli stranieri, si registra il +4,42% negli arrivi e + 0,92% nelle presenze, che lascia intravedere una leggera inversione del trend grazie soprattutto ai francesi e agli svizzeri mentre permane la tendenza negativa di Austria e Germania.



Nel complesso del primo semestre dell'anno la **permanenza media** nel bacino termale, il maggiore comparto turistico della Provincia, per la clientela italiana, è di 3,55 giornate mentre si attestano sulle 6,13 giornate per il pubblico delle altre nazionalità

Si tratta di dati sono in linea con le tendenze e i cambiamenti in atto nel mercato turistico italiano:

- Tengono i flussi turistici dall'estero (cresce il numero di visitatori, mentre si riduce la permanenza media);
- Aumenta il fenomeno degli short break meno (1-2 notti) e la frammentazione delle vacanze
- Si ridimensionano i prodotti mass-market (mare, città d'arte, etc.) a favore dei prodotti tematici



## Ma chi sono i nostri turisti?

- **Italiani**, tra i 35 e 45 anni, provenienti per lo più dal Nord Italia, impiegati e professionisti
- **Stranieri**, in prevalenza tedeschi e austriaci, seguiti francesi e svizzeri



# Che cosa cercano nel nostro territorio?

1. Riposo, relax
2. Desiderio di vivere a contatto con la natura
3. Benessere, cura
4. Attività sportive “lente” (es. passeggiate, nordic walking, bicicletta)
5. Attività didattiche e ludiche per i bambini (family)
6. Attenzione per l’aspetto storico-culturale
7. Riscoperta di tradizioni e saperi del territorio
8. Degustazione di prodotti tipici e di ricette tradizionali e locali
9. Offerta ricettiva “specializzata” (family, gourmet, sport ecc.)
10. Piccole strutture ricettive a gestione familiare, cordialità, ospitalità
11. Autenticità del luogo e delle tradizioni
12. Eventi di qualità
13. Tour in autonomia (supportato da un sistema di accoglienza ed informazione adeguato alla domanda)
14. Visite guidate (competenze specifiche e ottima capacità di comunicazione)

## Questi dati insieme alle risorse turistiche del nostro territorio

Hanno un possibile **filo conduttore**: possono essere visitate, “**vissute**” in **bicicletta**.

Le potenzialità turistiche del territorio infatti sono coerenti con quanto ricercano coloro che praticano le vacanze in bicicletta.

La bicicletta infatti non è solo un mezzo di trasporto che rispetta l'ambiente, ma

- Risponde a **motivazioni/bisogni diversi**: relax, natura, conoscenza del territorio, benessere, modo di viaggiare alternativo, moda
- Risponde a molte delle **motivazioni che già portano nel nostro territorio i turisti**
- È **trasversale** rispetto a diversi pubblici
- Consente di acquisire **nuovi pubblici**
- Permette di fornire (e di investire in) **nuovi servizi**
- Può **rilanciare** una destinazione

Inoltre

- È coerente con gli obiettivi di valorizzazione del patrimonio rurale e di sviluppo sostenibile del Progetto sostenuto dai GAL
- È in linea con i progetti portati avanti dalla Regione e dalla Provincia di realizzazione della rete di piste ciclabili del Veneto e di itinerari cicloturistici

## Due parole sul cicloturismo

Il cicloturista che sceglie di pedalare in Italia **non chiede solamente di “ fare sport”**: nella maggior parte dei casi ama pedalare fuori dal traffico, nella natura, ama soffermarsi anche a visitare le bellezze culturali del Paese.

### Chiede

Relax

Conoscenza/scoperta

Benessere fisico e mentale

Natura

Modo alternativo di viaggiare

Seguire la moda nascente

Modo per socializzare

# TARGET

## ITALIANI

- Percorsi facili, pianeggianti, città d'arte, attrattive culturali di vario genere
- Scarsa cultura della bicicletta
- Paura dell'imprevisto
- Lunghezza percorsi: 50 km al giorno
- Età: 30-40 anni

## EUROPEI (tedeschi austriaci svizzeri olandesi danesi belgi svedesi)

- Vengono in Italia sapendo quello cui vanno incontro
- Sopportano bene strade sterrate e in salita
- Biciclette, borse, attrezzi
- Lunghezza percorsi: da 50 a 70 km al giorno
- Età: 50-60 anni

## AMERICANI

- Fascia alta
- Bici da corsa, MTB
- Lunghezza percorsi: anche 100 km al giorno
- Fare sport
- Natura + cultura

## PRODOTTI TURISTICI

- Bici e famiglia
- Bici e barca
- Bici e benessere
- Bici e camper
- Terme e bike
- .....

## **SERVIZI – Alloggi**

### **Criteri minimi**

- Disponibilità ad accogliere il cliente per una notte
- Ricovero per le biciclette
- Lavare e asciugare gli abiti
- Colazione ricca
- Cassetta degli attrezzi
- Informazioni turistiche
- Disponibilità carte cicloturistiche

### **Offerte aggiuntive**

- **Prelievo e accompagnamento dei cicloturisti**
- **Noleggio biciclette**
- **Escursioni**
- **Trasporto bagagli alla struttura successiva**
- **Prenotazione albergo successivo**
- **Accordi con officine specializzate**
- **Pranzo al sacco**
- **Libro degli ospiti**

## **SERVIZI – Ristorazione**

### **Criteri minimi**

- Deposito bagagli
- Offerta gastronomica mirata
- Pasti caldi a tutte le ore di apertura del locale
- Informazioni

### **Offerte aggiuntive**

- **Offerta di un pasto completo e vegetariano**
- **Offerta di cucina regionale**
- **Possibilità di preparare il pocket-lunch da portar via**
- **Libro degli ospiti dove lasciare consigli suggerimenti critiche ...**