



TURISMO e Psicologia
Rivista interdisciplinare di studi, ricerche e formazione

**TURISMO FLUVIALE LUNGO LA RIVIERA EUGANEA:
UN POSSIBILE PIANO DI SVILUPPO TURISTICO**

Angelica Bassan
Università Ca' Foscari Venezia
ge88@live.it



PADOVA UNIVERSITY PRESS

TURISMO FLUVIALE LUNGO LA RIVIERA EUGANEA: UN POSSIBILE PIANO DI SVILUPPO TURISTICO

RIASSUNTO:

La promozione di un turismo di qualità è ancora poco sentita in Italia, Paese che vanta un magnifico potenziale. Questo articolo analizza la rete fluviale nel territorio compreso tra Padova e Monselice, analizzandone tutte le connessioni turistico-culturali che quest'area può offrire. L'obiettivo è quello di rivalutare il ruolo della navigazione in acque interne esponendo delle proposte culturali concretizzabili e delle strategie in grado di: riqualificare l'ambito territoriale in esame, rivalutare le grandi potenzialità culturali e rilanciare il turismo della zona. L'approccio utilizzato sarà appunto indirizzato al possibile sviluppo di un piano turistico che esprima al meglio, e soprattutto valorizzi il singolare contesto culturale in perfetta sinergia con l'ambiente in questione.

Parole chiave: turismo fluviale, sviluppo, ambiente, rivalutazione.

RIVER TOURISM ALONG THE RIVIERA EUGANEA: A POSSIBLE TOURISM DEVELOPMENT PLAN

ABSTRACT:

The promotion of quality tourism is still little felt in Italy, a country that boasts a magnificent potential. This article analyzes the river network in the territory between Padua and Monselice, analyzing all the tourist and cultural connections that this area has to offer. The goal is to reevaluate the role of inland navigation in exposing the cultural actionable proposals and strategies to: redevelop the geographical area in question, reevaluate the great cultural potential and boost tourism in the area. The approach used will be precisely targeted to the possible development of a tourism plan that best expresses, and especially values the unique cultural context in perfect synergy with the environment in question.

Keywords: river tourism , development, environment, appreciation

1. Introduzione

Una prima definizione di “turismo fluviale” si può tributare a Robert Louis Stevenson nel 1878 che lo intendeva come un'idea di spostamento secondo un itinerario d'acqua.

Oggi questa dizione rimanda ad un concetto molto più complesso ed esteso che vede il turismo fluviale come un'attività che nasce dalla stretta interrelazione tra il corso d'acqua e il territorio che attraversa. Esso comporta dunque, la coesistenza tra due componenti: le pratiche nautiche ed acquatiche e le pratiche terrestri.

Il turismo fluviale si pone l'obiettivo di costruire un ponte tra i beni architettonico-culturali e lo scenario in cui gli stessi trovano collocazione, vale a dire il territorio e le comunità che lo abitano, per favorirne forme di fruizione ricreativa ed esperienziale dei luoghi che siano sostenibili e responsabili, cioè attente alla conservazione dei processi ecologici, delle tradizioni socio-culturali, del patrimonio ambientale e di quello locale e dei prodotti territoriali che ne fanno la storia.

Le vie d'acqua sono considerate, secondo questa ottica, come “corridoi culturali” in grado di offrire beni culturali (risorse) non indifferenti. Questa pratica turistica nasce in Europa negli anni '70, dove ha un pieno sviluppo ed è ampiamente supportata dallo Stato.

Ma qual è il compito del turismo? Oltre a garantire il benessere del turista ed un ritorno in termini economici, deve generare benefici per la comunità ospitante sotto il profilo sociale, culturale ed ambientale.

La soddisfazione dei bisogni delle comunità interessate, la valorizzazione, la tutela e la conservazione delle risorse territoriali culturali e naturali, sono i fondamenti per un turismo sostenibile. La definizione di turismo sostenibile è enunciata nella “Carta per il turismo sostenibile di Lanzarote” del 1995, documento finale prodotto dalla Conferenza Mondiale sul Turismo Sostenibile tenutasi appunto a Lanzarote (Isole Canarie). La Carta consta di 14 punti rivolti alla promozione di un turismo che sia occasione di sviluppo per le comunità residenti, di salvaguardia delle risorse naturali e culturali, e di qualità per il turista-visitatore.

Lo scopo da perseguire è quello di promuovere un turismo di qualità in un momento critico in cui il territorio è fortemente urbanizzato e necessita di una riqualificazione e una rivalutazione delle risorse storico-ambientali, quali, ad esempio, la rete fluviale.

Il turismo fluviale infatti, riguarda e mette in simbiosi tre spazi geografici ben identificati: il fiume o canale, il bordo navigabile, i paesi sia rivieraschi che limitrofi e dell'entroterra.

Ruolo fondamentale in tutto ciò riveste la destinazione turistica, concepita quale insieme di attività e di fattori di attrattiva che, ubicati in uno spazio definito, sono in grado di presentare un'offerta turistica articolata ed integrata, valorizzando le risorse e la cultura locali. La componente principale della destinazione turistica non è altro che il prodotto turistico che essa è in grado di offrire in termini di domanda e di offerta turistica (Fig. 1).



Fig.1. La filiera del prodotto turistico fluviale.

Per comprendere appieno il significato occorre parlare della prospettiva domanda-offerta e della necessità di adottare un approccio di tipo olistico nell'analisi e nella proposta di soluzioni ed iniziative. Questo approccio ha una visione più adatta poiché è incentrato sulle relazioni con scambi bidirezionali fra gli attori aumentando la competitività dell'ambito territoriale e ponendolo verso il recupero della sostenibilità.

Dal punto di vista della domanda emerge che le motivazioni che spingono il turista a praticare questo turismo è “il voler trascorrere un periodo a contatto con la natura”, cioè un turismo “verde” ma anche culturale, urbano, diversificato in connessione con altri tipi di turismo o filiere di prodotto che vedono la compresenza e l'integrazione di: sport, enogastronomia, ruralità, relax, arte e cultura, eventi.

Sotto il profilo dell'offerta turistica invece, la motivazione per la quale una destinazione si attiva verso questo genere di turismo (di nicchia), è essenzialmente di tipo economico.

Ma chi sono gli attori della destinazione turistica? In primis, la popolazione locale che vive e lavora nel luogo e fornisce le risorse locali; i turisti che influenzano il sistema d'offerta; l'industria turistica (musei, società, associazioni, ristoratori ecc.); gli amministratori locali e il tessuto imprenditoriale. Questi stakeholders esercitano tutti una posizione distintiva nella definizione dell'ambito territoriale nel quale si trovano

La riuscita di tali iniziative non può prescindere però che dalle politiche turistiche e dalla *governance* territoriale. Si parla quindi di un processo di coordinamento dei soggetti territoriali (istituzionali, pubblici o privati) che hanno lo scopo di:

- Condividere una visione comune dello sviluppo del territorio;
- Promuovere la creazione e la successiva realizzazione di iniziative territoriali coerenti rispetto alla visione comune di sviluppo territoriale.

La *governance* deve essere orientata al perseguimento di obiettivi comunitari di competitività, sostenibilità dello sviluppo, coesione socio-economico-territoriale.

In questa modalità di sviluppo a “rete”, caratterizzata dalle collaborazioni intersettoriali ed interistituzionali tra i vari soggetti coinvolti, spicca il ruolo sempre più importante della dimensione locale, composta dalle amministrazioni locali e da tutti gli enti preposti, quali attori capaci di attivare, mediare, ed indirizzare i vari soggetti coinvolti nell'azione di governo.

Il processo di *governance* è attivo generalmente da un organo guida, di norma un soggetto pubblico, con la volontà di coinvolgere, far partecipare, individuare nuove risorse. Al riguardo sono importanti le nuove tecnologie e le ICT (Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione) all'interno dei processi amministrativi, quali elementi fondamentali per il futuro.

Codesto approccio implica necessariamente che vengano attivate le sinergie tra attività fluviali ed attività terrestri sulle zone rivierasche, così da avviare uno sviluppo interno su tutto il territorio circostante il bacino idrografico.

Il turismo fluviale europeo ha dimostrato che un approccio di questo tipo ha evidenziato un esito positivo sia in termini di valorizzazione paesaggistica, sia in termini di crescita economica e sviluppo urbano e sociale.

La Francia è un esempio di eccellenza in questo campo in quanto si è adoperata per lo sviluppo della navigazione da diporto e del turismo fluviale, ottenendo anche la crescita del trasporto fluviale di merci. Il sistema idroviario è gestito da un'istituzione pubblica a carattere industriale e commerciale che si occupa della manutenzione, modernizzazione, sviluppo ed ampliamento. Il piano di sviluppo pone il contesto territoriale al centro promuovendo una strategia ed una logica operativa volte alla creazione di una filiera turistica connessa e finalizzata all'allestimento di un prodotto evoluto, innovativo in grado di intercettare target di domanda molteplici e segmenti redditizi.

Punto focale di questa strategia è la piattaforma informativa, ovvero un sito web per promuovere l'intero sistema turistico fluviale nazionale, integrando itinerari e servizi offerti. Basti pensare al *Canal du Midi* nella Francia meridionale entrato a far parte, nel 1996, dell'UNESCO. In particolare è molto sviluppata l'attività di locazione di houseboat e delle crociere che fruttano il 50% del fatturato complessivo delle attività in Francia, dati che si riferiscono allo studio di settore svolto da Voies Navigables de France.

Anche l'Inghilterra presenta questo turismo lungo il *Grand Union Canal* che collega Londra con Birmingham, anche qui vi è la possibilità di noleggio di houseboat e cottage lungo il canale.

Paese fluviale per eccellenza è Amsterdam, città che nasce sull'acqua nel medioevo, oggi considerata la “Venezia del nord” con i suoi 165 canali. L'offerta turistica è molto articolata e sempre nuova, si possono noleggiare houseboat, fare delle crociere, ed il tutto è agevolato dall'utilizzo di una card e di un App che permettono numerose agevolazioni per godere al meglio il ricco patrimonio culturale di Amsterdam, che dal 2010 fa parte anch'essa dell'UNESCO.

Questo breve excursus tra alcune delle città europee più importanti ha rilevato quando nel nostro Paese ci sia una grande carenza di organizzazione e di valorizzazione delle molte risorse di cui disponiamo.

In Veneto una destinazione promotrice del turismo fluviale dovrebbe essere la Riviera del Brenta, la quale offre un prodotto turistico ricco di Ville veneziane, di cui però solo il 20% è visitabile, fattore quantomeno penalizzante. Per quanto riguarda i fattori d'attrattiva principali: patrimonio architettonico, enogastronomia, eventi, comparto ricettivo ed accessibilità; l'offerta è molto buona ed in crescita. La Riviera del Brenta è ben pubblicizzata dal portale web interamente dedicato dove il turista può reperire tutte le informazioni necessarie alla conoscenza e alla visita di questa destinazione.

Ma veniamo ad un particolare caso di studio che è la Riviera Euganea. (Fig. 2)



Fig.2. Schema idrografico odierno, tratto da Zanetti (2002). Andar per acque da Padova ai Colli Euganei.

Si considera “Riviera Euganea” il territorio che si estende dalle porte di Padova lungo il canale Battaglia, giungendo a Pernumia e Monselice. Questa zona ha un peso storico non indifferente per lo sviluppo commerciale del triveneto sin dal medioevo, può essere considerata come un sistema idrografico di elevato pregio ambientale che permetteva il trasporto di merci e persone in tutto il Veneto. Vale la pena ricordare il trasporto di trachite da Monselice a Venezia per la costruzione di numerosi palazzi veneziani oltre a l'utilizzo di questa via da parte dei nobili veneziani che si recavano in villeggiatura nelle ville situate lungo la riviera.

La Riviera Euganea è già nota come destinazione turistica ma necessita senza alcun dubbio di una riqualificazione dell'offerta locale in modo da poter migliorare i servizi presenti in termini qualitativi, consentendo così un nuovo posizionamento strategico della destinazione.

I fattori di attrattiva presenti sono molteplici: dal paesaggio fluviale, alla maestose ville cinquecentesche, ai vecchi mulini, ai borghi medievali, ai luoghi di culto, ai musei, agli agriturismi ecc. Basti pensare al Castello del Catajo, al Castello di Lispida, a Villa Pisani, al castello e al

santuario delle Sette chiese a Monselice, al borgo di Arquà Petrarca, al Museo della Navigazione di Battaglia Terme e molti altri. Inoltre la destinazione turistica ha una notevole capacità ricettiva se consideriamo le città di Abano e Montegrotto Terme, ricche di complessi alberghieri e termali invidiatici in tutta Europa.

La tipologia di offerta, dunque, potrebbe essere molto varia ed articolata, promuovendo il recupero, la salvaguardia e la valorizzazione ad ampia scala della suddetta area.

Ma oggi com'è connotata turisticamente la zona? Itinerari fluviali sono presenti già da diversi anni in Veneto. Sono diverse le società di navigazione che offrono escursioni e itinerari lungo il canale Battaglia con degustazioni enogastronomiche o visite a luoghi d'interesse. Il punto di riferimento dei sistemi turistici fluviali della zona è il Consorzio dei Battellieri di Padova e Riviera del Brenta il cui sito web è ancora in fase di costruzione così da fornire informazioni limitate e non aggiornate. L'itinerario che interessa la zona è *Ville e Castelli delle Riviera Euganea* ed è tra le iniziative di più società di navigazione che prevedono l'escursione in barca partendo da Padova per giungere a Battaglia Terme e visitare il Museo della Navigazione fluviale con successiva sosta nella nota Azienda Agricola Salvan, e proseguire verso Monselice per visitare il Castello Cini.

Il problema è che la capacità attrattiva delle proposte formulate è relativamente bassa, sarebbe necessario differenziare i tipi di offerta in relazione ai diversi tipi di target.

Inoltre emerge la mancanza di una collaborazione più stretta con il settore culturale e con il sistema territoriale stesso, con il quale si potrebbero realizzare partnership che diano rilievo ai prodotti locali e che incentivino il consumo di un "turismo rurale", che se sapientemente gestito, può generare un certo ritorno economico.

Manca una vera e propria cultura del turismo fluviale, soprattutto perché non si è assistito ad una modernizzazione e manutenzione del sistema e delle opere fluviali. Tale inadempienza causa una seria difficoltà nella navigazione così da creare una fama negativa al turismo fluviale italiano, divenendo un settore di minore rilievo.

Si denota l'assenza di un organo che funga da coordinatore tra i diversi operatori turistici presenti nell'area e dell'adozione di un'ottica di tipo unitario che leghi tutte le varie realtà territoriali fra loro.

La Riviera Euganea è stata analizzata grazie all'ausilio di strumenti economici, quali l'analisi SWOT, con l'obiettivo di individuare i punti di forza e le carenze dell'area stessa; il confronto fra questi ha consentito di poter identificare una "posizione strategica di successo" per il territorio.

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
Vicinanza a luoghi di primario interesse turistico (città d'arte, complessi culturali, musei, nodi ferroviari, autostrade, zone ciclabili)	Prevalenza di logiche individualistiche nella gestione delle politiche turistico-culturali
Molteplicità e diversificazione dei prodotti turistici offerti dalla destinazione	Mancanze di sinergie fra gli attori territoriali
Molteplicità e diversificazione dei prodotti turistici offerti dalla destinazione	Mancanze di sinergie fra gli attori territoriali
Buona capacità ricettiva (Abano Terme, Montegrotto Terme, Monselice)	Eccesso di offerta, da parte dei Comuni, in termini di eventi che spesso si sovrappongono e non sono diversificati
Destagionalizzazione dell'offerta turistica: molte attrattive sono attive tutto l'anno	Scarsa fruibilità delle risorse culturali (aperture solo nei weekend o su prenotazione) con conseguente scarsa rilevanza economica
Presenza di un complesso termale tra i più antichi ed importanti d'Europa	Diversificazione limitata della ricettività
Consistente presenza di prodotti enogastronomici e tipici del territorio	Carenza di infrastrutture: mancanza autobus e navette; scarse segnaletica delle attrattive turistico-culturali

Crescente domanda di turismo attivo e diversificato	Forte urbanizzazione del territorio
	Mancanza di punti di ristoro lungo la riviera fluviale
	Scarso materiale pubblicitario distribuito nel territorio
	Strategie comunicative penalizzanti: scarsità delle informazioni reperibili in Internet, siti web di pessimo livello qualitativo e in sovrabbondanza
OPPORTUNITA'	RISCHI
Creazione di partnership tra settore pubblico e privato	Ulteriore urbanizzazione del territorio
Riconversione dell'offerta turistica	Perdita delle tradizioni artigianali locali
Introduzione di servizi pubblici per collegare i comuni (bus e navette)	Perdita di prodotti enogastronomici
Predisposizione di postazioni di bikesharing	Incremento di attività industriali
Incentivazione di itinerari fluviali con un miglioramento nella gestione delle Società di navigazione	Continua frammentazione dell'organizzazione e gestione del settore turistico
Creazione di una "card" per l'accesso a più siti di interesse turistico presenti nell'area	Sviluppo e attrattive "a due velocità" nei comuni interessati
Progettazione di nuovi eventi che possano coinvolgere anche il turista e non solo le comunità locali	Assenza di commercializzazione coerente e definita
Maggior attenzione al comparto enogastronomico da inserire in eventi ed itinerari	Problemi di degrado ambientale
Potenziamento accessibilità ai beni (prolungamento orari di apertura, apertura infrasettimanale, eventi gratuiti)	
Creazione di nuovi itinerari tematici che sfruttano la diversità delle risorse (ad es. "La via del Petrarca", "La via delle pietre")	
Creazione di una rete museale composta dalle piccole realtà territoriali	
Sensibilità ecologica	
Sviluppo turismo legato alla natura	

Tab.2. Analisi SWOT dell'area da Padova a Monselice lungo il percorso fluviale. Le informazioni sono tratte dal lavoro di studio del Gal: <http://www.galbassapadovana.it/ita/studio-e-ricerca.html>.

Sono state censite le risorse presenti nel territorio: il patrimonio archeologico, quello storico-architettonico e il patrimonio museale. I problemi riscontrati sono molti, a cominciare dalle povere informazioni reperibili online; sarebbe opportuno costruire un portale che colleghi le varie entità museali in modo tale che un turista trovi sul web le informazioni necessarie alla sua visita. La mancanza di comunicazione invalida le risorse presenti; è necessario un rapporto collaborativo più stretto fra Enti, Associazioni, Amministrazioni comunali e Pro Loco.

Con l'ausilio di questa analisi si può procedere alla formulazione di un piano di sviluppo turistico locale, quale strumento in grado di fornire delle linee guida alle forze politiche, sociali ed economiche del territorio. L'obiettivo del piano di sviluppo è quello di indicare proposte operative che possano stimolare la capacità di attrazione del territorio, la competitività e l'accoglienza turistica; in altre parole deve rappresentare la crescita economica dell'area per mezzo della valorizzazione dei beni culturali presenti.

Il primo passo è quello di adottare dei meccanismi di coordinamento per la gestione dell'offerta locale ed impostare un piano strategico che coinvolga tutti gli attori presenti sul territorio per rafforzare il potenziale competitivo. Rappresenta lo strumento fondamentale per promuovere le opportunità di sviluppo nel medio lungo periodo, capace di fondere l'ottica individuale con quella collettiva.

Nello specifico il piano deve:

- Individuare obiettivi e linee di azione;
- Individuare i soggetti coinvolti;
- Definire gli strumenti e le strategie;
- Assegnare delle priorità d'intervento sui fattori di attrattiva.

Il piano dovrà porre attenzione su quei fattori di attrattiva che godono di una maggiore commercializzazione e che sono più richiesti dalla domanda, vale a dire il prodotto culturale, il prodotto termale ed il prodotto fluviale.

L'economia locale trae chiaramente maggior profitto dall'attrattiva culturale e dal termalismo rispetto a quella fluviale che è ancora poco sviluppata. Lo scarso sviluppo dell'offerta turistica fluviale è dovuta ad una gestione limitante della stessa.

Il piano dovrà concentrarsi su questo fattore ed incentivare l'ecoturismo, sempre più richiesto dal turista; puntando alla diversificazione dell'offerta che implementi altre forme di turismo come l'enogastronomia, che rappresenta un trend in costante ascesa.

Un ruolo chiave riveste il marketing territoriale, in special modo per quanto concerne la comunicazione ed il branding, quali strumenti manageriali per la pianificazione, la gestione e il controllo dello sviluppo turistico in chiave sostenibile. La comunicazione è un aspetto molto trascurato in questo ambito territoriale: manca un'immagine unitaria della destinazione turistica che sappia diffondere l'identità del luogo e manca un portale web che raccolga tutte le realtà attive nel territorio.

Per migliorare la gestione della complessità di queste risorse, occorre attuare delle azioni di riqualificazione sia in ambito territoriale che culturale, ad esempio:

- La manutenzione dei canali (Direttiva-Quadro 2000/60/CE del 23 ottobre sulle acque che prevedeva il ripristino della qualità ecologica di tutti i corpi d'acqua entro il 2015);
- Ripristinare alcuni elementi del paesaggio lungo il corso dei canali;
- Riqualificazione delle aree verdi;
- Adozione di una segnaletica nuova e completa;
- Gestione delle ville e dei musei con estensione dell'orario di apertura.

Rilanciare il turismo comporta una pluralità di fasi strettamente interconnesse, dall'individuazione delle risorse da valorizzare, alla promozione del brand, alla realizzazione di campagne di comunicazione che devono andare a pari passo con una serie di azioni relative alla gestione strategica e al marketing territoriale.

Per rendere la Riviera Euganea una destinazione turistica a tutti gli effetti, occorre attuare un insieme di interventi da realizzare nel breve e nel medio-lungo periodo:

- Aumentare l'attrattiva del territorio: dalla comunicazione all'offerta
 - Creazione di un portale web “Riviera Euganea” che racchiuda tutte le attrattive presenti nella zona e che sia un efficace strumento di comunicazione e commercializzazione;
 - Creare un'applicazione scaricabile su Smartphone e Tablet;
 - Realizzazione di una card “Riviera Euganea” che fornisca sconti e agevolazioni in musei, ville, ristoranti, hotel creando coesione tra le diverse realtà commerciali presenti;

- Proporre nuovi itinerari;
- Realizzare un sistema di segnaletica adeguato;
- Creazione nuovi eventi;
- Programmare eventi sportivi legati al canale ed al paesaggio dei Colli;
- Proporre l'utilizzo ed il noleggio di piccole *houseboat*;
- Creare delle postazioni di *bikesharing* sia lungo i canali che nelle città adiacenti ad essi;
- Creare pacchetti turistici “ecologici”;
- Creare pacchetti “termali” nuovi;
- Migliorare la navigabilità dei canali;
- Creare un polo museale in grado di attirare i turisti;
- Attrarre investitori privati e favorire le iniziative e le imprese dei più giovani;
- Corsi tenuti da restauratori delle imbarcazioni per far apprezzare e comprendere il duro lavoro del “barcaro”;
- Migliorare il sistema ciclo-pedonale lungo i canali.
- Sensibilizzare gli stakeholders attivi sul territorio
 - Creazione di un consorzio che comprenda i vari comuni e gli attori locali, così da poter agevolare la pianificazione strategica ed il coordinamento delle azioni da intraprendere;
 - Organizzare corsi di formazione professionale per gli operatori turistici al fine di migliorarne le conoscenze e le competenze;
 - Organizzare degli incontri con i cittadini per renderli maggiormente partecipi delle iniziative che si intendono realizzare.

Purtroppo la Riviera Euganea presenta una infrastruttura molto fragile che va spesso incontro a problemi idraulici che potrebbero invalidare proposte di questo stampo.

Per incentivare il turismo fluviale di questa zona un'ottima opportunità potrebbe essere quella di creare un polo museale riguardante le attività fluviali che faccia capo al Museo della Navigazione Fluviale di Battaglia Terme.

L'idea sarebbe quella infatti di poter esporre i tanti manufatti e le testimonianze che sono presenti nei depositi del museo in altri spazi espositivi, creando un percorso museale ampliato, valorizzando dunque quei reperti che purtroppo giacciono nel dimenticatoio per la mancanza di spazi adeguati.

Una sede che potrebbe corrispondere a questa iniziativa potrebbe essere Villa Pisani a Monselice. La Villa di proprietà comunale è stata recentemente protagonista di una ingente opera di restauro, sia delle strutture, sia del ciclo di affreschi che la decorano internamente. L'Amministrazione Comunale ha già dichiarato che la destinazione della Villa sarebbe stata a carattere museale. Perché non allestire un piano della Villa con reperti provenienti dal Museo della Navigazione Fluviale di Battaglia Terme? In questo modo l'attenzione verso la realtà della navigazione non sarebbe relegata solo a Battaglia ma potrebbe espandersi e creare un polo di attrazione più esteso. (Fig. 3 e 4)



Fig.3. Villa Pisani dopo il restauro. Monselice. Padova.

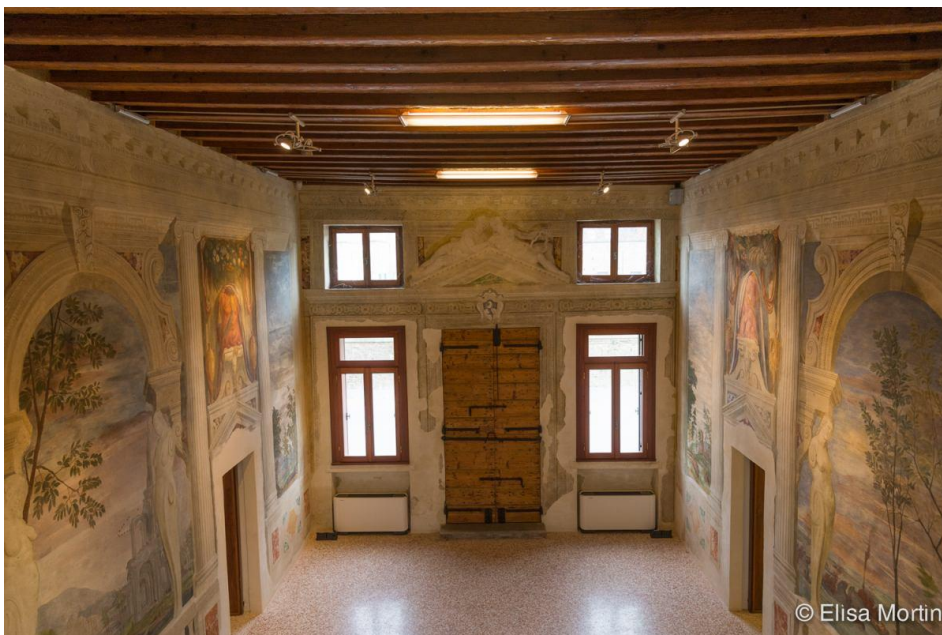


Fig.4. Interno affrescato di Villa Pisani. Monselice. Padova.

La manutenzione e il ripristino dell'imbarcadero di Monselice potrebbe in questo senso essere sfruttata come possibilità di creare un percorso museale che racconti le tradizioni del canale sotto i suoi più svariati aspetti, da quello della navigazione e della vita di tutti i giorni, all'uso dello stesso da parte della nobiltà veneziana che utilizzava queste ville come luoghi di sosta e villeggiatura nei loro viaggi verso le proprietà terriere che gestivano.

Si potrebbero creare appositi itinerari ad uso didattico e turistico che collegano il Museo di Battaglia con Villa Pisani attraverso l'uso delle imbarcazioni lungo il canale.

Per concretizzare questa ipotesi le Amministrazioni di Monselice e di Battaglia Terme dovrebbe incontrarsi e studiare una strategia comune e condivisa in grado di generare numerosi benefici:

- Maggior visibilità dei complessi museali;
- Rivalutazione dell'importanza della navigazione;
- Attrazione di nuovi target turistici;
- Fruizione dei pregevoli affreschi di Villa Pisani;
- Ritorni economici da reimpiegare in manutenzione e restauro dei complessi.

Inoltre questo progetto acquisirebbe una certa rilevanza poiché trasmette all'esterno e agli altri attori coinvolti nel territorio un senso di collaborazione e di identità unitaria, abolendo atteggiamenti di frammentazione che bloccano e inficiano lo sviluppo positivo di queste località, che per poter aspirare a nuovi vantaggi competitivi rispetto ad altre aree limitrofe, dovrebbe capire l'importanza di fare squadra e di dialogare e mantenere costanti relazioni.

Passiamo a vedere la struttura della villa nel dettaglio, grazie ad utili planimetrie per comprendere le potenzialità offerte. (Fig. 5 e 6)



Fig.5.Planimetria di Villa Pisani. Monselice. Padova.



Fig.6. Planimetria del piano terra di Villa Pisani. Monselice. Padova.

La Villa, situata in Riviera Belzoni, è prospiciente il Canale Bisatto.

La configurazione ricalca quella tipica delle ville venete di derivazione palladiana, con due piani suddivisi in un ambiente centrale e due laterali leggermente più piccoli. Il piano terra potrebbe essere utilizzato come spazio espositivo da allestire con reperti e materiali provenienti dal Museo della Navigazione. L'allestimento deve essere realizzato nel massimo rispetto della struttura senza offuscarne il carattere storico ed artistico, ma anzi fondendosi ad esso per offrire una immagine suggestiva del passato e di questi luoghi, ai quali si accedeva per mezzo dei canali, via di comunicazione preferita per oltre sette secoli in queste località.

Il connubio di questi diversi aspetti consente di scoprire oltre alla bellezza di queste ville veneziane, anche i mezzi, la storia e le tradizioni impiegate per consentire il raggiungimento di queste preziose dimore.

Il primo piano invece resterebbe a completa disposizione del Comune di Monselice, che potrebbe realizzarvi esposizioni e mostre come si faceva diversi anni fa. I reperti del Museo di Battaglia saranno disposti secondo un preciso percorso e saranno corredati dai relativi pannelli descrittivi, saranno inoltre presenti brochure con spiegazioni della scelta museale fatta e tutti i riferimenti al Museo della vicina Battaglia Terme, che dista dieci minuti di auto da Monselice, questo per dire quanto sia facile un collegamento tra queste due realtà e quanto possa essere proficuo.

In conclusione, quello che maggiormente occorre è costruire una nuova politica di sviluppo incentrata sulla sostenibilità, sull'ecologia, sulla promozione delle piccole attività locali, sull'incentivazione di progetti redatti dai giovani per mettere in piedi un sistema nuovo fondato sulla collaborazione reciproca e sul confronto.

La crisi che stiamo attraversando non è solamente economica, ma è anche una crisi di valori, di educazione, una crisi culturale e sociale.

Non sarebbe forse il caso di fare qualche passo indietro? A mio avviso un buon inizio sarebbe quello di partire dalla scuola, sensibilizzare i giovani sull'importanza del territorio nel quale vivono e renderli consapevoli delle innumerevoli risorse che li circondano.

BIBLIOGRAFIA

- Carboni, C. (2011). *La Governance dello sviluppo locale. Città e territori nell'epoca della globalizzazione*. (pp. 145-162). Urbino: Arti Grafiche Editoriali.
- Caroli, M. (2003). *Il marketing territoriale*. Milano: Franco Angeli.
- Cerutti, S. (2014). *Turismo fluviale e territorio: esperienze europee a confronto*. Novara: Università degli Studi del Piemonte Orientale.
- Di Fidio, Bischetti. (2012). *Riqualificazione ambientale delle reti idrografiche minori*. Milano: Hoepli.
- Franch, M. (2002). *Destination management. Governare il turismo tra locale e globale*. Torino: Giappichelli.
- Le Galès, P. (1998). *La nuova political economy delle città e delle regioni*. In Stato e Mercato, n. 52, aprile. (pp. 53-91). Il Mulino.
- Le Galès, P. (2003). *European Cities. Social Conflict and Governance*. Oxford: University Press.

SITOGRAFIA:

- http://www.canaljunction.com/canal/grand_union.htm
- <http://www.danfluvial.com/turismo-fluviale-olanda.php>
- <http://www.houseboat.it/itinerari/olanda>
- <http://www.iamsterdam.com>
- <http://www.rivieradelbrenta.com>
- <http://www.battellidelbrenta.it>
- <http://www.padovanavigazione.it>
- <http://www.galbassapadovana.it/ita/studio-e-ricerca.html>
- http://www.studiogaleazzo.eu/userfiles/image/contact_eng/VILLA%20PISANI