

## Il Bacino termale euganeo e il Parco regionale dei Colli Euganei: riflessioni critiche sulle strategie integrate di promozione del turismo territoriale sostenibile

*Il Bacino termale euganeo – il più grande d'Europa – si è affermato nel corso del tempo, anche se è penalizzato dall'eccessiva offerta termale, assumendo sempre più i connotati di una meta per le vacanze. Le strutture alberghiere oltre alle cure mediche offrono, infatti, una combinazione di trattamento, prevenzione, benessere e svago. È stato condotto uno studio qualitativo per determinare se l'area euganea dimostra complessivamente vivacità e capacità di pianificazione strategica, nonché di progettazione e/o attuazione di una politica orientata alla gestione delle Destinazioni. I risultati evidenziano che, sebbene il vecchio modello alberghiero sembri superato, esso riemerge a causa della crescente domanda turistica anche del fine settimana, meno incline a esplorare il territorio. Ciò ostacola la propensione degli operatori ad agire nel rispetto della visione strategica partecipativa delineata dall'ODG e alla quale hanno spesso aderito.*

### **The Euganean Thermal Basin and the Euganean Hills Park in Italy: Critical Reflections on Integrated Strategies to Promote Sustainable Territorial Tourism**

*The Euganean thermal basin – the largest in Europe – has become well established over the course of time, even though it is penalized by the excessive offering of thermal spas increasingly taking the connotations of a holiday place. Indeed, hotel facilities beside medical treatments provide a combination of prevention, wellness and leisure. An exploratory qualitative case study was carried out to determine whether the Euganean area overall demonstrates liveliness and capacity for strategic planning as well as for designing and/or implementing a policy oriented towards tourist destination management. Our results have that though the old hotel model seems overcome, it resurfaces due also to the weekend component, less prone to explore the territory. This hampers the propensity of operators to act in compliance with the participatory strategic vision outlined by DMO and that they have often signed up to.*

### **Le Bassin thermal euganéen et le Parc des Monts Euganéens en Italie: réflexions critiques sur les stratégies intégrées visant à promouvoir un tourisme territorial durable**

*Le Bassin thermal euganéen le plus grand d'Europe s'est solidement établi au fil du temps, même s'il a été pénalisé par l'offre excessive de stations thermales qui deviennent de plus en plus souvent des destinations de vacances. Une étude de cas qualitative et exploratoire a été réalisée afin de déterminer si la région des Monts Euganéens se montrait globalement dynamique et capable de mener une planification stratégique comme de concevoir et/ou de mettre en œuvre une politique axée sur la gestion des destinations touristiques. Nos résultats mettent en évidence le fait que bien que l'ancien modèle hôtelier semble dépassé, il refait surface en raison aussi de la composant week-end escapade, moins encline à l'exploration du territoire. Cette situation a tendance à freiner la propension des opérateurs à se conformer à la vision stratégique participative exposée de la OMD à laquelle ils avaient souvent souscrit.*

**Parole chiave:** Bacino termale euganeo, Organizzazione di gestione della destinazione (ODG), turismo territoriale

**Keywords:** Euganean thermal basin, Destination management organization (DMO), territorial tourism

**Mots-clés:** Bassin thermal euganéen, Organismes de gestion de destinations (OMD), tourisme territorial

Raffaella Gabriella Rizzo, Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano – raffaelagabriella.rizzo@unicatt.it

Luca Simone Rizzo, Università di Padova – lucasimone.rizzo@unipd.it

**Nota:** Raffaella G. Rizzo ha redatto i paragrafi 2, 4, 5 e 7, mentre Luca S. Rizzo ha redatto i paragrafi 1, 3, 6 e 8.

## 1. Introduzione

Da tempo assistiamo a una crescita importante del turismo, confermata anche dalle più recenti proiezioni al 2030, che si fa sempre più globale (Pechlaner e Weiermair, 2000; Bencardino e Prezioso, 2007; WTO, 2018; Becheri, Micera e Morvillo, 2018, pp. 5-20; Page, 2019, pp. 1-46)<sup>1</sup>. A delineare i contorni di questo processo hanno contribuito numerosi fattori che hanno permesso di abbattere le distanze tra aree geografiche, accrescendo la mobilità e la condivisione potenziale delle risorse materiali e non. Tra essi, particolare rilievo può essere attribuito ai seguenti fattori: *a*) l'evoluzione delle ICT e dei trasporti (es. *low cost travelling*); *b*) l'apertura dei mercati; *c*) l'abbattimento di ostacoli e di vincoli tariffari; *d*) la crescita economica e del reddito; eccetera.

A partire soprattutto dai primi anni Novanta, il settore ha subito cambiamenti di grande portata che hanno interessato da un lato la natura, l'entità e la destinazione del movimento, dall'altro il modo di fare turismo (Napolitano, 2000; Crang, 2009, pp. 763-764; Cohen e Cohen, 2012; Marchioro, 2014; Turco, 2014; Martini, 2017; Marchioro e Miotto, 2018). Al turismo si sono andate associando geografie via via più fluide in termini di flussi e – soprattutto di recente – nuove in termini di reti multi-attoriali. Le une creano le condizioni per un'accresciuta competizione tra prodotti e territori, mentre le altre si confrontano con essa: le aree prima non protagoniste, grazie a ricche dotazioni di risorse territoriali attivabili, possono entrare in scena come nuove destinazioni accessibili al turista (Martini e Buffa, 2012). Anche il *Piano strategico di sviluppo del turismo 2017-2022* riconosce che «lo sviluppo del turismo è così in grado di produrre benessere economico e sociale anche in territori secondari, di generare coesione sociale e di contribuire all'identità culturale di città e territori, in modo durevole nel tempo» (Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo, 2017, p. 39).

Il cambiamento del fenomeno turistico è ormai epocale: dal turismo di massa si è passati prima al turismo delle località e poi a quello delle esperienze (Smith, 2006; Di Vittorio, 2010; Rossi e Goetz, 2011; Richards, Wisansing e Paschinger, 2018; Cohen e Cohen, 2019; Richards e Duxbury, 2019)<sup>2</sup>. Per non essere escluso dal turismo globalizzato, il sistema d'offerta si deve sempre più qualificare e integrare. A tal fine, i territori devono rispondere al seguente quesito: se accanto al turismo di massa ancora presente (per essi dannoso dal punto di vista soprattutto ambientale) si associano in

crescendo *special interest tourisms* sempre più motivazionali (Rizzo, 2016), che scelta strategica si dovrebbe effettuare nel tentativo di intercettarli?

In particolare, i territori a vocazione turistica in parziale stagnazione, in ringiovanimento, con problemi di adeguamenti vari o in declino, e quelli che ancora non riescono a intercettare i flussi in arrivo<sup>3</sup>, hanno due vie alternative da percorrere: puntare su un turismo di quantità<sup>4</sup> oppure fare leva su prodotti turistici di qualità, in grado di offrire una sintesi di beni e servizi che appaghi la necessità esperienziale ormai crescente del nuovo turista globale (un'entità più evoluta, il cui soddisfacimento richiede un'offerta più attenta).

## 2. Obiettivi

Il quadro descritto fa da sfondo sia al territorio del Bacino termale euganeo sia a quello del Parco regionale dei Colli Euganei. La prima entità territoriale menzionata presenta un turismo termale consolidato, ma con necessità di adeguamenti, mentre la seconda implica vari tipi di turismo presenti e/o potenziali. Il contributo prende avvio dal quadro delineato al 2006 da Dino Gavinelli<sup>5</sup> e si pone – a distanza di più di un decennio – le seguenti domande:

- a*) possiamo dire che nel Bacino termale euganeo (BTE) sia già assodato il riposizionamento del turismo termale curativo verso il *wellness* – oggi affrontato in modo olistico (Quirino, 2016; GWI, 2017a<sup>6</sup>; Mainil e altri, 2017<sup>7</sup>) – e il *fitness*?
- b*) come è evoluto lo sviluppo turistico del Bacino? I due centri fulcro – Abano Terme e Montegrotto Terme – sono ancora prevalentemente incentrati su una crescita dovuta principalmente alla funzione di centri termali? Quanto incidono le funzioni turistiche legate alle altre risorse territoriali rispetto a quella che storicamente è stata protagonista, ossia l'acqua termale (Boekstein, 2014)? Gli attuali strumenti<sup>8</sup> di *governance* territoriale/locale concretizzano un turismo integrato tra BTE – circoscritto ai comuni di Abano Terme, Montegrotto Terme, Battaglia Terme, Galzignano Terme e Teolo – e Colli in senso lato?

Per dare risposta ai quesiti sopra indicati forniremo una lettura territoriale del contesto indagato e una del movimento turistico che lo interessa. Seguirà una presentazione del quadro istituzionale di riferimento per gli attori e i territori che li stimola a operare andando oltre le località tu-



ristiche e creando una Destinazione (Marchioro, 2014; Marchioro e Miotto, 2018), che considera il BTE e il resto dei Colli Euganei un tutt'uno e prende il nome di Terme e Colli Euganei. Qui provvederemo a discutere in modo critico i risultati del lavoro qualitativo.

### 3. Metodologia

Prendendo le mosse dall'ampia letteratura sulla *grounded theory* e sulla metodologia di ricerca qualitativa (Hillman e Radel, 2018), il presente studio è stato basato su una conoscenza diretta dell'area e delle sue risorse da parte degli autori che – attraverso permanenze di studio reiterate dal 2017 al 2019 – hanno potuto attuare un'attenta osservazione dei comportamenti sia degli operatori sia dei turisti. Avvalendosi quindi di uno studio esplorativo, alla prima domanda di ricerca si è voluto dare riposta controllando se le strutture si sono riposizionate offrendo anche servizi di *wellness* e *fitness*. Per dare soluzione al secondo blocco di quesiti, si sono realizzate una ventina di interviste aperte (personali o telefoniche) ai principali attori coinvolti nella *governance* territoriale

dell'area indagata: gli estensori dei due Piani della OGD, il responsabile della PO Progetti territoriali e *governance* del turismo della Regione Veneto<sup>9</sup>, un dirigente del Parco regionale dei Colli Euganei, il personale con esperienza di lungo periodo del BIOCE, i direttori di alberghi, il responsabile del Consorzio volontario per la tutela della DOC Colli Euganei, alcuni responsabili di musei, la responsabile dell'ufficio di riferimento dell'OGD di Montegrotto T., gli operatori di aziende vitivinicole con vendita e alloggio e gli addetti di ville venete con una gamma di servizi (come, FAI, castelli, golf ecc.).

### 4. Il Bacino termale euganeo e i Colli Euganei. Aspetti fisici e storico-culturali: risorse per il turismo

L'area oggetto di studio (fig. 1) si trova a sud-ovest della città di Padova ed è costituita da un complesso collinare morfologicamente molto articolato e da una parte pianeggiante, a immediato contatto o che in esso si insinua. La maggior parte del territorio esaminato è rappresentato dal Parco regionale dei Colli Euganei (Parco regiona-

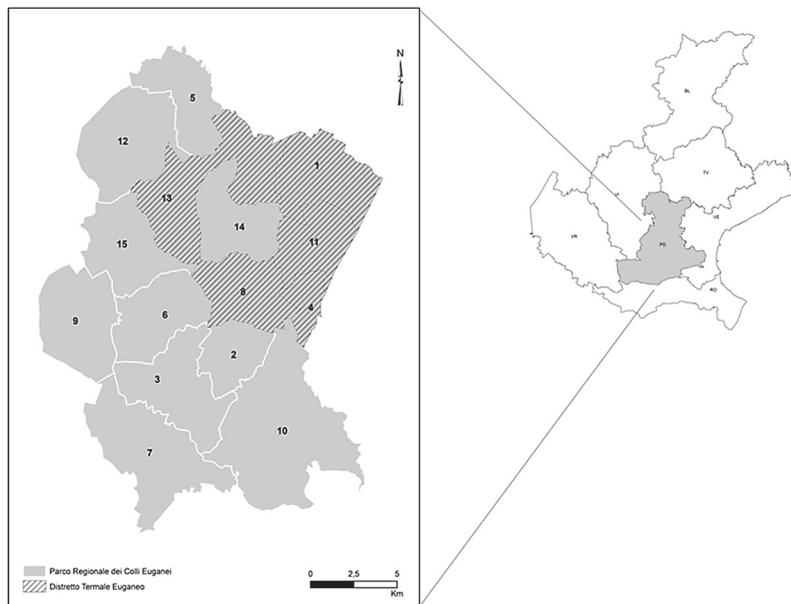


Fig. 1. Comuni appartenenti al Bacino termale euganeo, sottoinsieme del Parco regionale dei Colli Euganei alla sua sinistra e della Regione Veneto a destra della figura

I numeri presenti nella figura corrispondono ai seguenti Comuni: 1) Abano T.; 2) Arquà Petrarca; 3) Baone; 4) Battaglia T.; 5) Cervarese Santa Croce; 6) Cinto Euganeo; 7) Este; 8) Galzignano T.; 9) Lozzo Atestino; 10) Monselice; 11) Montegrotto T.; 12) Rovolon; 13) Teolo; 14) Torreglia; 15) Vò. La cartografia è stata costruita tenendo conto dei limiti comunali. In effetti, delle parti di Comuni non sono incluse nella superficie del Parco, come nell'estremo nord-est con il centro di Abano T. stesso

Fonte: elaborazione di L.S. Rizzo e R.G. Rizzo (ArcGIS 10.5.1)

le dei Colli Euganei, 2009)<sup>10</sup> che ingloba solo in parte le superfici dei cinque comuni del Bacino termale euganeo.

Si tratta di un insieme di colli spesso distinti – sia appuntiti sia arrotondati, a seconda della composizione litologica di rocce vulcaniche o sedimentarie (calcaree) – e di una pianura, esito di centinaia di anni di bonifica idraulica<sup>11</sup> (Veronese, 2009). Essa ha plasmato il territorio dal medioevo e soprattutto durante la dominazione della Repubblica di Venezia, quando il patriziato si è rivolto alla terraferma per metterla a coltura, impostando la società di villa (veneta) di solito con grandi aziende agricole. Le numerose abitazioni nobiliari e signorili di tutta l'area – veri gioielli da visitare (Munari e Balasso, 1976; Puppi, Cibotto e Bruno, 1989) che in passato hanno ospitato cantori, letterati e uomini di cultura (Touring Club Italiano, 2004; Selmin, 2010) o vescovi e dogi – spesso fanno anche attività di accoglienza turistica, enogastronomica o ospitano musei d'eccellenza quali, ad esempio:

- a) il Museo archeologico nazionale atestino (Villa Mocenigo a Este);
- b) il Museo della flora e fauna dei Colli Euganei (Villa Beatrice a Baone);
- c) il Museo civico (Villa Bassi Rathgeb ad Abano T.);
- d) il Museo internazionale della maschera Amleto e Donato Sartori (Villa Savioli ad Abano T.);
- e) il Museo del volo<sup>12</sup> nel castello di San Pelagio (Villa Zaborra a Due Carrare);
- f) il Museo dei pianoforti antichi (Villa Centanin ad Arquà Petrarca).

Rispetto al complesso collinare, immaginato come un rettangolo da nord a sud, il reticolo idrografico con tutti i suoi manufatti e annessi può essere letto nel seguente modo: dal Bacchiglione che scorre a nord – da ovest a est – sono stati «staccati» due canali, uno a ovest (Canale Bisatto) e uno a est (Canale Battaglia). Questi scorrono verso sud sui lati lunghi del complesso collinare; il primo poi accerchia a sud i Colli Euganei cambiando nome (Canale Este - Monselice) e, piegando, si congiunge al Canale Battaglia. L'acqua prosegue a est verso la laguna di Venezia e verso il mare, ancora con un nuovo nome: Canale Vigenzone (Milani, 1939, tav. XV). Questi stessi canali servivano da via di comunicazione con navigazione fluviale<sup>13</sup> di uomini e di merci soprattutto in «tempi veneziani» e si raccordavano con le numerose ville prospicienti o limitrofe.

Un discorso specifico va fatto relativamente alle acque termali e alla loro captazione: esse

sono una risorsa chiave dello sviluppo del termalismo da centinaia di anni. Focalizzando sui comuni termali esaminati si può constatare che tutti i circa cento grandi alberghi sono dotati di piscine con acqua termale<sup>14</sup>. L'acqua viene utilizzata nelle piscine curative, nelle vasche medicali e nelle piscine all'aperto. Gli alberghi offrono cure termali di fangoterapia (con fango che essi stessi fanno «maturare»), di idrokinesiterapia e molte altre; in aggiunta, propongono una vasta gamma di trattamenti *wellness* e di *relax* nelle *spa* collegate (interne) di cui si sono attrezzati.

## 5. I flussi turistici

Il Consorzio termale euganeo segnala la presenza al 2015 di 107 alberghi localizzati nel Bacino (di cui 90 dediti a servizi termali), 17.139 posti letto e 4.600 persone impiegate<sup>15</sup>. Il settore produce un fatturato di 300.000.000 euro (OGD, 2016, p. 18). Il Bacino termale, quindi, gioca un ruolo dominante rispetto alle altre località presenti nei Colli Euganei: anche di esse si occupa l'Organizzazione di gestione della destinazione (OGD). In base a queste considerazioni pare utile scattare una fotografia dei flussi turistici, anche al fine di dare una prima seppur parziale risposta al quesito relativo al come stia evolvendo la Destinazione.

Nelle cinque località del BTE, nell'ultimo decennio (2007-2017) gli arrivi di italiani e stranieri sono stati consistenti (813.153 unità al 2017). Dal 2007 l'incremento complessivo è di oltre 200.000 unità. Il 2014 ha rappresentato un anno di svolta: il dato sugli italiani ha, infatti, superato quello sugli stranieri (tabb. 1 e 2). Nel periodo esaminato gli arrivi sono aumentati complessivamente del 39%, con un +55% per gli italiani e un +16% per gli stranieri. Le presenze hanno segnato, invece, una crescita molto più contenuta (+0,14%) e un andamento di ripresa più lento. Questo è dovuto al fatto che quelle degli italiani sono aumentate (+9%), a fronte di un calo per gli stranieri (-10%). Stante questa come fotografia complessiva del Bacino ed entrando nel dettaglio delle località per l'ultimo anno di indagine, Abano T. e Montegrotto T. risultano essere quelle con maggiore afflusso per arrivi (61% per Abano T. e 30% per Montegrotto T.) e presenze (64% per Abano T. e 29% per Montegrotto T.).

Per completezza si deve segnalare che il turismo che interessa, invece, i restanti comuni dei Colli Euganei presenta connotati ben diversi. Si rileva una moltitudine di piccole strutture ricettive (agriturismi e *bed and breakfast*). Il movimen-



Tab. 1. Arrivi nel decennio 2007/2017 nell'area termale euganea, negli esercizi alberghieri e complementari

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Italiani	349.097	363.218	376.819	395.140	408.091	399.393	408.110	444.864	473.220	516.138	540.860
Stranieri	235.216	221.042	201.578	199.106	209.681	216.436	223.317	231.716	247.401	244.402	272.293
Tot.	584.313	584.260	578.397	594.246	617.772	615.829	631.427	676.580	720.621	760.540	813.153

Fonte: dati OGD 2016 e 2018 su dati provinciali<sup>16</sup>

Tab. 2. Presenze nel decennio 2007/2017 nell'area termale euganea, negli esercizi alberghieri e complementari

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Italiani	1.645.902	1.641.784	1.650.412	1.707.140	1.702.272	1.569.532	1.534.665	1.603.540	1.663.066	1.785.742	1.792.886
Stranieri	1.481.911	1.373.763	1.304.312	1.232.101	1.247.375	1.256.338	1.287.421	1.298.246	1.277.010	1.279.655	1.339.290
Tot.	3.127.813	3.015.547	2.954.724	2.939.241	2.949.647	2.825.870	2.822.086	2.901.786	2.940.076	3.065.597	3.132.176

Fonte: dati OGD 2016 e 2018 su dati provinciali

to, inoltre, è ancora contenuto. Nel comprensorio dei Colli<sup>17</sup>, ad esempio, gli arrivi ammontavano al 2015 a poco più di 39.000 unità, mentre le presenze a 120.000 (con un *trend* di crescita del 15% nel periodo 2013-2015) (ODG, 2016, p. 20). È evidente, quindi, che nel suo complesso ampie parti del territorio euganeo sono ancora poco attive turisticamente e in grado di intercettare la domanda che rimane concentrata nel distretto termale (e nei suoi poli di maggiore attrazione).

## 6. Il quadro istituzionale di riferimento nel territorio euganeo

Il sistema turistico veneto – come anche gli Euganei – si trova dinanzi allo scenario menzionato nell'introduzione. Riflettendo su esso, la *Ir 11/2013 Sviluppo e sostenibilità del turismo veneto* e la *dgr 2286/2013*<sup>18</sup> hanno fatto la scelta di poggiare su un modello *resource-based* rispetto al quale sono centrali la modularità, la reticolarità e l'integrazione (tab. 3). L'obiettivo è quello di impostare nuovi o rinnovati sistemi turistici organizzati in Destinazioni capaci di innovare e/o innovarsi offrendo, coralmemente, esperienze determinate. Tali destinazioni richiedono di rimando pensiero e pianificazione strategici, una *governance* partecipata, un approccio di gestione della Destinazione e non del solo prodotto e una cittadinanza attiva e consapevole. Viene riconosciuto, quindi, il prodotto turistico sostenibile e di qualità come fattore di competitività che permette di rimanere sul mercato e la destinazione come l'evoluzione organizzativa delle località turistiche.

Più in particolare è stata richiesta la creazione e il riconoscimento delle cosiddette OGD. A esse il compito di delineare e approvare un progetto strategico condiviso di gestione della Destinazione (*Destination Management Plan*)<sup>19</sup> che miri a perseguire una *vision* di sviluppo turistico coerente con gli indirizzi regionali, a loro volta in linea con quelli proposti nel *Piano nazionale per il turismo 2017-2022* e con le linee guida dell'UE *Europa 2020*. Esse si propongono di: *a)* stimolare la competitività favorendo l'innovazione e l'uso dell'ICT; *b)* facilitare gli scambi e la ricerca promuovendo *best practices*; *c)* promuovere un turismo sostenibile, sicuro e di qualità; *d)* migliorare le competenze degli addetti.

Delineato il quadro normativo istituzionale e calandosi nel territorio indagato, già il DMP del 2016 delinea una *roadmap* articolata, ambiziosa e – seppur non vincolante – scandita temporalmente: al cui centro sta un modello di valorizzazione territoriale dialogico, deliberativo e partecipativo di non facile o immediata attuazione.

## 7. Risultati

Nell'area oggetto di studio la riduzione dal 2007 al 2014 della clientela straniera – soprattutto di quella tedesca, che rappresenta la quota maggiore – unitamente alla crescita di quella italiana, meno interessata all'offerta termale e più attenta a quella *wellness*, ha portato a un cambio di composizione della domanda. La riduzione della permanenza media e il cambio nella composizione della clientela hanno messo in difficoltà il BTE che – a

Tab. 3. Quadro di riferimento in cui agiscono le istituzioni e i principali attori collettivi impegnati nella concertazione dell'O.G.D. «Terme e Colli Euganei»

Istituzione	Piani e documenti	Note
UE	Per un elenco dei numerosi documenti si veda: <i>European Commission</i> , in Mainil e altri. 2017, pp. 83-84 <sup>20</sup>	
Stato	<i>PST 2017-2022. Piano strategico di sviluppo del Turismo</i> (Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo, 2017)	Tre principi trasversali (ossia, sostenibilità, innovazione, accessibilità); quattro obiettivi (A, B, C e D) e tredici tipologie di interventi (A. <i>innovazione dell'offerta</i> ha tre interventi, strutturati in A1, A2, A3; B. <i>competitività</i> ha cinque interventi – tra cui, B1 digitalizzazione; C. <i>marketing</i> ha tre interventi e D. <i>governance</i> ha tre interventi)
Regione Veneto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lr n. 11 del 14 giugno 2013 <i>Sviluppo e sostenibilità del turismo veneto</i></li> <li>- <i>Piano turistico annuale (PTA)</i> degli anni 2014, 2015, 2016, 2017 e 2018</li> <li>- <i>Piano strategico del turismo veneto (PSTV)</i></li> <li>- <i>Programma di sviluppo rurale del veneto (PSR) 2014-2020</i></li> <li>- <i>Programma operativo regionale POR-FESR 2014-2020</i></li> <li>- dgr n. 2934 del 6 ottobre 2009 <i>Piano strategico di rigenerazione del Bacino termale euganeo</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Titoli I-V; 52 articoli</li> <li>- PTA richiesto dall'art. 7 della Lr 11/2013 <i>Programmazione annuale</i></li> <li>- Declina il PST nazionale sul Veneto.</li> </ul>
Attore collettivo	Piani e documenti	Descrizione sintetica
Organizzazione gestione destinazione «Terme e Colli Euganei»	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Destination Management Plan</i> (anno 2016)<sup>21</sup></li> <li>- <i>Piano di start up</i> (anno 2018)<sup>22</sup></li> </ul>	Forma di concertazione per la destinazione tra i numerosi attori pubblici e collettivi (art. 9 della Lr 11/2013).
Parco regionale dei Colli Euganei	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Piano Ambientale</i> del Parco regionale dei Colli Euganei (anno 1998 e successive varianti)</li> <li>- <i>Linee Guida «20+20» guardare al passato per progettare il futuro</i> (anno 2009)</li> <li>- Piani di gestione e di monitoraggio</li> </ul>	<p>Sede legale a Este (PD). Comprende 15 Comuni e 31 sentieri (Selmin, 2010), la maggior parte dell'areale del parco è ZPS. Si occupa delle tematiche tra le più varie, ha centri di visita (svolge attività di educazione ambientale a Casa Marina) e organizza eventi ed escursioni.</p> <p>Nei Piani di gestione e di monitoraggio sono indicate le linee guida per gli interventi sugli <i>habitat</i> e la biodiversità.</p>
GAL Patavino	<i>Programma di sviluppo locale (PSL). #Dai Colli all'Adige 2020 – Nuova energia per l'innovazione dello sviluppo locale tra colli, pianura e città murate</i> (anno 2017)	Società consortile con sede a Monselice (PD) che opera su 46 Comuni (Colli Euganei e bassa padovana), ha 17 <i>partner</i> pubblici e privati (tra gli altri: CCIAA di Padova, Coldiretti, CIA, Confagricoltura ecc.) (PSL, p. 7; Ambito territoriale designato, p. 33)
Consorzio terme euganee	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Piano strategico 2012-2015 «Innovare il termalismo euganeo»</i></li> <li>- <i>Strategia di brand delle Thermae Abano Montegrotto</i> (2015)</li> </ul>	Consorziate: Alberghi di Abano T., Montegrotto T. e Galzignano T. (da 5 a 2 stelle), operatori turistici vari, imprese di servizio e <i>partner</i> istituzionali (associazioni, Consorzio Proloco, Strada del vino)
Consorzio volontario per la tutela della DOC Colli Euganei	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Disciplinare Colli Euganei DOC</i> (1969, con modifiche fino al 2014)</li> <li>- <i>Disciplinare Colli Euganei. Fior d'Arancio DOCG</i> (2010, con modifiche fino al 2014)</li> </ul>	Sede a Vo' (PD) con soci: viticoltori, vitivinicoltori, imbottiglieri; MUVI - Museo del vino
Gestione unica del bacino idrominerario omogeneo dei Colli euganei (BIOCE)	<i>Statuto</i> (dgr n. 1586 del 18 luglio 1991 e modifiche con dr n. 1349 del 18 novembre 2002)	Organismo di emanazione regionale che regola le concessioni di acque termali e pozzi, provvedendo anche alla relativa sicurezza (n. 250 circa nel BTE). Tale ente verifica inoltre i laghetti di Arquà e Lispida per l'estrazione di argilla per i fanghi.



opera di entità pubbliche e private – si era finalmente aperto all'integrazione con il territorio collinare. Una permanenza media più ridotta che privilegia la sola offerta termale in tempi recenti ha reso più difficile una proposta integrata. Questo è stato, tuttavia, anche uno dei motivi alla base della necessità di un cambio di rotta. È maturata la consapevolezza, soprattutto da parte degli operatori termali e del pubblico, di dover innovare e diversificare l'offerta, pure tramite l'integrazione forte (anche di prodotto) con l'area collinare.

Già il *Piano strategico del turismo padovano (2004-2009)* andava in questa direzione, anche con la nascita dei *club* di prodotto Terme & Sport, Terme & Family, Terme & Gourmet. Tale orientamento è stato poi confermato dal *Piano strategico di rigenerazione del bacino termale euganeo* (Regione Veneto, 2009) e dall'attività di *rebranding* proposta dal Consorzio terme euganee. Oggi è sposato anche dall'OGD Terme e Colli Euganei. Essa non si è limitata solo a riprendere le *vision* precedentemente elaborate, ma ha cercato di trasformare una necessità in consapevolezza condivisa, facendo maturare gradualmente l'identità di destinazione allargata e la costruzione di prodotti integrati e complementari.

Nel costituire l'OGD, i soggetti riuniti al tavolo di confronto hanno quindi concordato nella *vision* di realizzare la proposta della destinazione come territorio esteso su cui gli enti pubblici e gli attori collettivi avrebbero dovuto operare con ottica partecipata, in sinergia (Marchioro, 2014; OGD, 2016). La denominazione stessa dell'OGD da subito ha evidenziato le due anime da integrare nel *management* e da proporre insieme nelle azioni di *marketing*. In effetti – esito del percorso già intrapreso – alcuni attori si presentavano vivaci: avevano realizzato per proprio conto delle progettualità, alcune già funzionali al futuro ambito di operatività dell'OGD stessa. I citati *club* di prodotto del Consorzio Thermae, recepiti nel DMP 2016, ne sono un esempio; lo stesso dicasi per i numerosi sentieri elaborati in questi anni da parte dei vari enti, puntualmente spiegati e divulgati a stampa, su *web* e con le nuove tecnologie (*app*)<sup>23</sup>. Alcuni addirittura scientificamente dettagliati (Viola, 2006, pp. 83-91). Per rendere ancora più fruibili le località e gli itinerari vengono suggeriti calendari di visite guidate sul territorio (si vedano, ad esempio, le agende proposte sui siti *web* del GAL Patavino, del Parco dei Colli e delle varie agenzie viaggi private).

I materiali turistici informativi abbondano e sono di buon livello (Confindustria Padova, s.d.). Nella maggior parte dei casi si può notare come sia

stata possibile la loro realizzazione anche grazie a fondi di varia natura, regionali e sovra regionali<sup>24</sup>. I siti *web* degli enti di cui si è trattato e delle numerose associazioni che agiscono in tutto il territorio sono esaustivi, chiari e interessanti e veicolano l'immagine della destinazione. Quelli dei singoli alberghi termali sono completi e accattivanti per ciò che riguarda le loro attività e, in certo qual modo, si spingono anche al contesto (non, però, a livello di illustrazioni all'interno delle strutture, anche se forniscono materiali su richiesta).

La prima fase di vita dell'OGD ha visto molti incontri. Ora è in atto la seconda, come evidenziato nel *Piano di start up* del 2018 (OGD, 2018, p. 40)<sup>25</sup>, che dovrebbe compenetrarsi a fronte dell'impostazione di una *governance* equilibrata tra gli attori coinvolti.

La maggior parte di questa ricerca è stata effettuata fino a settembre 2018, termine al quale si riferisce il contributo. Nei mesi successivi e a tutt'oggi, comunque come *supply side*, è stata attentamente monitorata la progressione degli interventi da parte dell'OGD o di singoli attori della stessa, anche con altri enti, che effettivamente risulta piuttosto dinamica. Sono infatti state coinvolte l'Università di Venezia e di Padova, sono stati svolti *workshop* per gli operatori turistici e culturali e le imprese della filiera allargata e sono stati presentati dall'OGD ulteriori *club* di prodotto. In particolare, è stato concepito un logo con elementi riconoscibili dell'area nel suo complesso (una goccia, in parte azzurra e in parte verde) per una comunicazione unitaria, anche se a prima vista prevale il nome dei due comuni *leader* delle terme, ossia Abano T. e Montegrotto T. Per ciò che riguarda invece la *demand side* è stata condotta un'ulteriore cinquantina di interviste aperte (agosto 2019) direttamente a turisti abituali e non (tutti turisti termali). Ciò al fine di poter cogliere se e quanto detti turisti integrano l'area parco (o limitrofa) nella vacanza: in linea di massima emerge ancora la situazione sopra evidenziata.

## 8. Conclusioni e spunti per future ricerche

Il modello in via di implementazione mira a creare condizioni più favorevoli affinché anche nella realtà esaminata si imposti un turismo territoriale di qualità, che poggi sull'attivazione maggiormente consapevole del multi-attore per promuovere il territorio allargato. Coerentemente con le scelte di indirizzo politico a livello regionale e nazionale, nei Piani (OGD, 2016 e 2018) l'obiettivo è quello di andare oltre la sola attivazione

di specifiche risorse (ad esempio, l'acqua termale, curativa e/o in grado di accrescere il benessere dell'individuo) per proporre un percorso di valorizzazione più olistico; il fine è quello di creare occasioni per un colloquio coerente tra tali risorse e le altre diffusamente presenti nei luoghi studiati: beni culturali e naturali variamente intesi.

Qualsiasi territorio, in quanto progetto di collettività umane che agiscono come attore sintagmatico, crea contesti sistemici ibridi «vivi», frutto di un gioco interattivo senza soluzione di continuità tra natura, società e tecnologia (Raffestin, 1980). A essi il visitatore viene introdotto in modo immediato, anche se non sempre facilmente intellegibile, tramite il paesaggio, con i suoi elementi storici che documentano la vita culturale ed economica delle precedenti generazioni. Reperti ora defunzionalizzati da riscoprire (ad esempio, antiche rotte commerciali e/o religiose, ex confini, muri di pietra) e/o testimonianze ancora attuali e vive di sistemi socio-economici (ad esempio, forme di insediamento) sono importanti in quanto possono fornire o supportare servizi socio-culturali, come valori estetici o ricreazione e turismo. Se l'ottica è di lungo periodo, va segnalato che l'apertura espressa dal turista del BTE a essi e al territorio – o la sua propensione a frequentarlo – si è già registrata. Il modello «albergo isola», che dagli anni Settanta all'inizio degli anni Novanta ha caratterizzato il BTE, era gradualmente venuto meno con il consolidarsi della clientela di lingua tedesca, con una permanenza media ragguardevole. Costituita da molti *repeater*, quasi spontaneamente essa aveva indotto l'offerta termale a un cambio di paradigma: al cliente non bastava più l'offerta organizzata all'interno dell'*hotel*, che qualche volta prevedeva una visita o una degustazione a una cantina dei Colli. Gradualmente, aveva cominciato autonomamente a scoprire i Colli, le città murate di Monselice, Este e Montagnana e altri punti di interesse. Questo a un certo punto ha indotto l'offerta, gli alberghi e le stesse località del BTE a inseguire tale domanda, sempre più evoluta<sup>26</sup>.

Come testimoniano le risposte di vari intervistati, quanto affermato in parte si riscontra anche in data odierna: le caratteristiche del turista che si muove nel Bacino Termale sono piuttosto variegata. Non è più solo un curista; è invece un soggetto, anche giovane, motivato al fare esperienze che vadano oltre la fruizione delle terme andando alla riscoperta del connesso tessuto locale (abbinando la necessità dell'esplorazione lenta e facendo attività sportiva). Parte della domanda, cioè, esprime – ancor più che in passato – interesse per le risorse

menzionate contribuendo tramite la fruizione all'attivazione economica del territorio allargato; di rimando, stimola la protezione e la buona gestione di preziosi ecosistemi culturali e paesaggistici, dando valore a beni e servizi pubblici che la pianificazione dovrebbe contribuire a porre più al centro di un discorso di tutela e valorizzazione proprio perché essi – e l'associata natura estetica, spirituale o ricreativa – non possono che avere natura relazionale: vanno vissuti solo in stretto rapporto con un dato contesto spaziale (Grunewald, Syrbe e Renner, 2012). Esito – da intendersi come segnale positivo – è il restauro di edifici sparsi sui Colli negli agriturismi e usati spesso per la ristorazione, come di ville che fanno anche accoglienza (si pensi, a titolo esemplificativo, a Villa Emo Capodilista a Selvazzano – che ha ristrutturato tutte le abitazioni del borgo – e a Villa dei Vescovi a Luvigliano, frazione di Torreglia).

In base a queste osservazioni, però, si segnala che a fronte del mutamento illustrato delle dinamiche della domanda cresce il numero di turisti (termali) che oggi fruiscono solo in modo sporadico del territorio allargato. In aggiunta, osservazioni personali rilevano che anche quando tale utilizzo si riscontra esso torna a concentrarsi sulle attrazioni maggiori (ad esempio: Castello del Cataio o Abbazia di Praglia). Sebbene, cioè, il modello di albergo isola – all'interno del quale il curista, «spaista» o turista *tout court* trascorre il suo tempo soddisfatto nelle sue richieste – sia in gran parte superato sul versante dell'offerta, a volte ritorna nella domanda, soprattutto nella sua «componente week-end». Questo frena la propensione degli operatori ad agire nel rispetto della *vision* strategica delineata e che spesso hanno sottoscritto.

Dai colloqui avuti soprattutto con i responsabili dell'OGD e di enti aderenti alla progettualità, emergono anche altre criticità in parte già note e sperimentate in occasione dell'implementazione di meccanismi non normativi di pianificazione strategica (ad esempio, urbana). L'OGD deputata a operationalizzare – tramite opportune azioni di *governance* – la scelta di promuovere un turismo più territoriale è entrata nella seconda fase (OGD, 2018). Essa fatica a tradurre in spinta progettuale la filosofia abbracciata – partecipativa e deliberativo/dialogica – *in primis* per un evidente problema di reperimento fondi. Stenta, in aggiunta, anche a causa di una certa vischiosità. Quest'ultima si manifesta in molti operatori alla base, soprattutto a livello di comunicazione e preparazione del personale al concetto e alla pratica di «turismo territoriale». Perché la strategia delineata nei documenti si faccia prassi concre-



ta, inoltre, un'ampia platea di attori singoli deve esprimere non solo formale adesione, ma azione: solo alcuni tra i firmatari – ad esempio, strutture alberghiere – si fanno veramente promotori, rapportandosi attivamente con entità che già hanno svolto del pregiato lavoro a supporto di un'ottica più ampia di fruizione<sup>27</sup>.

Infine, un'osservazione di più generale portata per problemi da avviare. Il territorio di avvicinamento alla destinazione e di spostamento, una volta arrivati in loco – soprattutto lungo la spesso stretta strada regionale Padana inferiore –, è un esempio dello sviluppo urbanistico veneto degli ultimi decenni: convulso, disarmonico e con edilizia caotica (Rizzo e altri, 2017), che scoraggia dall'avventurarsi in percorsi una volta raggiunti gli alberghi. Un turista, di una certa età specialmente (*silver tourism*), o chi si è allontanato dalla città per riposo e *relax*, non è invogliato a transitare anche sulle strette strade locali di pianura e altrettanto di collina. Questo insieme di elementi può rendere così percettivamente lontane le numerose risorse naturalistiche, paesaggistiche e storico-culturali che la Destinazione offre; esse sono, in effetti, tante e richiedono pazienza, impegno, entusiasmo e dedizione per essere visitate e fruite.

## Riferimenti bibliografici

- Becheri Emilio, Roberto Micera e Alfonso Morvillo (a cura di) (2018), *Rapporto sul turismo italiano. XXII edizione 2017/2018*, Napoli, Rogiosi editore.
- Bencardino Filippo e Maria Prezioso (2007), *Geografia del turismo*, Milano, McGraw-Hill.
- Boekstein Mark (2014), *From Illness to Wellness. Has Thermal Spring Health Tourism Reached a New Turning Point?* «African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure», 3, pp. 1-11.
- Carpanese Callisto e Francesco Trolese (a cura di) (1985), *L'Abbazia di Santa Maria di Praglia*, Milano, Silvana Editoriale.
- Cohen Erik e Scott A. Cohen (2012), *Current Sociological Theories and Issues in Tourism*, in «Annals of Tourism Research», 39, 4, pp. 2177-2202.
- Cohen Scott A. e Erik Cohen (2019), *New Directions in the Sociology of Tourism*, in «Current Issues in Tourism», 22, 2, pp. 153-172.
- Cohen Marc M., Fiona Elliot, Liza Oates, Adrian Schembri e Nitin Mantri (2017), *Do Wellness Tourists Get Well? An Observational Study of Multiple Dimensions of Health and Well-Being After a Week-Long Retreat*, in «The Journal of Alternative and Complementary Medicine», 23, 2, pp. 140-148.
- Confindustria Padova (s.d.), *La via euganea allo sviluppo. Un'analisi del territorio*, Padova, Tipolitografia Crivellaro.
- Consorzio Terme Euganee (s.d.), *Piano strategico 2012-2015 «Innovare il termalismo euganeo»* (<http://www.consorziotermeeuganee.it/piano-strategico-2012-2015-innovare-il-termalismo-euganeo/>; ultimo accesso, 10.V.2018).
- Consorzio Terme Euganee (2015), *Strategia di brand delle Thermae Abano Montegrotto* (<http://www.consorziotermeeuganee.it/strategia-di-brand-delle-thermae-abano-montegrotto/>; ultimo accesso, 3.IV.2018).
- Consorzio volontario per la tutela della DOC Colli Euganei (2010), *Disciplinare di produzione dei vini a denominazione di origine controllata dei vini «Colli Euganei»* (<https://www.colliueganeidoc.com/wp-content/uploads/2014/10/DOC-Colli-Euganei.pdf>; ultimo accesso, 3.IV.2018).
- Crang Mike (2009), *Tourism*, in Derek Gregory, Ron Johnston, Geraldine Pratt, Michael J. Watts e Sarah Whatmore (a cura di), *The Dictionary of Human Geography*, Chichester, Wiley-Blackwell, pp. 763-764.
- Di Vittorino Arianna (2010), *Le prospettive del turismo «esperienziale» nel contesto dell'economia italiana*, in «Economia Italiana», 2, pp. 523-554.
- Evangelisti Giorgio (2018), *San Pelagio. Gabriele d'Annunzio e il volo su Vienna*, Museo del Volo, Padova, Castello di San Pelagio.
- GAL Patavino (2017), *Programma di sviluppo locale (PSL). #Dai Colli all'Adige 2020 - Nuova energia per l'innovazione dello sviluppo locale tra colli, pianura e città murate* ([http://www.galpatavino.it/fileadmin/user\\_upload/uploads/uploads/PATAVINO/PROGRAMMAZIONE\\_2014\\_2020/PSL\\_Patavino\\_2014\\_2020.pdf](http://www.galpatavino.it/fileadmin/user_upload/uploads/uploads/PATAVINO/PROGRAMMAZIONE_2014_2020/PSL_Patavino_2014_2020.pdf); ultimo accesso, 10.VIII.2018).
- Galifi Irene (2018), *Guida ai musei da riscoprire del Triveneto*, Treviso, Editoriale Programma.
- Gallo Diego e Pier Giovanni Zanetti (2014), *Paesaggi agricoli del Veneto*, Legnaro, Veneto agricoltura.
- Gavinelli Dino (2006), *Terme euganee: tradizione millenaria e nuove forme di turismo integrato*, in Giuseppe Rocca (a cura di), *Dai luoghi termali ai sistemi termali di turismo integrato*, «Geotema», 28, pp. 79-92.
- Gestione unica del bacino idrominerario omogeneo dei Colli Euganei (2011), *Il bacino idrominerario omogeneo dei Colli Euganei* (<http://www.inuav.it/Ateneo1/docenti/architetu/docenti-st/Umberto-Tr/materiali-/07---Labor/Relazione-Tecnica-del-B.I.O.C.E.pdf>; ultimo accesso, 2.IV.2018).
- Global Wellness Institute (2017a), *Explore PowerPoint Presentations and Transcripts by Topic* (<https://www.globalwellnesssummit.com/presentations-and-transcripts/>; ultimo accesso, 20.VII.2018).
- Global Wellness Institute (2017b), *11th Global Wellness Summit. Wellness Architecture and R.O.W.* (<https://www.globalwellnesssummit.com/category/architecture/>; ultimo accesso, 20.VII.2018), Palm Beach.
- Grunewald Karsten, Ralf-Uwe Syrbe e Cristina Renner (2012), *Analyse der ästhetischen und monetären Wertschätzung der Landschaft am Erzgebirgskamm durch den Tourismus*, in «Geo-Oko», 33, pp. 34-65.
- Haeth Ernie (2014), *A Key Tourism Education Futures Challenge: Facilitating Responsible Leadership Learning for Destination Management and Marketing Organizations*, in Christian Schott, Catton Kellee and Carrie Herzog (a cura di), *Transformational Learning: Activism, Empowerment and Political Agency in Tourism Education, TEFI - Tourism Education Futures Initiative, 8th Conference Proceedings (Ontario, 4-7 giugno 2014)*, pp. 142-162.
- Hillman Wendy e Kylie Radel (2018) (a cura di), *Qualitative Methods in Tourism Research. Theory and Practice*, Bristol, Channel View Publications.
- Kang Eunjoo, Carl A. Boger e Ki-Joon Back (2011), *The Impact on Sensory Environments on Spagoers' Emotion and Behavioral Intention*, ([https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.it/&httpsredir=1&article=1115&context=gradconf\\_hospitality](https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.it/&httpsredir=1&article=1115&context=gradconf_hospitality); ultimo accesso, 4.IX.2018).
- Lincetto Patrizia e Stefan Marchioro (2012), *Digital storytelling. Nuove forme di visita della città fra teatralizzazione, multimedialità e narrazione. Il caso di SoundTouring*, in «Risposte Turismo», pp. 1-13.



- Mainil Tomas, Eke Eijgelaar, Jeroen Klijs, Jeroen Nawijn e Paul Peeters (2017), *Research for TRAN Committee - Health Tourism in the EU. A General Investigation*, Brussels, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies ([http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/601985/IPOL\\_STU\(2017\)601985\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/601985/IPOL_STU(2017)601985_EN.pdf); ultimo accesso, 4.IX.2018).
- Marchioro Stefan (2014), *Destination Management e Destination Marketing per un'organizzazione efficiente e una gestione efficace delle destinazioni turistiche in Veneto*, in «Turismo e Psicologia», 1, pp. 58-74.
- Marchioro Stefan e Adriana Miotto (a cura di) (2018), *La governance del turismo nell'era del digitale*, Bolzano, Gallica 1689.
- Martini Umberto (a cura di) (2017), *Management e marketing delle destinazioni turistiche territoriali. Metodi, approcci e strumenti*, Milano, McGraw-Hill.
- Martini Umberto e Federica Buffa (2012), *Turismo rurale e prodotti esperienziali. Opportunità di sviluppo per i territori marginali*, in «Il territorio come giacimento per l'impresa». Atti del XXIV Convegno annuale di Sinergie (Lecce, 18-19 ottobre 2012), Legge Cuecim, pp. 343-358.
- Milani Luigi (1939), *Le piene dei fiumi veneti e i provvedimenti di difesa. L'Agno-Guà. Frassine. Fratta. Gorzone. Il Bacchiglione e il Brenta*, Firenze, Le Monnier.
- Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo (2017), *PST 2017-2022. Piano strategico di sviluppo del turismo*, Roma, Invitalia.
- Munari Carlo e Antonio Balasso (1976), *I Colli Euganei. Paesaggio, arte, storia*, Limena, Offset Invicta.
- Napolitano Maria Rosa (2000), *Dal marketing territoriale alla gestione competitiva del territorio*, Napoli, Edizioni Scientifiche Italiane.
- OGD «Terme e Colli Euganei» (2016), *Destination Management Plan* ([https://www.regione.veneto.it/c/document\\_library/get\\_file?uuid=bcdf61c4-a49b-4cc2-8e2b-1a642bee4d74&groupId=10813](https://www.regione.veneto.it/c/document_library/get_file?uuid=bcdf61c4-a49b-4cc2-8e2b-1a642bee4d74&groupId=10813); ultimo accesso 2.IV.2018).
- OGD «Terme e Colli Euganei» (2018), *Organizzazione di gestione della destinazione Terme e Colli Euganei. Piano di start up*, Legnaro, Eitfor.
- Osto Giulio (2016), *Il labirinto della vita. Un viaggio spirituale nel Giardino di Valsanzibio*, Albignasego, Proget Ed.
- Page Stephen J. (2019), *Tourism Management*, New York, Routledge.
- Parco regionale dei Colli Euganei (2009), *Linee Guida «20+20» guardare al passato per progettare il futuro*, (<http://www.agenda21.it/collieuganei/lineeguida/LineeGuida.pdf>; ultimo accesso 19.VII.2018).
- Parco regionale dei Colli Euganei e AGENDA21 Consulting S.r.l. (1998), *Piano Ambientale* (<http://www.parcocollieuganei.com/pagina.php?id=79>; ultimo accesso 19.VII.2018).
- Parco regionale dei Colli Euganei e AGENDA21 Consulting S.r.l. (2009), *Rapporto sullo stato dell'ambiente*, Mestrino, Parco regionale dei Colli Euganei.
- Parco regionale dei Colli Euganei e AGENDA21 Consulting S.r.l. (s.d.), *Piano di gestione ZPS* (<http://www.parcocollieuganei.com/pagina.php?id=20>; ultimo accesso 30.VIII.2018).
- Pechlaner Harald e Klaus Weiermair (2000), *Destination Management. Fondamenti di marketing e gestione delle destinazioni turistiche*, Milano, Touring Club Italiano.
- Pola Marco (2012), *Revisione del modello idrotermale del Bacino Termale Euganeo alla luce delle nuove conoscenze in ambito idrogeologico e geologico strutturale*, Tesi di dottorato (ciclo XXIV), Dipartimento di Geoscienze, Università di Padova ([http://paduaresearch.cab.unipd.it/4901/1/TESE\\_ALL\\_FRONTI.pdf](http://paduaresearch.cab.unipd.it/4901/1/TESE_ALL_FRONTI.pdf); ultimo accesso 28.VII.2018).
- Provincia di Padova, Assessorato alla Cultura (2000), *Oltre il cancello. Parchi e giardini storici*, Padova, Provincia di Padova.
- Puczkó László e Melanie Smith (2010), *Taking your Life into your own Hands? New Trends in European Health Tourism*, in «Tourism Recreation Research», 35, pp. 161-172.
- Puppi Lionello, Gian Antonio Cibotto e Giuseppe Bruno (1989), *Colli Euganei. Il canto e il silenzio*, Cittadella, Biblos.
- Quirino Nicola (2016), *Wellness tourism e idroterapia. Riflessioni sulla documentazione statistica disponibile*, Roma, Federterme.
- Raffestin Claude (1980), *Pour une géographie du pouvoir*, Paris, Libraires techniques.
- Regione Veneto (2009), *Dgr n. 2934 del 6 ottobre 2009 «Piano strategico di rigenerazione del bacino termale euganeo»*.
- Regione Veneto (2013), *Lr n. 11 del 14 giugno 2013 Sviluppo e sostenibilità del turismo veneto*, (<https://bur.regione.veneto.it/BuroServices/pubblica/DettaglioLegge.aspx?id=251477>; ultimo accesso 3.IV.2018).
- Regione Veneto (2014), *Piano turistico annuale P.T.A. 2014* (<https://bur.regione.veneto.it/BuroServices/pubblica/DettaglioDgr.aspx?id=274673>); ultimo accesso 3.IV.2018).
- Regione Veneto (2015), *Allegato A alla dgr n. 587 del 21 aprile 2015, Piano Turistico Annuale P.T.A. 2015*, Regione Veneto.
- Regione Veneto (2015), *Programma operativo regionale fondo europeo di sviluppo regionale 2014-2020* ([http://www.regione.veneto.it/web/programmi-comunitari/documenti-di-programmazione1#Programma\\_Operativo\\_Regionale\\_FESR\\_2014-2020](http://www.regione.veneto.it/web/programmi-comunitari/documenti-di-programmazione1#Programma_Operativo_Regionale_FESR_2014-2020)); ultimo accesso 2.IV.2018).
- Regione Veneto (2016), *Allegato A alla dgr n. 228 del 3 marzo 2016, Piano Turistico Annuale P.T.A. 2016*, Regione Veneto.
- Regione Veneto (2017), *Piano turistico annuale P.T.A. 2017* (<https://bur.regione.veneto.it/BuroServices/pubblica/DettaglioDgr.aspx?id=339264>; ultimo accesso 1.IV.2018).
- Regione Veneto (2018), *Piano turistico annuale P.T.A. 2018* (<https://bur.regione.veneto.it/BuroServices/Pubblica/DettaglioDgr.aspx?id=365616>; ultimo accesso 1.IX.2018).
- Richards Greg, Jutamas Jan Wisansing e Elena Paschinger (2018), *Creating Creative Tourism Toolkit*, Bangkok, DASTA.
- Richards Greg e Nancy Duxbury (a cura di) (2019), *A Research Agenda for Creative Tourism*, Cheltenham, Edward Elgar Publishing.
- Rizzo Luca S. (2016), *Turismo culturale e turismo religioso. Itinerari come strumento di valorizzazione del territorio*, Verona, QuiEdit.
- Rizzo Luca S., Raffaella G. Rizzo, Filippo Smerghetto e Maria G. Lucia (2017), *Sprawl Dynamics in Rural-Urban Territories Highly Suited for Wine Production. Mapping Urban Growth and Changing Territorial Shapes in North East Italy*, in: *Decipher the Present to Shape the Future-Rethinking the Urban - Rural Nexus, «Sustainability»*, 116, pp. 1-20.
- Rocca Giuseppe (2006), *I luoghi turistico-termali in Italia e il loro assetto spaziale nel corso del tempo*, in «Geotema», 28, pp. 5-31.
- Roghel Aldo e Alessandro Maggia (s.d.), *Il Bacino Idrominerario Omogeneo del Colli Euganei* (<http://www.iuav.it/Ateneo1/docenti/architettura/docenti-st/Umberto-Tr/materiali-/07-Labor/Presentazioni-di-Aldo-Roghel-e-Alessandro-Maggia.pdf>; ultimo accesso 6.VI.2018).
- Rossi Andrea e Maurizio Goetz (2011), *Creare offerte turistiche vincenti con Tourist Experience Design*, Milano, Hoepli.
- Selmin Francesco (a cura di) (2010), *I Colli Euganei*, Sommacampagna, Cierre Edizioni.
- Smith William Laszlo (2006), *Experiential Tourism Standards: The Perceptions of Rural Tourism Providers*, in «International Journal of Services and Standards», 2, 3, pp. 273-285.
- Smith Melanie e László Puczkó (2014), *Health, Tourism and Hospitality: Spas, Wellness and Medical Travel*, Londra, Routledge.
- Touring Club Italiano (2004), *Guida ai luoghi letterari dei Colli Euganei*, Milano, Touring Club Italiano.
- Turco Angelo (a cura di) (2014), *Filiere etiche del turismo. Territori della vacanza tra valori, politiche e mercati*, Milano, Unicopli.



Veronese Giulio (a cura di) (2009), *Acque di Padova. Gestione idraulica del territorio fra Colli Euganei e laguna*, Padova, Consorzio di Bonifica Bacchiglione Brenta.

Viola Franco, Cesare Lasen, Lucio Bonata, Rizzieri Masin, Marco Uliana, Chiara Da Giau, Giulio Volpi e Laura Tizianel (2006), *La salvaguardia degli habitat del Parco Regionale dei Colli Euganei. Strumenti ed interventi del progetto LIFE Natura*, Padova, Regione Veneto.

World Tourism Organization (2018), *UNWTO Annual Report 2017*, Madrid, UNWTO.

Zanovello Paolo (a cura di) (s.d.), *Valorizzazione del patrimonio rurale e sviluppo sostenibile dei territori dei Colli Euganei e della Bassa Padovana. Relazione finale* ([http://www.galpatavino.it/fileadmin/user\\_upload/uploads/uploads/PATAVINO/Bandi\\_finanziamenti/Gestione\\_Diretta\\_Gal/REPORT\\_PADOVA/Report\\_finale\\_UNIPD\\_5\\_L\\_offerta\\_turistico-culturale\\_per\\_la\\_promozione\\_del\\_patrimonio\\_rurale.pdf](http://www.galpatavino.it/fileadmin/user_upload/uploads/uploads/PATAVINO/Bandi_finanziamenti/Gestione_Diretta_Gal/REPORT_PADOVA/Report_finale_UNIPD_5_L_offerta_turistico-culturale_per_la_promozione_del_patrimonio_rurale.pdf); ultimo accesso 3.VII.2018).

## Note

<sup>1</sup> Il turismo contribuisce a raggiungere 3 dei 17 obiettivi dello sviluppo sostenibile (World Tourism Organization, 2018). Si veda anche: [https://www.youtube.com/watch?v=6bX6iah\\_4Ec&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?v=6bX6iah_4Ec&feature=youtu.be) (OSS, *Sustainable Development Goals*; ultimo accesso 22.VIII.2018).

<sup>2</sup> Si citano qui solo alcuni autori, consapevoli che la bibliografia sull'argomento è molto ricca.

<sup>3</sup> È il caso – a vario titolo – dell'area nel suo complesso di cui ci occupiamo: il Bacino termale padovano e i Colli Euganei.

<sup>4</sup> Per esempio, tipologie turistiche di massa, a basso costo e non necessariamente legate al loro sistema territoriale; forme oggi dominate da compagnie aeree *low cost*, *Online Travel Agencies* (OTA) e gruppi ricettivi/di ristorazione multinazionali che spesso adottano strategie le cui ricadute sui territori a livello di redditività e occupazione sono – al più – temporanee. In <http://bemystest.it> (ultimo accesso 16.VI.2018) è reperibile un glossario che esplicita le recenti terminologie e acronimi sul turismo.

<sup>5</sup> Per una descrizione delle generazioni e delle collocazioni delle località termali italiane si rimanda anche all'articolo di Giuseppe Rocca (Rocca, 2006). Le generazioni sono suddivise in: antesignana (dall'epoca pre-contemporanea al Rinascimento e/o Settecento), I (1814-1875), II (1876-1906), III (1907-1936), IV (1937-1968) e V (1969-2007). I comportamenti sono distinti in: A) sviluppo forte e consolidato nel tempo dovuto prevalentemente alla funzione termale del centro, A<sup>o</sup>) sviluppo forte, ma dovuto soprattutto ad altre funzioni turistiche (balneari, montane, religiose), B) sviluppo moderato e/o alterno, ma continuo, B<sup>o</sup>) sviluppo moderato dovuto soprattutto ad altre funzioni turistiche (balneari, montane, religiose), C) sviluppo moderato per circa mezzo secolo, seguito da un declino tardivo e successiva scomparsa della funzione turistico-termale, D) sviluppo moderato seguito da declino precoce e successiva scomparsa della funzione turistico-termale, E) declino e declino quasi immediato e successiva scomparsa della funzione turistico termale.

<sup>6</sup> Per dettagli si rimanda a: <https://globalwellnesssummit.com/presentations-and-transcripts/> (Global Wellness Institute, 2017a). Si tratta di una filosofia di vita la cui consapevolezza da anni ormai si sta diffondendo e declinando nei modi più svariati, come ricorda il Global Wellness Institute, portandoci a parlare di: 1) *wellness & architecture* che mira alla progettazione di edifici che puntano alla qualità della vita, a maggior ragione se si tratta di alberghi, alberghi termali e *spa* (Global Wellness Institute, 2017b); 2) *wellness art & creativity*; 3) *wellness and be-*

*auty*; 4) *wellness and business*; 5) *wellness* e nutrizione; ecc. Ad ognuno di questi «mondi esperienziali» si associano emozioni e benefici duraturi (Cohen e altri 2017). Le emozioni, specificamente, sono state studiate già nel 2011 da Kang e altri ai quali si rimanda.

<sup>7</sup> Mainil e altri hanno condotto una ricerca su *Health Tourism* nelle sue tre principali componenti «medical, wellness and spa tourism». Si tratta di una pubblicazione con un'indagine quantitativa e sulle *policies* sui 28 Paesi membri dell'UE. Basata su 182 voci bibliografiche, la ricerca fornisce una *review* delle definizioni delineate da vari autori, in pubblicazioni edite dal 1987 al 2015. Gli autori (a p. 19) sottolineano come le suddivisioni che vanno sotto una stessa terminologia possono variare (come evidenziato già da Puczkó e Smith nel 2010, p. 163) nella loro concezione e applicazione a seconda dei contesti geografici e culturali: per esempio *wellness tourism* nel Sud Europa è più legato al mare, alla lentezza e al cibo mediterraneo; mentre nei Paesi Nordici si lega alle attività all'aria aperta, al camminare, al nuoto e al vivere con semplicità, con una certa sovrapposizione tra *wellness tourism* and *spa tourism*. Si veda anche: Smith e Puczkó, 2014.

<sup>8</sup> Quali: il *Destination Management Plan* dell'Organizzazione di gestione della destinazione (OGD), il PSL del Gruppo di azione locale patavino, il *place branding*, i *club* di prodotto e altre tipologie (es. *Abano Terme Card* in collaborazione tra Coopculture, i Comuni di Abano e Montegrotto e altre realtà territoriali) ecc.

<sup>9</sup> Già direttore delle Aziende di promozione turistica di Padova, Terme Euganee, Rovigo, Vicenza e di Turismo Padova Terme Euganee, azienda speciale della Provincia di Padova.

<sup>10</sup> Il paesaggio è godibile in ogni suo scorcio. Presenta emergenze naturalistiche e vegetazione spontanea a pseudomacchia e bosco di querce, di castagno, misto e vegro (Viola e altri, 2006). È punteggiato di borghi, monasteri, abbazie (Carpanese e Trolese, 1985) e altri segni della religiosità, castelli e ville, parchi e giardini storici (Provincia di Padova, 2000; Osto, 2016), agriturismi, fattorie didattiche, ristoranti, trattorie e aziende agricole. Il territorio è percorribile da un dedalo di sentieri attrezzati e segnalati. Anche la pianura agricola variamente coltivata presenta tracce indelebili di interventi passati (Gallo e Zanetti, 2014).

<sup>11</sup> Si rimanda ai video particolarmente interessanti pubblicati in *YouTube* dai vari soggetti collettivi ed enti (download effettuato nell'agosto 2018). Se ne suggerisce la visione per cogliere l'evoluzione del territorio dal Paleolitico a oggi e le sue caratteristiche, che costituiscono pregiate risorse turistiche di varia natura: *Associazione Villa Draghi. Nascita dei Colli Euganei e la flora*, 2016 (<https://www.youtube.com/watch?v=hsnBl-0D-ag>), con spiegazione anche di Dario Zampieri; *Un Parco da vivere, il Parco regionale dei Colli Euganei e le sue attività* (<https://www.youtube.com/watch?v=OXuasiMtJ0Y>); *Regione Veneto, Colli Euganei*, 2008 (<https://www.youtube.com/watch?v=YaVuhXI53eI>); Sauli S., *Colli Euganei*, 2011 (<https://www.youtube.com/watch?v=ujwJCAF824>); Provincia di Padova, *Percorso ciclo navigabile canale Battaglia*, 2015 ([https://www.youtube.com/watch?v=rknN\\_Z5jWwo](https://www.youtube.com/watch?v=rknN_Z5jWwo)). Oltre ai video si veda il *Mediterranean Mountainous Project* (<http://memolaproject.eu/it>).

<sup>12</sup> Da qui Gabriele d'Annunzio partì per il famoso volo su Vienna il 9 agosto 1918 (Evangelisti, 2018).

<sup>13</sup> Si cita il Museo della navigazione fluviale a Battaglia Terme, un tempo porto (Galifi, 2018).

<sup>14</sup> Pola (2012) con tecniche e metodologie IT aggiorna le interpretazioni geologiche della formazione delle acque termali in falde, da cui attingono i pozzi, anche oltre i 1000 metri, dei vari alberghi, dotati di relative concessioni. A p. 12 riporta una cartografia nella quale è evidenziata la localizzazione delle concessioni con i punti di prelievo «il BTE è costituito da due aree



termali principali (Abano T. e Montegrotto T. a nord, Battaglia T. e Galzignano T. a sud). Si estende in una fascia pedecollinare di circa 36 km<sup>2</sup>. Si notino le numerose «concessioni minerarie» per l'estrazione dell'acqua termale (Roghel e Maggia, 2011).

<sup>15</sup> <http://www.consoziotermeeuganee.it> [ultimo accesso: 06.IV.2018].

<sup>16</sup> Per quanto riguarda i dati dettagliati per comune, paese straniero di provenienza e regione italiana, si veda il seguente documento interno: Provincia di Padova, Settore servizi informativi, Ufficio Statistica, *Flussi turistici provinciali e per ambiti. Anno 2017*, redatto da Marisa Masiero.

<sup>17</sup> Nei comuni, cioè, di: Arquà Petrarca, Baone, Cervarese Santa Croce, Cinto Euganeo, Este, Monselice, Lozzo Atestino, Rovolon, Torreglia, Vo'.

<sup>18</sup> Questo documento definisce i criteri e le condizioni per l'attivazione delle Organizzazioni di gestione delle destinazioni.

<sup>19</sup> Argomento di particolare interesse anche a livello di formazione (Haeth, 2014).

<sup>20</sup> In questo scritto ci si concentra sui piani e documenti italiani e veneti delle istituzioni e degli attori che partecipano alla concertazione in favore del turismo.

<sup>21</sup> I soggetti coinvolti sono stati: i Comuni del Bacino delle terme Euganee, i comuni dei Colli Euganei e vari Consorzi. Per un dettaglio si veda il DMP (2016) dell'OGD (p. 8).

<sup>22</sup> Si ringrazia il Dott. Diego Gallo, responsabile dell'area sviluppo locale di Etifor per averlo messo a disposizione per la presente ricerca e per l'intervista concessa.

<sup>23</sup> Si veda anche: Lincetto e Marchioro, 2012, pp. 9-11.

<sup>24</sup> Cfr. le molte e complete recenti *brochure* pubblicate da Turismo Padova Terme Euganei, Regione Veneto «Tra la terra e il cielo», Strada del vino Colli Euganei ecc.

<sup>25</sup> L'impegnativo tavolo di confronto è composto dai Comuni di: Abano T., Battaglia T., Due Carrare, Galzignano T., Montegrotto T., Arquà Petrarca, Baone, Cervarese Santa Croce, Cinto Euganeo, Este, Lozzo Atestino, Monselice, Rovolon, Teolo, Torreglia, Vo'; e da numerosi altri soggetti, quali: Centro studi termali Pietro d'Abano, Camera di Commercio di Padova, Confindustria Padova, Consorzio terme euganee, Consorzio veneto acqua e terme, Federalberghi Terme Abano e Montegrotto, GAL Patavino, Parco regionale dei Colli Euganei, Ascom Padova, APPE Padova, Confesercenti Padova, UPA Padova, CNA Padova, Coldiretti Padova, Confagricoltura Agriturist Veneto, CIA Padova, Consorzio volontario per la tutela dei vini Colli Euganei, Strada del vino Colli Euganei, Gestione unica del bacino idrominerario omogeneo dei Colli Euganei, Confartigianato Padova, FIAVET Padova e la rappresentanza sindacale.

<sup>26</sup> La stessa Padova Card (con l'offerta integrata «Padova, terme, colli») registrava in quel periodo vendite equivalenti a Padova e alle terme.

<sup>27</sup> Si pensi al Parco dei Colli Euganei che, da tempo, fa attività di educazione ambientale e che ha ideato percorsi da mettere a disposizione del turista per esperienze territoriali più complete di cui le realtà termali sono solo una delle espressioni (Zanovello, s.d.). L'anello ciclabile pare ben impiegato: sarebbe da indagare quanto da turisti e quanto da locali, e in quali tratti.

**Ringraziamenti:** si ringrazia il dott. Stefan Marchioro, responsabile della P.O. Progetti territoriali e *governance* del turismo della Regione Veneto, per i preziosi colloqui concessi e i materiali forniti.

