

QUADERNI

di *Economia e Gestione del Turismo*
n. 1 / 2010



Provincia
di Rovigo

progetto

ATTI del CONVEGNO **Progetto PANDION HALIAETUS**

Ostello Canalbianco - Arquà Polesine (RO)

5 novembre 2009

pandion haliaetus

Presentazione di un prototipo di imbarcazione fluviale
dedito all'attività della pesca e del turismo sostenibile
con accessibilità per soggetti diversamente abili



Distretto Ittico
della provincia di Rovigo



REGIONE DEL VENETO

QUADERNI di Economia e Gestione del Turismo

Registrazione Tribunale di Treviso n. 2638/2009 v.g., 129 R.S.

Numero 1/2010

DIREZIONE, REDAZIONE e AMMINISTRAZIONE

Calmaggiore, 18

31100 – Treviso

Tel. +39 0422 591412

www.studiotrendtv.it

quaderni.egt@studiotrendtv.it

DIRETTORE RESPONSABILE

Pio Grollo

REDAZIONE

Stefania Fabiano Di Gregorio

AMMINISTRAZIONE

Ivana Visonà

HANNO COLLABORATO A QUESTO NUMERO

Mariangela Goggia, Eugenio Malaspina, Angela Spagnoletti

STAMPA

ARTI GRAFICHE ZOPPELLI DAL 1853 srl

Viale Luigi Einaudi 2/a

31030 Dosson di Casier (TV)

www.zoppelli.it - info@zoppelli.it

Foto di copertina: © Fancy Grafica

INDICE

INTRODUZIONE	5
--------------	---

ATTI DEL CONVEGNO DI PRESENTAZIONE DEL PROGETTO PANDION HALIAETUS

1. SALUTI DELLE AUTORITÀ E INTERVENTI INTRODUTTIVI	7
Massimo Barbin , Rappresentante Distretto Ittico Rovigo	7
Tiziana Michela Virgili , Presidente Provincia di Rovigo	9
Fabrizio Rossi , Presidente Unindustria Rovigo	10
Emanuela Chiarion , Assessore con delega al Turismo Comune di Arquà Polesine	12
Mario Borgatti , Presidente Unione Navigazione Interna Italiana	13
Francesco Ennio , Assessore con delega alle Attività Produttive Provincia di Rovigo	16

2. RELAZIONI	19
<i>I prodotti del turismo fluviale: quale futuro?</i> Pio Grollo , Docente Università Ca' Foscari di Venezia	19
<i>Esperienze europee a confronto</i> Bruno Moretti , Presidente Houseboat Holidays Italia Srl	29
<i>Sport e accessibilità</i> Sandra Truccolo , Atleta paralimpica di tiro con l'arco e canoa	41
<i>L'esperienza di Forzarosa</i> Daniele Scarpa , Olimpionico di canoa	43
<i>Innovazione tecnologica: "Minuetto, dall'idea al prototipo"</i> Carlo Moretti , AD Houseboat Holidays Italia Srl	47
3. CONCLUSIONI	57
Laura Negri , Assessore al Turismo Provincia di Rovigo	57

**TURISMO HOUSEBOAT LUNGO LE IDROVIE
VENETE: IL PROFILO DEL TURISTA**
di Pio Grollo, Stefania Fabiano Di Gregorio

1. PREMESSA	61
2. I MERCATI DEL TURISMO FLUVIALE VENETO	62
3. L'INDAGINE SULLA DOMANDA	63
4. ALCUNI SPUNTI DI RIFLESSIONE	75

INTRODUZIONE

Il turismo fluviale –ed il turismo houseboat in particolare- rappresenta oggi un’opportunità fondamentale per la valorizzazione in un’ottica di sostenibilità di quei territori che, come la nostra provincia, fanno dell’ambiente fluviale e delle tracce che l’uomo ha lasciato su di esso uno degli elementi cardine dello sviluppo turistico locale.

Nell’anno della *slow mobility*, la Provincia di Rovigo ha dunque deciso di puntare e investire nella promozione e nello sviluppo del turismo fluviale, aderendo al Patto per lo sviluppo del Distretto ittico della provincia di Rovigo: nell’ambito delle proprie linee programmatiche, il Distretto ha inteso sviluppare le condizioni di base per un rafforzamento dell’intera filiera ittica nella quale il settore del turismo, legato anche alla pratica sportiva della pesca, sta assumendo una sempre maggiore centralità.

Un connubio, quello tra pesca e turismo, che ha trovato fertile occasione di sviluppo proprio in Polesine, una lunga striscia di terra a ridosso del Mare Adriatico ed appoggiata al fiume Po, il cui Delta costituisce una delle zone umide più grandi d’Europa, terza solo alle grandi aree deltizie del Rodano e dell’Ebro. Un’area che oggi richiama sempre più nutrite schiere di turisti, interessati alla scoperta delle oasi naturalistiche ed ambientali del grande fiume.

In tale contesto un gruppo di imprese aderenti al Distretto ha lanciato, sotto l’egida della capofila Houseboat Holidays Italia Srl ed in *partnership* con la Provincia di Rovigo, il progetto *Pandion Haliaetus*. Quindici le imprese che hanno partecipato all’ATI: oltre alla già citata Houseboat Holidays Italia, al progetto hanno attivamente contribuito Delta 80 Srl, Dinon Group Spa, AD Consulting Srl, AD Strategy Srl, Finpesca Srl, Nuova laguna Srl, Coalpesca Srl, Zennaro Bruno Felice Mauro Renzo Snc, Ittica Villaregia Srl, Ittica Polesana, API Service Srl, Itineraria Comunicazioni Sas, PFR Trasporti Srl, PQF Srl.

L’iniziativa ha consentito di realizzare in loco *Minuetto*, un prototipo di imbarcazione che riassume in sé le caratteristiche del comfort per il turista, la funzionalità necessaria per un pescatore e che si presenta in grado di accogliere anche i soggetti diversamente abili ai quali, finora,

è stata pressoché preclusa la possibilità di avvicinarsi a questo tipo di esperienze.

Con questa pubblicazione l'Amministrazione provinciale presenta gli atti del convegno di presentazione ufficiale di Minuetto, tenutosi il 5 novembre 2009 presso la sala convegni dell'Ostello Canalbianco, ad Arquà Polesine. Gli atti vogliono essere, da un lato, uno strumento utile a mantenere viva tra coloro che hanno partecipato l'attenzione su quanto è stato dibattuto nel corso della giornata.

Dall'altro, essi vorrebbero costituire da parte dell'Amministrazione provinciale il primo passo verso la creazione di uno strumento periodico che sia in grado di stimolare nel sistema, tra gli operatori pubblici così come tra quelli privati, il dibattito ed il confronto sulle tematiche relative al turismo ed alla valorizzazione del territorio.

Ed il turismo fluviale, ne siamo certi, costituisce davvero un ambito strategico per lo sviluppo turistico della provincia di Rovigo.

Tiziana Michela Virgili
Presidente
Provincia di Rovigo

Laura Negri
Assessore al turismo
Provincia di Rovigo



Museo di Ca' Vendramin © Provincia di Rovigo - Servizio Turismo

ATTI DEL CONVEGNO PRESENTAZIONE DEL PROGETTO *PANDION HALIAETUS*

5 novembre 2009

Arquà Polesine – Ostello Canalbianco

1. SALUTI DELLE AUTORITÀ ED INTERVENTI INTRODUTTIVI¹

MASSIMO BARBIN

Rappresentante del Distretto Ittico di Rovigo

Buongiorno a tutti e benvenuti. Mi presento, sono Massimo Barbin e sono il rappresentante del Distretto Ittico della Provincia di Rovigo. Mi permetto di ringraziare innanzi tutto Bruno Moretti, che conosco da tempo, ma anche l'intera famiglia Moretti che si è fatta promotrice dell'iniziativa odierna: essa, in realtà, costituisce il coronamento di una serie di iniziative attivate da un'impresa a conduzione familiare che, grazie alla sua attività di noleggio houseboat in Veneto e Friuli, ha saputo apportare alla nostra provincia un'esperienza economica ed imprenditoriale tale da divenire leader a livello nazionale e conquistare un posto di rilievo anche nel panorama internazionale.

È una particolare soddisfazione avere qui con noi la famiglia Moretti, perché la sua presenza combacia oggi con la presentazione ufficiale di un importante progetto che ci siamo posti ormai qualche anno fa e che andremo poi a toccare con mano nel corso della mattinata. Si tratta infatti della seconda fase di un'iniziativa che era stata avviata come studio di fattibilità per la progettazione di un'imbarcazione che avesse determinate caratteristiche, e che oggi trova concretezza nella presentazione ufficiale del prototipo, che visiteremo poi ancorato al

¹ Gli interventi di Massimo Barbin, Tiziana Michela Virgili, Francesco Ennio e Mario Borgatti sono stati verificati dagli autori. I restanti interventi sono stati ripresi dalle registrazioni audio a cura della redazione.

pontile antistante l'ostello. Un'iniziativa che si colloca all'interno del patto di sviluppo che, nel 2003, vide la nascita del distretto ittico, ai sensi della legge regionale 8/2003. A quel tempo, Houseboat Holidays aderì al patto di sviluppo in quanto non si trattava di un ittico inteso solo come *business* economico nel settore della produzione, conservazione e trasformazione di prodotti ittici, ma anche in senso più ampio come attività di pescaturismo e di valorizzazione economica più in generale: infatti nel nostro territorio, a forte caratterizzazione fluviale e a ridosso del mare, l'attività della pesca è divenuta fattore di attrazione non solo per i locali, ma in varie forme anche per pescatori provenienti da altri Paesi. Anzi, a volte bisogna riconoscere che essa eserciti anche troppa attrazione: alcuni episodi di bracconaggio sono attualmente all'attenzione degli organismi preposti al controllo.

Nell'ambito del patto di sviluppo, in accordo con l'amministrazione provinciale e gli enti locali, è stata sviluppata in particolare un'area riguardante il pescaturismo, all'interno della quale ha preso pian piano forma l'idea del progetto *Pandion Haliaetus*: quando fu presentato il bando nel 2008, come rappresentante del distretto ebbi l'obbligo di esprimere un parere di congruità, che fu espresso positivamente in quanto il progetto rientrava perfettamente negli scopi che si era posto il distretto ittico.

Ma per esprimere tale parere, fu necessario entrare nel merito del percorso progettuale: da questo punto di vista va sottolineato il forte impegno di Bruno Moretti, che rappresenta davvero un esempio di coraggio da parte di un imprenditore che crede fermamente nelle potenzialità del suo territorio. Grazie al suo contributo non ci si è limitati a realizzare un prototipo fine a se stesso, ma Houseboat Holidays ha deciso che questo prototipo costituirà la base per l'industrializzazione di un processo produttivo, tanto che sono già in cantiere una decina di imbarcazioni con queste caratteristiche. Saranno poi gli autori del progetto ad entrare nel merito degli aspetti propriamente tecnici, chiarendo perché si parli ancora di prototipo, e in che cosa esso si differenzi rispetto alle imbarcazioni finora utilizzate: per il momento, vi anticipo solo due elementi che caratterizzano l'imbarcazione. Da un lato, la tipologia stessa dell'imbarcazione, la cui struttura di chiglia non impatta sul sistema del moto ondoso; dall'altro, l'opportunità di far sì che tale tipo di imbarcazione sia utilizzato non solo da coloro che hanno la fortuna di essere autonomi al 100%, ma che ne garantisca l'accessibilità anche a chi è diversamente abile, consentendo a tutti di

sperimentare questa particolare forma di vacanza, che offre la possibilità di godere pienamente di tutte le bellezze del territorio, in un contesto totalmente diverso, e senza la necessità di possedere particolari competenze dato che le houseboat si guidano senza patente nautica. Credo dunque che la possibilità di offrire a tutti la possibilità di misurarsi con una vacanza alternativa rappresenti senza dubbio un elemento qualificante per l'offerta turistica locale.

Ringrazio tutti voi per la vostra presenza qui oggi: saluto tutte le autorità presenti, dal Presidente e dalla Giunta dell'Amministrazione Provinciale di Rovigo al Presidente di Unindustria Rovigo, dagli amministratori locali al Presidente del Gal, dal Presidente e Vice-Presidente del Consorzio Sviluppo al Presidente dell'Unione Navigazione Interna Italiana. Darei dunque inizio ai lavori, cedendo la parola a Tiziana Virgili, Presidente della Provincia di Rovigo.

TIZIANA MICHELA VIRGILI
Presidente Provincia di Rovigo

Devo dire che quando un anno e mezzo fa ne parlammo in Giunta, il progetto mi sembrò alquanto lontano. Eppure, oggi siamo arrivati alla presentazione ufficiale di questa imbarcazione, che coniuga tre aspetti importanti: la pesca, il turismo e l'accessibilità. Tre aspetti che non sono trascurabili se presi singolarmente, ma che valorizzano ulteriormente un mezzo così all'avanguardia, di cui c'era veramente bisogno. Anche la nostra ospite qui presente, Sandra Truccolo, ha avuto modo non molto tempo fa di sperimentare la bontà e l'accessibilità di questa imbarcazione, confermando dunque la validità di questo progetto.

Oggi presentiamo un'iniziativa che costituisce davvero un passo avanti per il turismo nella provincia di Rovigo, nell'ottica certo di una valorizzazione del nostro territorio, delle sue bellezze, delle sue risorse, dei suoi corsi d'acqua, ma anche e soprattutto di un turismo sostenibile e di una politica di integrazione che la Provincia sta portando avanti da qualche anno. Un impegno che dovrà sicuramente riguardare anche l'area della darsena dell'interporto, un progetto fermo ormai da qualche tempo ma che deve sicuramente essere affrontato. Ma quello di oggi è già un buon punto di inizio.

Vi ringrazio della vostra presenza e ringrazio la famiglia Moretti per averci offerto questa opportunità, che spero possa presto diventare realtà, ed un'occasione concreta da cogliere per lo sviluppo del turismo nel nostro territorio.



Tiziana Michela Virgili: alla sua destra Mario Borgatti, a sinistra Daniele Scarpa © Mariangela Goggia

MASSIMO BARBIN

Ringrazio la Presidente Virgili, che tornerà a trovarci più tardi, al termine della mattinata, in occasione della cerimonia di inaugurazione della nuova imbarcazione. Chiederei anche a Fabrizio Rossi, Presidente di Unindustria Rovigo, di portare il suo saluto.

FABRIZIO ROSSI

Presidente Unindustria Rovigo

Al contrario di Massimo, io ho conosciuto Bruno Moretti solo recentemente, e devo dire che possiede una caratteristica fondamentale, a mio parere, per portare avanti queste iniziative: la

passione, l'entusiasmo. Senza la passione, la motivazione, la voglia di fare di Bruno Moretti, non sarebbe possibile fare tutto questo. Mi viene da dire, pur non avendo ancora visto nei dettagli il progetto, che il Polesine dovrebbe essere orgoglioso di questo successo: credo anzi che sia una missione di tutti, *in primis* di coloro che operano in ruoli di responsabilità, cercare di portare queste esperienze al di fuori del territorio provinciale, di far conoscere al mondo le capacità dei nostri imprenditori. Abbiamo un territorio meraviglioso: dobbiamo riuscire insieme a valorizzarlo al meglio. Complimenti dunque a tutti per l'iniziativa: andate avanti così, il Polesine ne ha bisogno.



Fabrizio Rossi e Emanuela Chiarion © Mariangela Goggia

MASSIMO BARBIN

Grazie al Presidente Rossi. Dato che siamo ospiti del comune di Arquà Polesine, inviterei l'Assessore Chiarion a portare un saluto da parte dell'Amministrazione comunale.

EMANUELA CHIARION

Assessore con delega al Turismo Comune di Arquà Polesine

Buongiorno a tutti. Vi ringrazio per essere qui presenti, e vi porto il saluto a nome dell'Amministrazione comunale di Arquà Polesine. Quello di oggi è davvero un appuntamento interessante, e spero che le nostre progettualità in questo campo si possano veramente avverare, che ci sia una reale volontà di cooperazione da parte di tutti gli enti, con l'obiettivo di sviluppare la pratica del turismo fluviale in tutto il nostro territorio, e non solo nel Delta del Po. Sono stata di recente a fare un'escursione in barca lungo il Canal Bianco, e sono rimasta sorpresa dalla bellezza dell'ambiente, dal fatto di poter scoprire il territorio da un punto di vista diverso. Io mi auguro veramente che queste forme di fruizione turistica del territorio possano essere potenziate. Grazie, e buon proseguimento.



Barcone lungo il Po a Trecenta © Eugenio Malaspina

MASSIMO BARBIN

Darei spazio ora al programma della giornata, lasciando la parola a Mario Borgatti, qui nella duplice veste di Vice Presidente del Consorzio Sviluppo e di Presidente dell'Unione Navigazione Interna Italiana.

MARIO BORGATTI

Presidente Unione Navigazione Interna Italiana, Vice Presidente Consorzio Sviluppo

Buongiorno a tutti. Innanzi tutto, come rappresentante del Consorzio Sviluppo, volevo comunicare a chi si interessa di turismo e navigazione interna che proprio domani mattina, presso la sede del Consorzio, è stato organizzato un incontro con l'amministrazione provinciale e gli amministratori locali per illustrare quanto è stato fatto finora in termini di creazione e sistemazione degli attracchi lungo le vie navigabili del Polesine.



Il tavolo dei relatori: da sinistra Bruno Moretti, Massimo Barbin, Mario Borgatti, Laura Negri, Daniele Scarpa © Mariangela Goggia

Un ringraziamento particolare va a Houseboat Holidays Italia per l'organizzazione di questa giornata, ma soprattutto per l'impegno che dimostra nello sviluppo di questo settore: nel corso di questo progetto ho avuto modo di rapportarmi più volte con Bruno Moretti, al quale va in particolare il mio ringraziamento. Quando si è iniziato a pensare alla

realizzazione di questa imbarcazione, l'Unione Navigazione Interna Italiana faceva parte dell'ATI del Progetto Fenice: da quel momento il progetto ha preso corpo velocemente. Moretti ha lanciato l'idea, si è costituita la nuova ATI, è stata realizzata la barca, il 14 marzo 2009 il progetto è stato presentato all'Interporto di Rovigo, ed oggi siamo qui ad inaugurare l'imbarcazione.

La navigazione interna italiana è attualmente poco conosciuta, sia in Italia che all'estero. Peraltro sui nostri fiumi navigabili, che si sviluppano per oltre 1.000 km, oggi transitano circa 300.000 persone: ciò sta a significare che questa attività sta divenendo sempre più importante, e tutti i lavori che sono stati eseguiti finora per rendere pienamente fruibile la Litoranea veneta da Venezia a Trieste dimostrano un impegno concreto dell'amministrazione regionale e degli enti locali per lo sviluppo di questo settore.

Per questo l'UNII, insieme all'amministrazione provinciale di Rovigo, al Consorzio Sviluppo ed alla Provincia di Venezia, sarà presente a dicembre al Salone nautico di Parigi, dove sarà presentata la Via dal Parco del Delta a Trieste, una via fluviale ben collegata alle altre vie navigabili italiane, nella quale si sono impegnati molti operatori del territorio e le cui caratteristiche saranno presentate agli operatori del settore ed ai giornalisti nel corso della fiera.

Come anticipavo prima, l'amministrazione provinciale e quella regionale hanno dato molto alla realizzazione della Litoranea veneta, ma permangono comunque delle criticità nella navigazione interna italiana. E se da un lato i privati dimostrano di approfondire il loro impegno in questo senso, la parte pubblica dall'altro tarda spesso a dare risposta a tali problematiche, in particolare a quelle riguardanti lo stato e la manutenzione delle infrastrutture necessarie alla navigazione (bricole, attracchi, conche ed altre opere idrauliche).

Per cercare di risolvere questa situazione, il Consiglio dell'UNII ha fissato per gennaio 2010 una riunione con gli operatori fluviali e i rappresentanti delle province e della regione del Veneto, proprio per cercare di individuare questi nodi che costituiscono un ostacolo concreto allo sviluppo della navigazione interna, e superarli.

Oltre alla presenza dell'UNII al salone nautico di Parigi, tra le altre attività previste vi sono allo stato attuale un convegno sulla navigazione interna organizzato dall'Università di Messina, una presentazione del piano di valorizzazione del fiume Po a Torino, e la partecipazione ad alcune mostre in Germania ed Olanda, paesi che costituiscono il principale bacino di utenza delle vie navigabili italiane: saranno dunque organizzati degli eventi in loco, con la partecipazione degli organismi di settore e degli operatori turistici, proprio per cercare di far conoscere la nostra realtà all'estero.

Sul fronte del Fissero-Tartaro-Canal Bianco, esso fino al 2003 non esisteva in termini di opportunità per la navigazione interna: solo quando l'UNII, insieme alle amministrazioni provinciali di Mantova e di Rovigo, ha organizzato un convegno a Bruxelles per la presentazione del sistema fluvio-marittimo italiano hanno iniziato a giungere in Italia i primi contributi europei. Fino a quel momento i contributi erano destinati ad altre grandi vie navigabili come il Reno ed il Danubio, in quanto l'Europa non era al corrente che anche l'Italia avesse delle vie navigabili: i primi contributi hanno invece consentito di completare l'opera di infrastrutturazione del canale, grazie ad un finanziamento di circa 200 milioni di €.

Da questo punto di vista, sarebbe opportuno che associazioni, istituzioni ed operatori facessero fronte comune, per rafforzare il rapporto con l'Europa: quelli europei sono davvero contributi corposi, importanti per proseguire nello sviluppo della navigazione interna italiana.

Per concludere, vorrei portare l'esempio di una compagnia che ha iniziato di recente ad operare lungo l'Idrovia Fissero-Tartaro-Canal Bianco con un'imbarcazione olandese chiamata Vita Pugna, che offre prodotti bici e barca nel tratto Venezia – Mantova. Ora l'operatore sta pensando di potenziare l'offerta con una seconda imbarcazione, segno tangibile che i lavori di infrastrutturazione compiuti sull'idrovia sono stati importanti per lo sviluppo della navigazione interna nel territorio.

Noi dobbiamo lavorare con l'obiettivo di vendere il territorio nel suo insieme: non possiamo pensare di promuoverne una piccola parte, con iniziative slegate l'una dall'altra, e materiale di comunicazione legato a singole località. Dobbiamo riuscire a costruire dei prodotti completi, per offrire alle agenzie che si trovano all'estero degli elementi concreti sui

quali lavorare. Io sono sicuro che in questo modo riusciremo a fare qualcosa di tangibile per lo sviluppo della navigazione e per rispondere in modo preciso alle esigenze dei turisti.

MASSIMO BARBIN

Mi presta il fianco Mario Borgatti quando parla di opportunità di sviluppo del settore in seguito alla presentazione fatta all'estero del sistema navigabile italiano. Bisogna dire che nel nostro territorio manca ancora, credo, un elemento di congiunzione importante: noi non riusciamo a fare sistema.

Quella che in questi anni è stata portata avanti è stata una rappresentazione assolutamente disomogenea e disarticolata del territorio. Non siamo riusciti a fare sintesi comune attorno ad un progetto di valorizzazione coordinata del territorio: con la legge regionale n. 13 sono stati finanziati in provincia di Rovigo nove diversi progetti di marketing territoriale per un contributo complessivo di 1.620.000 €, che siamo riusciti a dilapidare senza alcun progetto comune.

L'auspicio è che da queste esperienze si riesca a trarre un insegnamento per il futuro. Di recente si è informalmente costituito un tavolo presso l'amministrazione provinciale che vede coinvolti il Consorzio Sviluppo ed i distretti, proprio per cercare di sviluppare un'azione comune. Approfitterei dunque della presenza in sala dell'Assessore Francesco Ennio, che ha delega per le Attività Produttive ed i Distretti, chiedendogli di portare un contributo in merito a tale questione.

FRANCESCO ENNIO

Assessore con delega alle Attività Produttive Provincia di Rovigo

L'iniziativa a cui accennava Massimo Barbin non nasce dal nulla, ma è un lavoro promosso da uno dei distretti più importanti attualmente esistenti in Polesine, qual'è quello legato alla pesca.

Noi dobbiamo capire che proprio in questo momento, nella situazione difficile che si sta attraversando, tutti gli esperti indicano nel

coordinamento con le istituzioni e nella capacità di aggregazione delle imprese, in particolare nelle aree caratterizzate per la presenza di realtà piccole e medio-piccole, il modo migliore per cogliere delle opportunità significative.

Abbiamo dunque deciso di convocare i distretti e riunire attorno ad un tavolo la Provincia, la Camera di Commercio e il Consorzio di Sviluppo, verificando se all'interno dei progetti di cui ogni attore era portatore fosse possibile individuare delle progettualità condivise: le risorse sono poche, e non possiamo permetterci di sprecare nulla. Solo attraverso l'interazione tra i diversi attori e la condivisione delle risorse è possibile dare forma a progetti concreti.

Il lavoro del tavolo, che sta già operando su alcune proposte da definirsi a breve, va in questo senso: dobbiamo farlo, perché vogliamo che il nostro Polesine cresca.

Questo potrebbe costituire un'opportunità non solo per uscire dalla crisi, ma anche per cogliere delle occasioni importanti. Però dobbiamo farlo insieme, e dobbiamo esserne convinti.



© Carlo Moretti

MASSIMO BARBIN

Darei la parola ora al Dott. Pio Grollo, docente dell'Università Ca' Foscari di Venezia, che ci riporta con i "piedi per terra" al tema del turismo fluviale, una tipologia di turismo forse ancora poco conosciuta ma che rappresenta senza dubbio un mercato non saturo, in espansione, che può riservarci delle opportunità.



Pio Grollo, Massimo Barbin © Carlo Moretti

2. RELAZIONI²

I PRODOTTI DEL TURISMO FLUVIALE: QUALE FUTURO?

di Pio Grollo

*Docente di Economia e Gestione delle Aziende Turistiche
Università Ca' Foscari di Venezia*

Vi ringrazio per l'invito e ringrazio gli intervenuti che mi hanno preceduto perché mi hanno fornito molte utili indicazioni, molti interessanti spunti. Spero che il mio contributo possa essere funzionale allo spirito di questo convegno e del Progetto che lo ha originato, convinto come sono delle potenzialità di sviluppo del Turismo Fluviale in quest'area.

Cercherò nella mia relazione di affrontare tre tematiche.

Innanzitutto vorrei discutere sul concetto di **prodotto turistico globale**, quindi cercare di delineare i **diversi prodotti del turismo fluviale** per poi proporre alcuni elementi di riflessione circa **le prospettive del turismo fluviale in provincia di Rovigo**.

Iniziamo con il porci una semplice domanda: “Cosa intendiamo per prodotto?” Il prodotto è l'*output* di un processo produttivo e da questo punto di vista quanto realizzato da un'azienda che opera per soddisfare la domanda dei turisti, albergo o agenzia di viaggio che sia, non è molto diverso rispetto a quello di un'azienda industriale.

Certo il soggetto a cui è mirato il prodotto è diverso.

Certo il processo produttivo adottato dalle diverse organizzazioni prevede l'utilizzo di diversi *input* e può essere più o meno complesso.

Certo il prodotto turistico, come qualunque merce o servizio, a volte viene richiesto ed erogato a seguito di una specifica domanda, altre invece viene offerto, in quanto frutto di un lavoro preventivo di analisi il cui obiettivo è quello di percepire e quindi soddisfare un bisogno che ancora non si è espresso.

Nel turismo il presupposto per la realizzazione del prodotto è dato dall'esistenza di quelli che chiamiamo “fattori di attrattività”, e può

² I testi delle relazioni e le conclusioni sono stati verificati dai rispettivi autori.

essere considerato tale qualunque elemento presente nella natura o realizzato dall'uomo che per le più differenti motivazioni sia in grado di attrarre flussi di visitatori/turisti: a volte flussi indistinti, altre flussi molti mirati, talvolta grandi masse, altre minuscole nicchie, a volte per più giorni, altre per periodi di tempo limitati.

I soggetti che praticano il turismo fluviale in provincia di Rovigo, come abbiamo sentito negli interventi precedenti e come risulta anche dagli studi che abbiamo condotto sul tema, provengono soprattutto dal Centro e Nord-Europa. Ciò significa che per costoro l'idea e la possibilità di fare una vacanza in un contesto fluviale (il fattore di attrazione), ma anche nelle vicinanze di Venezia, costituisce una motivazione per lasciare i propri luoghi di residenza (i bacini di utenza) e trasferirsi nel Delta del Po o nella Litoranea Veneta.

L'obiettivo degli operatori deve essere quello di far sì che questa domanda trovi nel territorio un'effettiva, adeguata risposta.

Una risposta che si sostanzia in un insieme di elementi tangibili ed intangibili, messi a disposizione, resi accessibili in modi diversi ma in grado di dare una risposta globale ad un bisogno complesso, globale.

Il turista non cerca semplicemente un micro-prodotto, un giro in barca, un alloggio, un pranzo: cerca risposta ad un'esigenza, cerca quell'esperienza che solo il trasferimento temporaneo dalla sua abitazione per immergersi in un nuovo ambiente può garantire.

I fattori di attrattività non sono altro che la possibilità, gli elementi, che consentono al turista di tradurre la sua esigenza in qualcosa di concreto, la fruizione di un prodotto, il prodotto-vacanza.

Il prodotto turistico è, da questo punto di vista, turistico in quanto rivolto ad una specifica categoria di soggetti.

Consentitemi una digressione: io credo che molti residenti della provincia di Rovigo conoscano poco la navigazione fluviale, credo che molti non abbiano ancora sperimentato una vacanza in houseboat.

Ma ritorniamo al tema del giorno, il prodotto turistico è globale in quanto è riferito all'esperienza turistica nella sua globalità. Cerco di chiarire ulteriormente questo concetto: il turista non resta soddisfatto perché ha mangiato bene, perché ha visitato bei luoghi, perché la guida è stata esauriente, ecc. ma perché tutto questo è stato sintetizzato in un prodotto-esperienza che ha complessivamente funzionato bene. Non basta che la barca sia comoda, che l'ambiente naturale sia intatto: se non c'è magari una buona informazione al

turista, o se non c'è una buona capacità di accoglienza da parte di coloro che governano il funzionamento delle opere idrauliche presenti lungo il percorso, l'esperienza vissuta non sarà positiva.

Il prodotto turistico globale è composto, come abbiamo detto, di molteplici fattori di attrattività: ebbene, siamo sicuri che i residenti del Polesine considerino fino in fondo l'ambiente fluviale come una risorsa economica? Siamo sicuri che siano essi per primi ad essere convinti dell'eccezionalità del patrimonio che hanno a disposizione? Siamo sicuri che considerino il turismo un elemento fondamentale per la crescita economica e sociale?

Sono aspetti tutt'altro che banali in quanto l'atteggiamento della collettività residente è sempre più importante nel determinare il successo o meno dello sviluppo turistico di una località.

Vorrei qui descrivere due differenti atteggiamenti ovvero "due approcci limite" all'interno dei quali, naturalmente, si possono riscontrare innumerevoli soluzioni intermedie.

Primo caso: il locale, il cittadino-residente, ritiene che la sua città, che la sua cucina, che l'ambiente naturale nel quale vive sia "il massimo", "er meio", "unico al mondo"... prova nei confronti del luogo o dei diversi ambiti che vi si trovano quasi una venerazione.

La conseguenza di tale atteggiamento è spesso quella di credere che basti attendere... e il turista arriva e se ciò non avviene è perché è mancata o è stata insufficiente la comunicazione.

In questi ultimi quattro anni mi sono spesso confrontato con l'ambito delle Dolomiti: e l'atteggiamento di una parte dei residenti è quello di considerarle le montagne più belle del mondo (e forse lo sono) ma certo non sono le sole "belle montagne che ci sono al mondo" ... e non riescono a capire perché gli arrivi e le presenze dei turisti aumentino in alcune località alpine e non nelle Dolomiti.

Il secondo caso evidenzia una situazione opposta, il locale non ritiene che l'ambiente nel quale vive possa interessare altri soggetti o comunque non coglie nel visitatore un possibile generatore di domanda e quindi non dà corso ad attività produttive destinate a soddisfarla.

Chi opera nel turismo si trova ad affrontare due situazioni-limite: *da un lato*, i cittadini, il volontariato e gli operatori pubblici e privati locali considerano l'ambiente nel suo complesso come una grande risorsa, ma la domanda non considera il sito un fattore di attrattività ovvero non

riconosce quel territorio come destinazione turistica; *dall'altro*, la domanda individuale o di gruppo, organizzata e non, identifica quel territorio come una possibile meta ma non c'è adeguata offerta, c'è un limitato interesse da parte della collettività locale o comunque una scarsa capacità di risposta.

Nella prima situazione abbiamo una sopravvalutazione di alcuni elementi, che impedisce al sistema di rendersi conto di ciò che il turista richiede effettivamente, nella seconda vi sono delle potenzialità non utilizzate perché "i locali" non percepiscono l'ambiente come una opportunità per lo sviluppo del turismo e quindi dell'economia locale.

In entrambi i casi la domanda e l'offerta non si incontrano perché non ci sono le condizioni per il realizzarsi e l'affermarsi di un'organizzazione produttiva e di un'offerta (una linea di prodotti) in grado di dare adeguate risposte alla domanda di turismo.

Passo al secondo dei temi che vorrei in questa sede affrontare: i prodotti del turismo fluviale.

Il contesto nel quale si sviluppa il turismo fluviale in provincia di Rovigo, così come il turismo fluviale in tutto il Veneto, ma anche nel ferrarese o in Friuli, è senza dubbio diverso rispetto a quello delle destinazioni francesi e più in generale del Centro e Nord Europa. Sono diversi i contesti naturalistico-ambientali e storico-economici, ma è diverso anche il contesto dell'offerta turistica che caratterizza le diverse destinazioni. Noi ci troviamo in una realtà che consente di passare, in poche decine di km, dalle spiagge di Rosolina alla città di Venezia, dai Colli Euganei all'area Pedemontana, alle Dolomiti, al Lago di Garda: una realtà unica ed ideale per unire l'esperienza "in barca" con le opportunità della visita/soggiorno in terraferma.

Ciò ci porta a cogliere le opportunità ma ci induce anche a dover chiarire il concetto di Turismo fluviale, a dover considerare la pluralità e complessità dei prodotti che in modo diretto o indiretto lo identificano.

La figura che segue ci aiuta in questo senso, evidenziando ben tre ambiti, meglio tre linee di prodotto, che configurano il Turismo fluviale e lagunare.

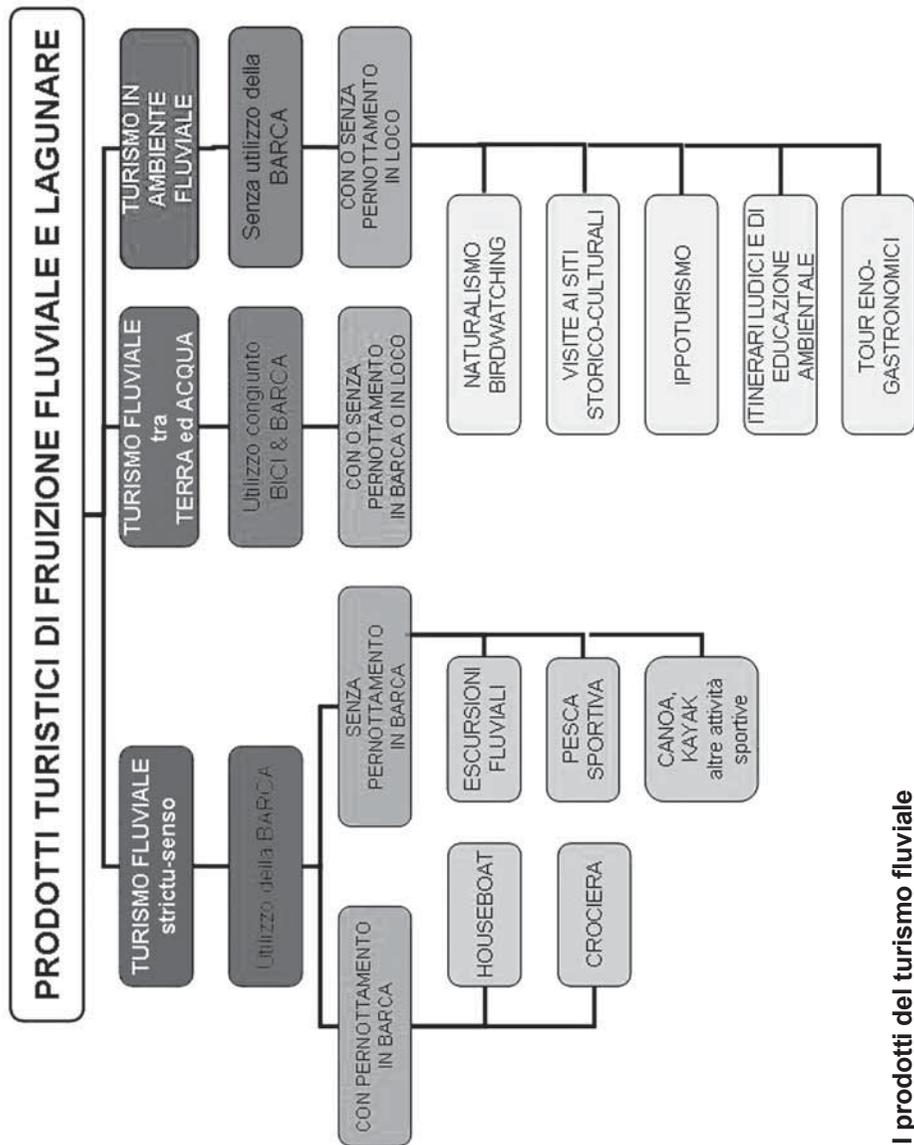


Fig. 1 – I prodotti del turismo fluviale

Abbiamo da una parte il *turismo in ambiente fluviale*: una forma di turismo che non prevede l'utilizzo della barca. Il soggetto fruisce dell'ambiente fluviale, lo utilizza quale "contenitore della sua visita/vacanza", con o senza pernottamento nell'area. Abbiamo in questo senso forme di turismo fluviale legate alla visita delle emergenze storico-culturali del territorio, alla pratica del birdwatching o, più in generale, alla fruizione "terrestre" dell'ambiente fluviale cui corrispondono (possono corrispondere) specifici prodotti realizzati e messi a disposizione dal Sistema Locale di Offerta Turistica.

Il secondo filone di prodotti è rappresentato dal *turismo fluviale tra terra e acqua*: si tratta di una risposta a forme di fruizione che coniugano specificatamente l'utilizzo della barca con quello della bicicletta. La visita/soggiorno/vacanza si sostanzia in un intercalare continuo di momenti in acqua e momenti a terra. Si tratta di una forma di "turismo lento", che in genere ha nella motivazione/pratica di tessere relazioni molto dirette con il territorio uno dei suoi aspetti caratterizzanti. A fronte di nostri recenti studi in ambito Ferrarese è emerso come questa realtà, per situazione ambientale e per scelta degli attori locali, presenti notevoli potenzialità per la valorizzazione di tale tipologia di prodotto.

La terza linea di prodotti costituisce il *turismo fluviale in senso stretto*. Questo ha nella barca il suo elemento essenziale: il natante quale mezzo di locomozione ma anche di alloggio e di ristorazione, il natante quale luogo da dove si gode dell'esperienza-vacanza. È un turismo che si declina in varie forme, individuali e collettive e può prevedere o meno il pernottamento a bordo dell'imbarcazione.

E mi avvio all'ultimo dei punti che mi ero prefissato di toccare nel corso del mio intervento: a partire da una pur sintetica valutazione sulla situazione attuale, cercherò di evidenziare alcune indicazioni in ordine alle scelte strategiche atte a delineare un possibile sviluppo del settore. Partirò da alcune considerazioni sulla realtà delle idrovie venete. All'interno dello studio condotto qualche tempo fa per la Regione del Veneto, si era cercato di identificare i punti di forza delle idrovie regionali. Tra i più significativi abbiamo: la possibilità di integrare il turismo fluviale con altre forme di fruizione turistica del territorio, la localizzazione strategica rispetto agli aeroporti di Venezia e Treviso, la facilità di navigazione in presenza di un numero limitato di conche ed

altre opere idrauliche, la vicinanza a Venezia ma anche ad altre città d'arte, da Padova a Vicenza a Treviso.

Vi sono indubbiamente anche degli elementi di debolezza, ne citiamo solo alcuni: la carenza di ormeggi, la scarsa manutenzione del fondale e delle opere idrauliche, la rigidità degli orari di apertura delle conche, la carenza di segnaletica turistica, la frammentazione delle competenze in relazione alla gestione ed alla manutenzione della via fluviale.

Dall'analisi di studi realizzati in altri paesi europei, oltre che dai colloqui con gli operatori economici, così come dalle interviste realizzate tra oltre 1000 fruitori di escursioni fluviali lungo il Sile, il Brenta e nelle foci del Po e oltre 100 noleggiatori di houseboat, emerge un dato: vi sono indubbie potenzialità ed interessanti prospettive per il Turismo Fluviale nelle sue diverse forme, così come evidenziate nella figura.

È vero, siamo di fronte a forme di turismo ancora di nicchia, ma si tratta di tipologie di fruizione turistica che presentano grandi possibilità di espansione. Le iniziative come quella che viene oggi presentata rappresentano investimenti in mercati con indubbie opportunità di sviluppo ma non devono rimanere iniziative isolate, devono trovare idoneo terreno di valorizzazione, idonea integrazione con quanto l'ambiente culturale e socio-economico può esprimere.

Dal punto di vista infrastrutturale è necessario investire, innanzi tutto in funzione di ampliare l'offerta, consentendo maggiori opportunità di itinerari settimanali ma anche cogliendo nuovi target di domanda. Ciò significa intervenire sulle vie d'acqua, ma anche sui natanti. L'iniziativa presentata oggi va proprio in questo senso, rivolgersi ad una nuova utenza, cogliendo un'esigenza molto mirata.

L'offerta, oltre che ampliata, va anche qualificata: l'obiettivo è sicuramente quello di migliorare la qualità, e se si può intervenire in alcuni aspetti infrastrutturali (attraverso la realizzazione di pontili e la garanzia di una costante manutenzione), occorre senza dubbio intervenire anche sulla cultura dell'accoglienza.

È un problema fondamentale e a tal proposito vorrei raccontare quanto accadutomi circa un'ora fa venendo proprio in questa pregevole sede che oggi ci accoglie per il convegno, ma che è anche un'interessante struttura ricettiva. Seguendo l'indicazione, dalla strada statale (via Nazionale Adriatica) ho svoltato per raggiungere l'ostello ma poi ho

proseguito lungo la strada, senza fermarmi, perché l'indicazione della struttura ricettivo-congressuale non era ben visibile; non è chiara. Fatto qualche chilometro e resomi conto che qualcosa non andava, ho chiesto indicazioni sull'ostello ad una signora. Costei non ha capito nemmeno di cosa stessi parlando così sono ritornato indietro alla statale e ho rifatto la strada ... ho visto un bel po' di auto parcheggiate e dedotto che lì doveva essere la sede del convegno.

Come ben diceva l'Assessore prima, per essere competitivi è sempre più necessario riuscire a proporre un'offerta integrata, che presenti congiuntamente le opportunità legate all'elemento della navigazione, e che sia in grado anche di stimolare e incentivare lo sviluppo di forme evolute di offerta, basate sull'aggregazione degli operatori e sull'integrazione dei diversi prodotti del territorio.

Bisogna sicuramente potenziare l'aspetto della comunicazione, sia per far conoscere le destinazioni fluviali venete, sia per fornire le necessarie informazioni in sede di scelta e quando il turista è presente nel territorio: dalle indicazioni per arrivare alle carte fluviali e alle informazioni sugli orari di apertura delle conche.

Ho girato per molti anni per fiere, in Veneto, in Italia e in Europa: e non sempre, devo dire, è stato presentato del materiale adeguato per gli interessati al turismo fluviale.

Certamente in questi anni sono stati compiuti significativi passi avanti. Certamente c'è da fare di più e meglio, c'è soprattutto da fare comunicazione in modo coordinato e integrato tra tutti gli attori pubblici e privati che operano nella destinazione.

Bisogna indubbiamente cambiare approccio, lavorare insieme tra pubblico e privato, fare squadra, unire le risorse. Il turismo da questo punto di vista può costituire un utile banco di prova, un esempio da seguire per l'intero sistema economico.

Bisogna passare da un approccio spontaneista ed individualista ad uno basato su progettualità e consenso: ma per far questo è indispensabile che si diffonda la cultura dell'accoglienza, la percezione dell'importanza che il turismo riveste per la collettività locale nel suo complesso.

La realtà veneta ma anche italiana vede ancora un modello di Sistema Turistico caratterizzato dalla frammentazione delle competenze e

dell'agire dei vari soggetti, è necessario stimolare e perseguire un agire che veda affermarsi sempre maggiore cooperazione tra tutti gli attori del sistema.
Oggi si è fatto un passo avanti in questo senso.



Il Po a Stienta © Provincia di Rovigo - Servizio Turismo

MASSIMO BARBIN

Ringrazio il Dott. Grollo che nel suo intervento non ha sicuramente tradito le aspettative, fornendo oltre ad alcune indicazioni in merito allo sviluppo del settore, anche delle prospettive per la provincia, cercando di dare concretezza a quello che molto spesso si dice ma poi difficilmente si riesce a mettere in pratica.

Diamo ora la parola a Bruno Moretti, che intende offrirci un confronto tra la realtà del turismo fluviale del Polesine e quella europea.



Bruno Moretti, Massimo Barbin © Mariangela Goggia



Il Delta nei pressi della Sacca di Scardovari © Provincia di Rovigo - Servizio Turismo

TURISMO FLUVIALE E VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO: ESPERIENZE EUROPEE A CONFRONTO

di Bruno Moretti

Presidente Houseboat Holidays Italia Srl

Devo dire che per anni ho impostato i miei interventi, quando partecipavo ai convegni, in funzione di un obiettivo finale che consisteva nel far capire quello che fa Houseboat Holidays Italia: non giri in barca, ma vere e proprie vacanze sul fiume.

Oggi, invece, ciò che più mi preme è far vedere alle istituzioni che cosa succede all'estero, portarvi a fare un giro immaginario lungo le principali vie navigabili europee, per vedere come le operazioni di infrastrutturazione del territorio realizzate per incentivare il turismo fluviale si siano spesso rivelate importanti elementi di catalizzazione dell'interesse del turista. Alcuni itinerari che ho deciso di seguire nel corso della mia navigazione sui fiumi europei, spesso sono stati scelti proprio con l'obiettivo di percorrere un certo manufatto, visitare una certa opera ingegneristica: elementi importanti per la creazione di un prodotto turistico fluviale, come ha ben sottolineato Pio Grollo nel suo intervento.

Il sistema di vie navigabili veneto è molto isolato rispetto al resto delle vie d'acqua europee. Ecco la Francia, con il suo sistema di canali -tra cui il più importante è il Canal du Midi- che consente il passaggio dal Mar Mediterraneo all'Oceano Atlantico, il Rodano, i collegamenti con il Reno, l'Alsazia, la Vallonia, l'Olanda, l'Inghilterra, il Danubio che consente di raggiungere il Mar Nero, ancora la possibilità di giungere fino alle porte della Russia: una realtà insomma, quella europea, decisamente ben sviluppata.

Il nostro modello di riferimento, quello a partire dal quale è stata delineata l'attività della società, è quello francese: non solo perché si tratta del modello a noi territorialmente più vicino, ma anche perché i rapporti di *partnership* che Houseboat Holidays ha intrattenuto con le compagnie europee sono legati proprio alla realtà francese.

Dal punto di vista fluviale, la Francia costituisce senza dubbio il Paese europeo turisticamente più completo, quello capace di esercitare la maggior forza di attrazione sul turista. 8.500 km di vie navigabili

utilizzate a scopo turistico; 76 società di noleggio houseboat per un totale di circa 2.000 battelli in locazione, che hanno generato nel 2003 un movimento di circa 170.000 passeggeri; ancora, 226 società di trasporto passeggeri per un totale di 382 imbarcazioni tra battelli per escursione, péniches-hôtels e navi da crociera fluviale: questo il pacchetto che la Francia offre al mercato mondiale³.

Tab. 1 – Consistenza offerta turistica fluviale in Francia, anno 2003

	Houseboat	Battelli da escursione	Péniches-hôtels	Navi da crociera
Operatori	76	178	42	6
Flotta	1.946	294	63	25
Posti	-	44.465	925	3.505

Fonte: dati Réseau National d'Observation du Tourisme Fluvial

Per quanto riguarda le infrastrutture legate alla navigazione, in Francia esse sono parte integrante dell'arredo urbano, e sono spesso automatizzate: questo risolve molti dei problemi che oggi si riscontrano sulle vie d'acqua venete, dove l'operatività delle conche è sovente delegata al personale. E se in prossimità delle conche non vi sono pontili, il turista rischia di rimanere bloccato per diverse ore, nell'attesa di riuscire a comunicare con il manovratore.

Questo, ad esempio, è il pont-canal di Briare: un ponte canale progettato da Gustave Eiffel che consente il passaggio delle imbarcazioni da una parte all'altra della Loira, e risulta abbellito dalla presenza di una serie di opere di completamento poste alle estremità del ponte. È solo una delle tante infrastrutture realizzate in Francia: non esiste ostacolo fisico che non possa essere superato attraverso idonee infrastrutture, e che non possa al contempo essere reso fattore di attrattività turistica.

³ I dati si riferiscono alla stagione 2003. Per approfondimenti si veda Réseau National d'Observation du Tourisme Fluvial, «Tourisme fluvial en France et premières évaluations des retombées économiques locales (2003)», Observatoire National du Tourisme, 2004.



Pont-canal di Briare, Francia © Bruno Moretti

Lungo il percorso che porta da Briare a Digoin, sono numerosi i manufatti storici. Ecco la conca storica di Lorrains, una conca tonda che consente di far effettuare al canale un'inversione di marcia che altrimenti avrebbe richiesto molti km di navigazione. Sebbene la conca non sia più utilizzata, in quanto sostituita dal pont-canal du Guétin, essa continua a costituire un importante fattore di attrazione per i turisti.

Se pensiamo al nostro territorio, potrebbe essere valorizzata la conca di Volta Grimana, ora in disuso, ma che rappresenta un'opera idraulica di grande valore, tanto da essere citata nei manuali ingegneristici degli anni Venti e degli anni Trenta. Era un manufatto che consentiva il collegamento tra il Canal Bianco ed il Po: un'opera che altri Paesi europei non avrebbero mai consentito di lasciare abbandonata come invece abbiamo fatto noi.



Conca storica di Lorrains, Francia © Bruno Moretti

Ecco un'altra soluzione ideata in Francia nel corso dell'Ottocento. Nei pressi di Agde, il Canal du Midi incrocia il torrente Libron, soggetto a delle piene periodiche che comportano delle difficoltà in termini di gestione del dislivello della conca. Il problema è stato risolto ingegnosamente, dividendo a monte il corso del torrente in due rami distinti, ciascuno diretto ad uno dei due corpi idraulici posti lungo il corso del Canal du Midi. In caso di piena, un complesso sistema di porte e corridoi di deflusso consente di regolare il tirante d'acqua della conca, permettendo alle imbarcazioni che percorrono il Canal l'attraversamento in successione dei due corpi idraulici. Anche in questo caso, come possiamo notare dalle immagini, si tratta di manufatti che presentano una propria valenza architettonica.



Ouvrages du Libron, Francia © Bruno Moretti

Altre soluzioni ingegnose sono i tunnel fluviali, che consentono di superare i dislivelli senza l'ausilio di conche. Qui vediamo ad esempio il tunnel settecentesco di La Collancelle, lungo il Canal du Nivernais, che raggiunge quasi i 3 km di lunghezza.



Tunnel di La Collancelle, Francia© Bruno Moretti

Notevole in Francia è anche l'impiego dei piani inclinati. Questo è il Piano inclinato di Saint Louis - Arzviller. Il meccanismo è molto semplice: il canale giunge nei pressi del piano inclinato, poi l'imbarcazione entra in un grande contenitore che viene fatto scivolare, come una sorta di ascensore, lungo il piano inclinato fino a raggiungere il secondo canale. Una sola opera idraulica per ben 44 metri di dislivello: il piano inclinato ha preso il posto delle originarie 17 conche, riducendo così di un giorno il tempo necessario per navigare da Strasbourg a Paris.



Piano inclinato di Saint Louis-Arzviller, Francia © Bruno Moretti

La particolarità del modello francese non risiede peraltro esclusivamente nell'utilizzo di opere ingegneristiche all'avanguardia. Si tratta piuttosto di un vero e proprio sentirsi parte del sistema da parte di operatori e residenti.

Non è raro, dunque, imbattersi anche nelle conche più isolate in un ambiente molto curato: le case ordinate, con i fiori sul balcone... ma nei miei viaggi mi sono imbattuto anche nei concerti offerti da una scuola di musica locale alle imbarcazioni di passaggio, o addirittura in una scuola professionale di artigianato locale, gestita dal manovratore di una conca lungo il Canal du Nivernais.

Presso alcune conche, è spesso possibile acquistare prodotti tipici locali: vino, marmellate, la frutta e la verdura, spesso vendute in modalità self service... indicando semplicemente il prezzo di ogni prodotto e lasciando a disposizione del visitatore una cassetta in cui lasciare l'importo dovuto. Ma in alcuni casi si trovano anche prodotti da forno, la torta di mele...

Sentirsi parte del sistema significa anche adoperarsi al fine di caratterizzare e valorizzare il territorio: anche in tal senso, vorrei portarvi tre esempi.

Siamo in Francia, a Bellevue, lungo il Canale Laterale alla Loira. Si tratta di un paesino di poche migliaia di abitanti, che sorge a poca distanza da una centrale nucleare. Certamente la sua localizzazione si pone come un fattore di ostacolo all'attrazione di turisti: eppure, il paese ha saputo re-inventarsi, allestendo un giardino botanico di piante acquatiche lungo la sponda che conduce all'ormeggio.



Approdo di Bellevue, Francia © Bruno Moretti

Diversa è la strategia di valorizzazione del territorio messa in atto a Monaco di Baviera, con la fluitazione sull'Isar offerta dagli zattieri bavaresi. Un'attività che presenta una lunga tradizione: già a fine Ottocento compaiono le prime stampe che ne documentano lo svolgimento, una pratica che oggi ha assunto la rilevanza di un vero e proprio *business* turistico.

Da giugno a settembre, l'Isar è percorso quattro giorni la settimana da circa 25 zattere turistiche. Ogni zattera, realizzata esclusivamente in legno e cordame senza l'utilizzo di chiodi o altre componenti metalliche, ospita 50 persone; sono inoltre presenti a bordo una hostess, un animatore, quattro orchestrali, oltre naturalmente ai due zattieri in costume tipico bavarese. La zattera è dotata di ogni comfort: wc, barbecue, spina per la birra, ed in caso di pioggia i turisti possono rifugiarsi sotto i tendoni che vengono allestiti in brevissimo tempo. Un'organizzazione perfetta sotto tutti i punti di vista: le zattere giunte a Monaco approdano nei pressi dell'area dove si svolge l'Oktoberfest, dove un pullman attende i turisti per riportarli all'imbarco. Il tutto ad un prezzo complessivo di 70 euro a persona... un vero e proprio *business*.



Fluitazione lungo il fiume Isar, Germania © Bruno Moretti

Un ultimo esempio: la Falkirk Wheel, un ascensore fluviale a rotazione che collega il fiume Forth & Clyde agli Union Canals, nell'area centrale della Scozia. È un'opera ingegnosa, capace di superare 30 metri di dislivello in soli 4 minuti: il peso della barca si mantiene sempre al di sotto dell'asse, e consente dunque al cassone di rimanere sempre in perfetto equilibrio. Consuma pochissimo, peraltro: solo 1,5 Kw a giro... l'equivalente dell'energia prodotta da un pannello fotovoltaico.



Falkirk Wheel, Forth & Clyde and Union Canals, Regno Unito © Bruno Moretti

Qual è l'obiettivo di questo mio breve tour europeo? Quello di sollecitare gli amministratori a muoversi, a cercare di andare oltre quella visione spesso ottimistica legata solo all'unicità ed alla bellezza delle risorse del nostro territorio. Vanno sperimentati nuovi sistemi di promozione del turismo fluviale, percorsi condivisi per giungere alla realizzazione delle infrastrutture di cui necessita il territorio. L'invito dunque è di andare a vedere cosa è stato fatto finora in Italia, anche al di fuori della nostra provincia: molti passi avanti sono già stati fatti, ad esempio ad Ostellato e Massafiscaglia. Il nostro sistema navigabile si sta pian piano allargando ai territori limitrofi, verso Mantova, l'Idrovia

ferrarese, verso Trieste: è necessario che il Polesine si faccia trovare pronto a cogliere la sfida del turismo fluviale, che riesca a colmare in tempi brevi questo *gap* infrastrutturale per sfruttare pienamente le potenzialità offerte dalla nuova imbarcazione e garantire a tutti l'opportunità di fare vacanze fluviali.



Houseboat © Bruno Moretti

MASSIMO BARBIN

Credo che le immagini parlino da sole e non c'è molto da aggiungere a quanto detto da Bruno Moretti. Vorrei però chiedere a Bruno cosa avrebbe detto a proposito delle idrovie venete, se avesse dovuto presentare il nostro sistema navigabile in Francia.

BRUNO MORETTI

Posso dire senza incertezza che non avrei presentato Venezia, ma le isole minori di Venezia, che sono tutte meravigliose: San Francesco del Deserto, San Lazzaro degli Armeni con la sua biblioteca.

Quando un turista straniero arriva alla base e mi chiede un consiglio su dove andare, gli dico sempre di andare a Padova a visitare l'università e l'aula dove ha insegnato Galileo Galilei: restano sempre stupiti. Il Veneto possiede delle attrazioni di grande spessore, ma esse restano per lo più nascoste: scoprirle a bordo di una houseboat, magari navigando lungo la Litoranea Veneta in direzione di Caorle e Grado, è senza dubbio un'esperienza nuova, che può incentivare la conoscenza del nostro territorio.

MASSIMO BARBIN

Grazie a Bruno Moretti. Lo ricordava anche il Dott. Grollo prima, le ricchezze nel nostro territorio ci sono, si tratta di metterle insieme per cercare di offrire al turista un prodotto completo.

Abbiamo qui ospiti oggi due campioni, nel vero senso della parola: do il benvenuto a Sandra Truccolo, e Daniele Scarpa, vincitori nella vita e anche nello sport. Sandra è stata campionessa paralimpica ad Atlanta 1996 e Sydney 2000; Daniele annovera nel suo palmares un oro in coppia con Rossi nel K2 ad Atlanta 1996, oltre a numerosi titoli mondiali. Questi i riconoscimenti sportivi principali di questi due atleti, ma vi sono altri riconoscimenti, nella vita e nel sociale, che li contraddistinguono.

L'iniziativa di oggi vuole trovare un connubio tra quella che rappresenta un'attività imprenditoriale -oggi siamo qui a presentare un'imbarcazione che dà una nuova prospettiva allo sviluppo del turismo fluviale, frutto dell'entusiasmo e dell'impegno di un imprenditore- e l'entusiasmo dei vincitori nella vita, nello sport, nel sociale. Come ha detto Nelson Mandela, "Vincitore è chi non si è arreso nel sognare": mi sembra un buon punto di inizio per il loro intervento.



Daniele Scarpa e Sandra Truccolo a bordo di Minuetto © Bruno Moretti



Sacca di Scardovari © Eugenio Malaspina

SPORT E ACCESSIBILITÀ

di Sandra Truccolo

Atleta paralimpica di tiro con l'arco e canoa

Innanzitutto volevo dirvi che le vostre parole mi hanno fatto venire voglia di trascorrere una vacanza sul fiume. Anzi, in realtà ho già avuto modo di sperimentare questa forma di turismo qualche mese fa perché ho avuto il piacere e la fortuna di provare questa imbarcazione lo scorso luglio a Venezia, in occasione della festa del Redentore. E proprio in quell'occasione mi sono resa conto di quanto possa essere importante consentire a tutte le persone la possibilità di sperimentare questa forma di vacanza.

Quando sono salita sulla barca, mi aspettavo di trovare degli spazi molto ristretti: mi sono dovuta ricredere, perché quest'imbarcazione offre degli spazi assolutamente comodi anche per chi, come me, è costretto su una sedia a rotelle. L'imbarcazione dunque è comoda ed estremamente accessibile... ma quello che mi chiedo, soprattutto in Italia, è se una volta saliti a bordo sia poi effettivamente possibile per una persona disabile uscire dalla barca, visitare i monumenti, godere pienamente della propria vacanza: il problema delle barriere architettoniche in Italia, purtroppo, è ancora molto sentito e deve essere risolto. Perché le persone con disabilità non vogliono restare a casa: vogliono vivere come gli altri, andare in vacanza, condividere nuove esperienze con gli amici... e questo purtroppo spesso non è possibile, soprattutto quando si decide di affrontare una vacanza magari un po' particolare.

Le persone con disabilità da questo punto di vista possono essere un business sul quale investire: si tratta di dare la possibilità a queste persone di muoversi, di andare in vacanza, di divertirsi.

L'accessibilità può essere garantita anche in spazi di dimensioni ridotte, proprio come dimostrato dall'imbarcazione presentata oggi: basta veramente poco... una porta che si apra verso l'esterno per consentire ad una persona su sedia a rotelle di usufruire dei servizi igienici, ad esempio. Si tratta solo di rendersi conto che non tutte le persone possono deambulare, e cercare di applicare quelle piccole attenzioni progettuali. Attenzioni che in realtà non migliorano la vita

solo alle persone con disabilità, ma che possono invece rendere più semplici anche le piccole cose di ogni giorno alle persone anziane, a chi soffre di obesità, alle mamme che si spostano con i loro bambini in passeggino. Mi auguro davvero che questa sensibilità inizi a maturare.



Daniele Scarpa e Sandra Truccolo a bordo di Minuetto © Mario Rebeschini

L'ESPERIENZA DI FORZAROSA

di Daniele Scarpa
Olimpionico di canoa

Credo che Sandra abbia già detto abbastanza a proposito della necessità di guardare con attenzione al tema dell'accessibilità. Ringrazio tutti voi per averci chiesto di partecipare a quest'incontro. Mi trovo d'accordo con quanto è stato espresso da chi mi ha preceduto finora: c'è la necessità di sviluppare questa forma di turismo, il territorio ne ha bisogno, ma c'è bisogno di un'attenzione particolare per consentire anche alle persone con disabilità di poter fruire delle risorse del territorio. Oggi siamo qui, in questa struttura che è stata concepita appositamente per favorire la fruibilità da parte di categorie più ampie di utenza: io spero davvero che in futuro tutte le strutture turistiche possano essere progettate in modo tale da rendere tutti sempre più partecipi.

Come accennava Sandra prima, abbiamo avuto la possibilità lo scorso luglio di "testare" il pre-prototipo dell'imbarcazione che oggi viene presentata. Noi proveniamo dalla zona del Cavallino, e anche nella nostra zona si ripropongono alcuni dei problemi di accessibilità delle vie navigabili che prima si sottolineavano per la provincia di Rovigo: ad esempio c'è una conca di navigazione dove spesso le barche di Bruno arrivano, che chiude indipendentemente dalla stagione alle sette di sera, pur trattandosi di una via d'acqua importante. Oppure in centro a Cavallino, non ci sono ormeggi. Sono piccole cose, eppure sono anche gli anelli di una catena che consentirebbe di far conoscere il territorio e valorizzare al meglio le sue risorse. E non solo nei confronti del turista, ma anche di chi invece trae beneficio dalla presenza del turismo nel territorio. C'è un interesse reciproco tra turista e residenti: sarebbe importante che tutti ne fossero consapevoli.

Oltre all'esperienza che Sandra ha potuto vivere al Redentore questo luglio grazie a Bruno, volevo proporvi la visione di questo video, dedicato alla presentazione dell'iniziativa ForzaRosa, un movimento femminile che sta promuovendo la pratica della canoa e del kayak come terapia per la riabilitazione delle donne operate di tumore al seno.

L'idea nacque nel 1996 in Canada, quando un gruppo di 24 donne colpite dalla malattia si unirono al progetto del Dott. Don McKenzie della University of British Columbia di Vancouver, volto a dimostrare come pagaiando fosse possibile raggiungere uno stato fisico e emotivo migliore, evitando la comparsa del linfedema, una dolorosa patologia che colpisce il braccio. In seguito molte altre donne sono entrate a far parte di team di canoisti in rosa in tutto il mondo, partecipando alle più importanti manifestazioni sportive in programma: un'occasione unica per parlare della lotta contro il tumore al seno e trovare nuovi sbocchi per far conoscere l'attività dell'associazione.

In Italia l'occasione per diffondere il messaggio si è concretizzata con la nascita della squadra ForzaRosa italiana, con i due gruppi delle Pink Butterfly a Roma, nate grazie alla volontà ed alla dedizione di Orlanda Cappelli, e le Karalis a Cagliari, che hanno visto impegnate in prima linea Rossella Loi e Patrizia Campo.

Le Pink Butterfly iniziarono la propria attività nel 2002, a seguito dei Campionati del Mondo indetti presso il laghetto del quartiere EUR a Roma dalla Federazione Internazionale Dragonboat. In questa occasione si scontrarono tre squadre femminili, tutte composte da donne operate al seno o portatrici di tumore provenienti da Canada, Australia e Stati Uniti. Orlanda Cappelli, già vogatrice e tamburina Dragonboat ed unica italiana inserita nell'ambiente, decise di gareggiare con loro a rappresentanza di tutte le donne "in rosa" italiane.

Oggi la squadra delle Pink Butterfly conta 25 donne, di età compresa tra i 37 ed i 74 anni. La squadra fa capo all'associazione Pagaia Rosa Dragon Boat, un'associazione no profit nata grazie alla volontà di Orlanda Cappelli, che si prefigge di trasmettere alle donne il messaggio che, attraverso la pratica sportiva, il tumore al seno può trasformarsi in un'opportunità per dimostrare il proprio coraggio ed una nuova vitalità.

Lo sport diviene dunque per le donne toccate dalla malattia un importante aiuto psicologico, perché aiuta a tenere lontano il pensiero della malattia, ad evitare di parlarne in continuazione, ad inserirsi in un ambiente sano. La pratica della canoa diviene per queste donne un'attività fondamentale per la riabilitazione fisiologica ed organica, ma anche un'opportunità importante per vivere un'esperienza diversa, e

misurarsi con se stesse. Gli allenamenti prevedono infatti uscite in mare aperto, il lanciarsi in acqua e poi risalire in canoa e continuare a pagaiare... un'esperienza forte, capace di aiutarle ad acquisire sicurezza, e affrontare qualsiasi sfida.

Una sfida che nel luglio 2009 ha condotto un team di 15 canoiste di ForzaRosa da Cagliari, Venezia e Roma a pagaiare a staffetta per 100 km lungo l'antica Rotta del Sale, l'arteria commerciale che consentiva un tempo il trasporto del sale da Pirano a Venezia. Una traversata storica di grande fascino, per dare voce al movimento per la prevenzione e la lotta al tumore al seno, che nonostante le cattive condizioni del tempo ha visto il team rosa impegnato nella propria sfida verso la malattia ed il mare.

Qui si inserisce Bruno, che in occasione della Festa del Redentore ha ospitato sulle sue barche molte di queste donne, permettendo loro di vivere una notte davvero straordinaria. Devo davvero ringraziarlo per questo, per il supporto che ha dato all'iniziativa, e fargli i complimenti per aver ideato davvero un prototipo che non trova riscontro a livello internazionale. Esso costituisce davvero quell'anello in più che può saldare la catena e favorire la valorizzazione e la conoscenza del territorio, e far "girare" l'economia del turismo locale.

MASSIMO BARBIN

Grazie a Sandra Truccolo e Daniele Scarpa.
Cominciamo ora a conoscere meglio questa barca: darei la parola a Carlo Moretti.



Carlo Moretti, Massimo Barbin © Mariangela Goggia



Minuetto © Bruno Moretti

INNOVAZIONE TECNOLOGICA: “MINUETTO, DALL’IDEA AL PROTOTIPO”

di Carlo Moretti

Amministratore Delegato Houseboat Holidays Italia Srl

Il mio intervento sarà dedicato principalmente ad illustrare alcune caratteristiche tecniche della nuova imbarcazione fluviale e lagunare pensata per la pratica del turismo sostenibile e del pescaturismo anche da parte dei diversamente abili. Una barca che nasce da esigenze precise, che derivano dall’esperienza maturata da Houseboat Holidays Italia nel campo del turismo con delle imbarcazioni importate in Italia che si sono dimostrate, per certi versi, non idonee per l’accessibilità disabili. Imbarcazioni che hanno conosciuto diverse problematiche, non solo legate al tema dell’accessibilità disabili: problemi a livello di normativa, di moto ondoso, di specifiche caratteristiche tecniche... si tratta in definitiva di tipologie di mezzi che non sono state pensate per la navigazione in un contesto ambientale particolare qual è quello delle idrovie italiane.

Houseboat Holidays Italia, come sapete, è un operatore fluviale che negli ultimi 15 anni si è impegnato nello sviluppo in Italia di questa particolare tipologia di turismo, che consiste nell’organizzazione di vacanze fluviali nel Nord Est dell’Italia con imbarcazioni turistiche in locazione. Un nuovo modo di trascorrere le vacanze, a contatto con la natura, la cultura e la storia del Veneto: i turisti trascorrono la propria settimana navigando lungo i corsi d’acqua fluviali o lagunari, fermandosi volta per volta a visitare le località che incontrano lungo il percorso.

Houseboat Holidays Italia costruisce le proprie imbarcazioni secondo rigidi standard qualitativi e nel pieno rispetto delle normative di tutela ambientale presenti sul territorio. Analizzando nel corso degli anni tutte le possibili soluzioni tecnologiche adottate nelle imbarcazioni, abbiamo focalizzato l’attenzione su alcuni problemi tecnici che, più di altri, necessitano di una risoluzione.

Poiché il turismo in houseboat rappresenta senza dubbio un ambito in forte crescita all’interno di un mercato turistico che cerca idee innovative per rispondere alle mutate esigenze della domanda, si impone la necessità di una sostanziale revisione del concetto stesso di houseboat come finora è stato inteso. Il progetto si pone dunque come

obiettivo quello di rendere disponibile nel mercato Italiano un prototipo di imbarcazione fluviale turistica e per il pescaturismo adatto e contestualizzato, armonizzato con le condizioni normative e morfologiche ed infrastrutturali del sistema fluviale Veneto. E siamo giunti ora alla presentazione di Minuetto.

Mi sembra giusto citare le aziende che hanno aderito a questo progetto, che se vogliamo sono in parte più legate al mondo della pesca che a quello del turismo: oltre ad Houseboat Holidays Italia, capofila del progetto, vanno ricordate tra le imprese aderenti Delta 80 Srl, Dinon Group SpA, AD Consulting Srl, AD Strategy Srl, Finpesca Srl, Nuova Laguna Srl, Coalpesca Srl, Zennaro Bruno Felice Mauro Renzo Snc, Ittica Villaregia Srl, Ittica Polesana, API Service Srl, Itineraria Comunicazione Sas, PFR Trasporti Srl, PQF Srl, Provincia di Rovigo. Mi sembra peraltro importante sottolineare questo nesso di interazione tra il tentativo di soddisfare le esigenze del turista houseboat e quello di trovare risposta anche ai bisogni di chi è appassionato di pescaturismo.



Minuetto, immagine fotorealistica © Carlo Moretti



Minuetto, immagine fotorealistica © Carlo Moretti

Tre sono state le principali aree di lavoro attorno alle quali si è articolato il progetto. Innanzitutto, l'accessibilità disabili. Abbiamo dunque cercato di sviluppare un *layout* ed una distribuzione degli spazi idonei a garantire la massima accessibilità e fruibilità da parte dei soggetti diversamente abili, approccio supportato dall'implementazione tecnologica del mezzo.

Altro aspetto fondamentale la realizzazione di una linea di carena atta al contenimento del moto ondoso, un problema importante per le nostre idrovie, e sentito in particolare nell'area della Laguna di Venezia, nelle cosiddette Aree Blu, aree di salvaguardia ambientale che prevedono la riduzione delle fonti di inquinamento ambientale, tra le quali il moto ondoso.

Ultimo aspetto da considerare, la necessità di conferire a queste imbarcazioni sicurezza e manovrabilità anche in funzione di un utilizzo da parte di utenti inesperti: una preoccupazione significativa, dato che questi mezzi non sono destinati ad un'utenza di tipo nautico, bensì a persone che si avvicinano spesso per la prima volta al mondo della navigazione. Altre valutazioni sono state effettuate per quanto

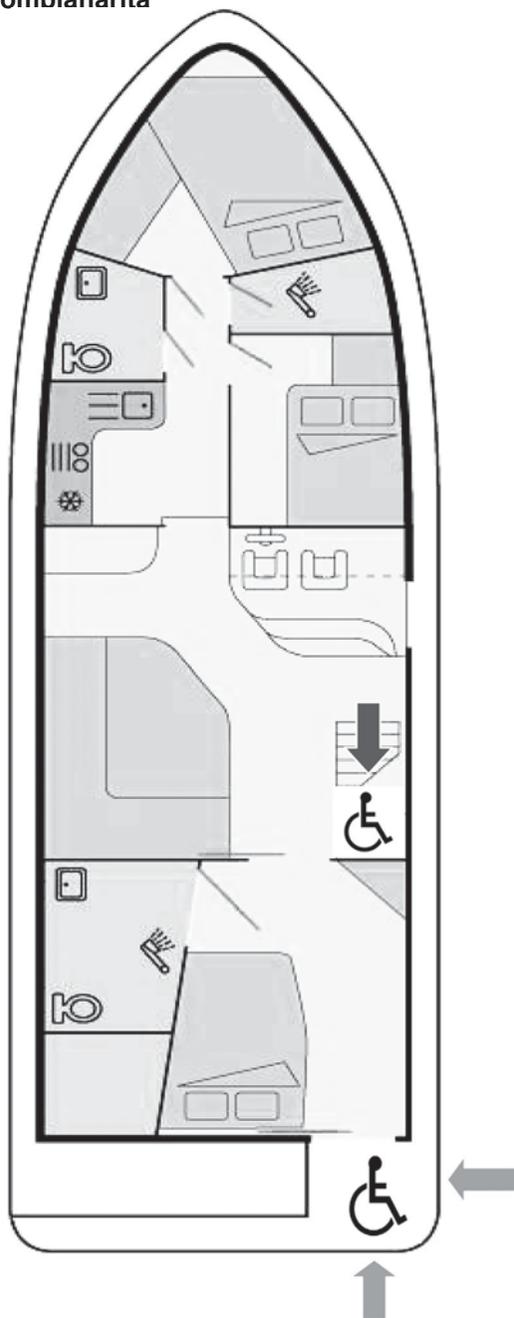
concerne la realtà del charter: non trattandosi di un mezzo privato, ma di un'imbarcazione che viene data a noleggio, esso deve possedere una serie di caratteristiche strutturali che oltre a garantirne la sicurezza per la navigazione, ne consenta una certa facilità manutentiva nel corso della sua vita utile, attraverso la modularità e la serialità delle sue componenti costruttive.

Per quanto riguarda l'accessibilità disabili, la barca possiede un *layout* abbastanza particolare ed unico nel suo genere. La maggior parte del piano di calpestio è stato ideato su un unico piano, o prevede in alternativa l'utilizzo di rampe al posto delle scale. L'elemento più innovativo nel *layout* del mezzo è costituito dall'accesso posteriore realizzato in *complanarità*, un accorgimento che non risulta riscontrabile in alcun modello precedente. Queste caratteristiche di *complanarità* degli interni rendono la barca pienamente accessibile anche alle carrozzine. È al vaglio per le imbarcazioni successive al prototipo l'inserimento della cucina nell'area di *complanarità*, in modo tale da garantire l'accessibilità a tutti i servizi essenziali presenti a bordo.



Il Delta a Ca' Pisani © Provincia di Rovigo - Servizio Turismo

Fig. 2 –Aree di complanarità

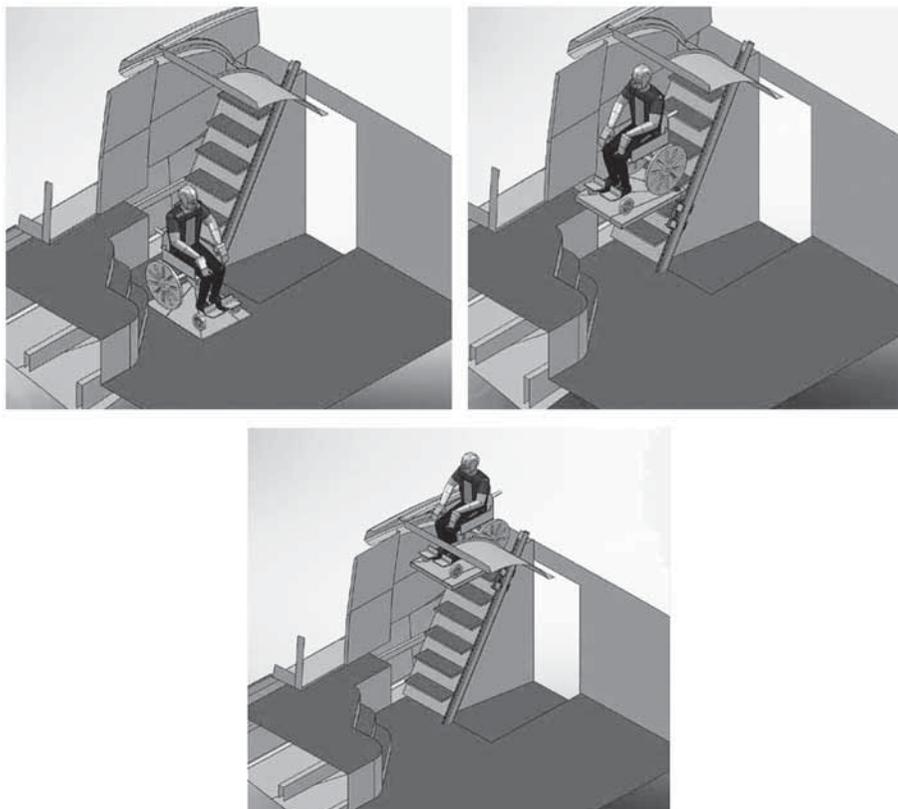


© Carlo Moretti

La possibilità di accesso al *Flying bridge* superiore è reso possibile da un dispositivo tecnologico di sollevamento, realizzato appositamente per questo prototipo e che risulterà facilmente applicabile anche nei modelli successivi.

La nostra scelta è stata quella di coniugare l'esigenza di mantenere degli spazi tutto sommato ridotti, con quella di garantire l'accessibilità all'imbarcazione da parte di più vaste categorie di utenti. Ecco che l'ascensore, in condizioni di riposo, è allineato a terra, a livello del pavimento; quando viene caricato della carrozzina, l'ascensore sale e a metà della salita la piattaforma sulla quale la carrozzina è appoggiata ruota, allineandosi alla porta d'uscita superiore per consentire l'accesso al *Flying bridge*.

Fig. 3 –Sistema tecnologico di sollevamento ed accesso al Flying bridge

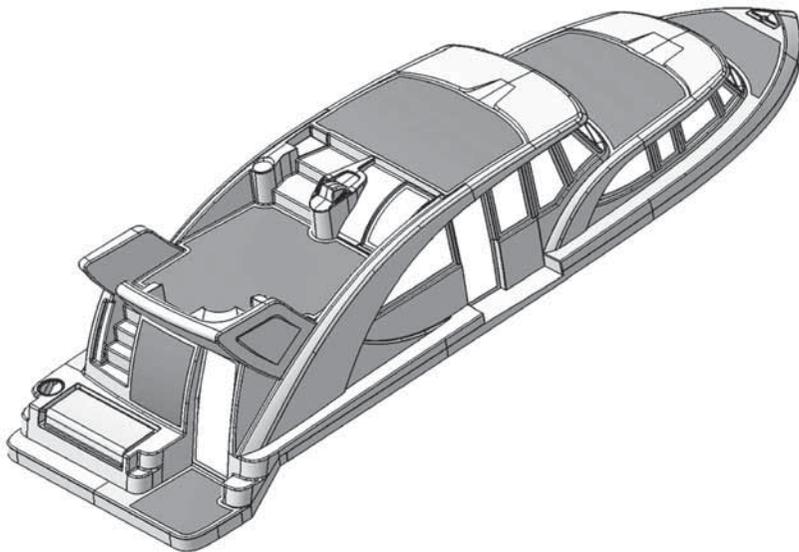


In questo caso si è voluto soffermare l'attenzione sul problema della disabilità, ma in realtà questa è una forma di turismo che risulta molto praticata anche da persone anziane: si tratta dunque di un applicativo che certo consente l'accesso a coloro che presentano una disabilità motoria, ma che può fornire anche un supporto per aumentare il comfort della vacanza per altre categorie di utenza.

Spenderei due parole anche a proposito del secondo punto cui accennavo, relativamente allo studio realizzato sulla carena. Nel tempo abbiamo vissuto sulla nostra pelle i problemi derivanti dall'utilizzo di imbarcazioni che poco si adattano alle caratteristiche delle nostre vie d'acqua. Le imbarcazioni a carena piatta, ad esempio, non generano moto ondoso ma risultano molto difficili da manovrare, in quanto inficiano la sicurezza e la direzionalità del mezzo. Le analisi fluidodinamiche compiute sulla carena nel corso del progetto, il lavoro di cantiere operato tra la fase di progetto e quella di effettiva realizzazione del prototipo ed i test compiuti in laguna ed in idrovie a basso fondo hanno permesso di constatare che, alla massima velocità di 10 nodi, la particolare forma concava della carena favorisce l'abbattimento del moto ondoso, grazie alla progressiva rastrematura delle linee di immersione. Certo si tratta di un prototipo, e i modelli successivi saranno sicuramente oggetto di ulteriori miglioramenti: eppure, sembra di poter affermare che grazie a questo studio di base già in questa fase si siano ben raggiunti gli obiettivi che ci si era posti nel progetto.

Abbiamo poi cercato un connubio tra le esigenze tecniche del prototipo, mirate a rivoluzionare il concetto di houseboat attraverso una linea innovativa, e le esigenze invece "estetiche" necessarie affinché il prototipo possa essere immesso sul mercato e commercializzato. Sono stati dunque effettuati degli studi per la standardizzazione e la modularità degli elementi di finitura della coperta maggiormente soggetti ad usura, in modo tale da consentirne l'asportazione ed un'agevole sostituzione, evitando la stasi della barca.

Fig. 4 – Studio per la standardizzazione e la modularità degli elementi di finitura della coperta



© Carlo Moretti

Vale la pena spendere due parole per quanto riguarda l'aspetto della propulsione. La barca certo è un elemento galleggiante, ma la sua sicurezza e la sua gestione dipendono dalla tipologia di propulsione utilizzata. Sotto questo profilo, bisogna tener conto innanzitutto che si tratta di una barca che viene affidata a persone inesperte; in secondo luogo, proprio perché la navigazione avviene in bassi fondali, non è raro che l'imbarcazione tocchi il fondo.

Di conseguenza, abbiamo deciso di abbandonare le tradizionali forme di trasmissione, ed abbiamo invece adottato una tecnologia idraulica che ci consente di ottenere la massima *performance*, senza una perdita rilevante di propulsione. Bisogna infatti considerare che si tratta di un'imbarcazione pesante (circa 7 tonnellate), il cui motore deve presentare una potenza abbastanza limitata (all'incirca 40 cavalli), proprio a causa delle limitazioni che sono imposte dal fatto che il mezzo possa essere condotto senza patente nautica. La governabilità dell'imbarcazione è dunque garantita attraverso l'ausilio di standard tecnologici di supporto, come l'elica di prua.

La scelta di una propulsione a trasmissione idraulica è stata fondamentale per la concreta realizzazione dell'houseboat: si tratta infatti di un motore che, anche in caso di urto o insabbiamento, consente di mantenere la governabilità dell'imbarcazione e la propulsione. La trasmissione idraulica ci ha inoltre consentito di collocare i motori trasversalmente all'esterno dell'imbarcazione, in una sala macchine ricavata a poppa, evitando di compromettere l'abitabilità degli spazi interni se non per la presenza di un vano termico di ridotte dimensioni. Uno studio specifico volto a migliorare la navigabilità del mezzo ha inoltre riguardato la timoneria. Lo studio, condotto in collaborazione con un'azienda francese specializzata nel settore della navigazione fluviale, ha condotto all'individuazione di una particolare conformazione della timoneria, caratterizzata dalla presenza di ali a coda di rondine capaci di indirizzare maggiormente il flusso delle eliche.

Questi sono, in estrema sintesi, alcuni dei più rilevanti aspetti tecnici che caratterizzano la nuova imbarcazione. Bisogna dire che finora, in Italia, non è mai stata realizzata una produzione seriale di imbarcazioni specifiche per la navigazione fluviale. Speriamo dunque che il prototipo, frutto di un connubio tra diverse esperienze e volontà progettuale, possa soddisfare i requisiti richiesti dal progetto.

Il varo dell'imbarcazione è stato effettuato il 7 agosto u.s.: mi piace ricordarlo perché, per noi, ha rappresentato uno spartiacque tra ciò che è stato finora e quello che speriamo sarà a partire da oggi. Al momento del varo è seguita a più riprese una nuova fase di cantiere, in quanto l'imbarcazione ha subito numerosi interventi di miglioramento. Noi intendiamo continuare ad investire in questo senso, con la speranza di poter raggiungere alcuni obiettivi prioritari:

- l'aumento delle presenze turistiche nel territorio: maggiore sarà la quota di imbarcazioni disponibili per il mercato della locazione, maggiore la quota di territorio effettivamente navigabile, maggiori saranno i benefici che il turismo potrà portare al territorio. Il turismo in houseboat rappresenta un mercato in crescita, e l'offerta che oggi siamo in grado di mettere a disposizione è nettamente inferiore alla domanda;
- l'incremento degli itinerari disponibili e delle basi organizzate: ciò significherà mettere in sicurezza gli itinerari, prevedere un'idonea segnaletica, realizzare nuovi ormeggi;

- l'incremento occupazionale: il turismo è considerato l'industria a maggiore potenziale di crescita, e nel nostro territorio ci sono ancora molti ambiti turistici che attendono di essere sviluppati;
- l'innalzamento della qualità dell'immagine di un territorio legato alle vie d'acqua: il turismo fluviale cerca un ambiente di navigazione piacevole, non degradato. Lo sviluppo del turismo nel nostro territorio può dunque divenire uno stimolo per migliorare la qualità dell'ambiente e migliorare l'approccio che gli stessi residenti manifestano nei confronti del fiume, che può essere percepito come fonte di benefici anche economici.

Concludo ribadendo il fatto che si tratti ancora di un prototipo... ma mi auguro che l'idea alla base di questa nuova imbarcazione possa trovare attuazione concreta e favorire lo sviluppo della prima ed unica filiera produttiva italiana di barche d'eccellenza per la navigazione interna turistica, da diporto e per il pescaturismo in acque fluviali e lagunari.

MASSIMO BARBIN

Direi che oramai siamo arrivati al momento delle conclusioni, che non potevano che essere lasciate a Laura Negri, Assessore al Turismo della Provincia di Rovigo.



Laura Negri © Mariangela Goggia

3. CONCLUSIONI

LAURA NEGRI

Assessore al Turismo Provincia di Rovigo

Cercherò di essere breve, perché credo che ora la cosa più importante sia lasciare a tutti noi la possibilità di visitare questa nuova imbarcazione. E devo dire che oggi sono qui con piacere.

L'anno scorso ricordo è venuto a trovarmi Bruno Moretti con il figlio proprio per richiedere la disponibilità della Provincia a divenire *partner* di questo progetto, e la proposta era proprio quella di realizzare questo convegno, proposta che è stata accolta favorevolmente con la piena collaborazione dell'Assessorato alle Attività Produttive.

Come amministratori, credo che ci si debba sentire orgogliosi perché in Polesine stanno maturando capacità imprenditoriali importanti, come ci ha dimostrato oggi la famiglia Moretti con una forte capacità di innovazione del prodotto tradizionale e la creazione di un nuovo prodotto caratterizzato da una forte attenzione al tema dell'accessibilità e, più in generale, ai temi relativi al sociale. Oggi tra le altre cose abbiamo qui ospiti alcuni atleti olimpici che hanno collaborato alla realizzazione di questo progetto innovativo.

Un altro aspetto rilevante è sicuramente rappresentato dall'attenzione alla pesca, un'attività significativa per il nostro territorio, come lo è il turismo: trovare il connubio tra pesca e turismo è dunque veramente importante, e va apprezzato lo sforzo di promozione di un'attività integrativa quale il pescaturismo, cui questa imbarcazione può offrire un valido supporto.

Entriamo invece nell'ambito specifico del turismo, un elemento che mi risulta senza dubbio più consono. Innanzi tutto è bene sottolineare che nelle indagini che sono state condotte dal Ciset nell'ambito del Piano Strategico per il Turismo provinciale, il turismo fluviale è stato individuato come uno degli ambiti a maggiore potenzialità di sviluppo per la provincia di Rovigo.

Eppure ci siamo accorti, e lo ribadiva Bruno Moretti nella sua relazione poco fa, che in questi anni le scelte del territorio sono state più

orientate a garantire la mobilità dei residenti che a favorire la fruizione turistica del territorio: ci siamo preoccupati di bonificare, ed i nostri canali probabilmente sono stati oggetto soprattutto di un'attenzione di questo tipo. Di conseguenza, i punti di criticità che attualmente presenta il nostro sistema navigabile sono senza dubbio molti, a cominciare dalla stessa navigabilità dei canali, ma anche dalla loro accessibilità e sicurezza. Pensiamo alle conche di navigazione, ma un ulteriore segnale di questa mancata sensibilità è da ricercare in quelle infrastrutture che hanno guardato più all'accessibilità ed all'attraversamento da parte del traffico veicolare (ad esempio i ponti di barche), che non alla fruizione turistica.

Il nostro territorio dunque ha decisamente bisogno di recuperare questa attenzione agli aspetti legati alla fruizione turistica, anche attraverso il recupero del senso dell'ospitalità e dell'accoglienza.

Nel corso del mandato precedente l'amministrazione provinciale, insieme alle associazioni ed agli altri enti operanti nel territorio, ha puntato molto sulle piste ciclabili: io vorrei che veramente si tentasse ora insieme di mettere a frutto alcune potenzialità del territorio, integrando le piste ciclabili con la fruizione fluviale. Tra l'altro, proprio il 13 di novembre p.v. è stato convocato un tavolo di lavoro per iniziare a parlare di questo in modo concreto, per superare il *gap* anche culturale che dobbiamo sicuramente affrontare, e per cercare di lavorare su delle progettualità concrete che possono aiutarci a mettere a frutto le risorse che possono essere sfruttate.

Prima il Presidente dell'UNII, Mario Borgatti, diceva che finalmente siamo conosciuti anche a livello europeo: io credo che a questo livello possiamo sviluppare delle progettualità importanti, consone alle esigenze sentite dagli operatori. Noi abbiamo veramente bisogno di interloquire direttamente con gli operatori, in modo tale che essi ci diano dei suggerimenti pratici proprio per rendere pienamente fruibili le nostre vie navigabili. Credo che il concetto guida che dovrebbe informare il nostro tavolo di lavoro sia proprio questo: darci degli obiettivi precisi, iniziare a sviluppare delle progettualità concrete aderenti alle esigenze della domanda e dell'offerta.

Chiuderei questo mio intervento con una nota positiva, sulle potenzialità del territorio: io e la Presidente, proprio domenica scorsa,

ci siamo recate a Zelo, una frazione di Giacciano con Baruchella, a visitare l'imbarcazione citata prima da Mario Borgatti, la Vita Pugna. L'operatore, che opera lungo l'itinerario Venezia-Mantova, ha in cantiere l'introduzione di una seconda imbarcazione, che si chiamerà Ave Maria. Ci raccontava domenica che i suoi clienti, tutti stranieri, rimangono certamente colpiti dalle città d'arte di Venezia, Ferrara e Mantova, ma che proprio a Zelo riescono a trovare un'accoglienza ed un'ospitalità "speciali", che non riscontrano in nessun'altra località. Merito senza dubbio dell'amministrazione comunale che ha creato un apposito gruppo di lavoro: quando gli ospiti arrivano, sono accolti, viene fatto loro sentire il calore della cittadinanza. Ecco, credo che questo esempio possa essere utile per comprendere come, anche nel nostro piccolo, a volte basti poco per mettere a frutto le potenzialità del territorio.

Abbiamo solamente bisogno di trovare quel volano che ci consenta di valorizzare il nostro territorio. Ma per fare questo dobbiamo lavorare molto, in squadra, proprio per non perdere quelle opportunità di cui prima parlava Massimo Barbin: sul marketing territoriale abbiamo perso la scommessa nel territorio, perché ognuno ha proseguito sulla sua strada... non dobbiamo più perdere queste occasioni. Ora abbiamo notevoli opportunità: alcune ci vengono dall'Europa, altre invece dal GAL, impegnato nella valorizzazione della nostra ruralità. Su questo dobbiamo essere decisi, e fare squadra: come Provincia, noi faremo sicuramente la nostra parte, ma auspichiamo che anche gli altri interlocutori territoriali la facciano.

Bravi imprenditori, coesione nel territorio, entusiasmo: credo siano questi gli ingredienti che ci possono aiutare a fare in modo che il Polesine diventi un esempio di buona pratica anche nel campo della navigazione.



Bosaro © Federico Meneghetti



A bordo della Minuetto © Mario Rebeschini

TURISMO HOUSEBOAT LUNGO LE IDROVIE VENETE: IL PROFILO DEL TURISTA⁴

di Pio Grollo, Stefania Fabiano Di Gregorio

1. PREMESSA

Il presente contributo prende forma da un lavoro di ricerca svolto nel periodo 2004-2006, sviluppato in tre fasi⁵.

La prima, ha visto l'analisi delle principali ricerche di settore e l'organizzazione di incontri con alcuni operatori fluviali veneti: si definirono ed individuaronono i molteplici mercati del turismo fluviale e i relativi prodotti. Si passò poi alla realizzazione di un'indagine benchmark volta ad analizzare le esperienze di sviluppo del turismo fluviale in Spagna (Delta del Fiume Ebro), Francia (Camargue e Midi) e Belgio (Fiandre e Brussellese). Il lavoro di ricerca è proseguito con l'analisi delle caratteristiche del mercato turistico fluviale veneto.

La seconda fase ha mirato ad indagare bisogni, caratteristiche e aspettative della domanda di turisti ed escursionisti fluviali veneti attraverso la realizzazione di un'indagine campionaria, con l'attiva collaborazione degli operatori veneti, sia sui noleggiatori di houseboat, sia sui passeggeri che partecipavano alle diverse escursioni lungo il Sile, la Riviera del Brenta, il Delta del Po, ecc.

La terza, ha concentrato l'attenzione sull'offerta veneta, e più in

⁴ I paragrafi 1 e 4 sono a cura di Pio Grollo, i paragrafi 2 e 3 di Stefania Fabiano Di Gregorio. Il testo riprende l'articolo "Turismo fluviale in Veneto: il profilo del turista houseboat", realizzato dagli stessi autori per *Turistica*, n. 3/2009.

⁵ Ricerca realizzata nell'ambito dello Studio di Fattibilità "Uso integrato a fini turistici del sistema di navigazione interna del Veneto - Analisi di fattibilità tecnico-economica", affidato dalla Regione Veneto all'Advisoring di Sviluppo Italia Spa. Hanno collaborato allo studio citato: Daniela Sannino (Sviluppo Italia), Giacomo Becheri (Mercury), Silvia Basso, Alessia Carlon, Stefania Fabiano di Gregorio, Anna Moretti, Alessandra Vendramini e Pio Grollo (*studioTREND*). Parte dei risultati emersi nel corso dello studio è inoltre stata utilizzata da Pio Grollo e Stefania Fabiano Di Gregorio per la pubblicazione del saggio "Turismo fluviale, prodotti e destinazioni", in P. Barucci, E. Becheri (a cura di), XIV Rapporto sul Turismo Italiano, Mercury, 2006.

particolare sulla specificità dei prodotti offerti e sulla caratterizzazione della destinazione Veneto quale meta di turismo fluviale.

Nelle pagine che seguono si intende presentare una sintesi dei risultati emersi dall'indagine svolta tra i turisti che scelsero il Veneto come meta della propria vacanza in houseboat.

2. I MERCATI DEL TURISMO FLUVIALE VENETO

Il turismo fluviale in Veneto rappresenta ancora un mercato di nicchia ma con notevoli potenzialità, alcuni prodotti si dimostrano ben posizionati sul mercato internazionale.

Tra i prodotti fluviali a fruizione collettiva⁶ sono le escursioni crocieristiche a costituire in Veneto uno dei mercati turistici fluviali più affermati, caratterizzati da una lunga tradizione, una buona capacità di attrazione e significative opportunità per un ulteriore sviluppo. Si tratta di un prodotto che presenta significative differenziazioni al suo interno, in termini di durata dell'esperienza (da poche ore ad un'intera giornata), tipologia di imbarcazione utilizzata (dalle moderne imbarcazioni fluviali alle più antiche chiatte o ai burci), servizi accessori (tipicamente la possibilità di usufruire della ristorazione a bordo, ma anche le visite guidate proposte alle principali emergenze storico-artistiche incontrate lungo il percorso), motivazione alla base dell'escursione.

Più recente appare l'introduzione in area veneta delle crociere fluviali plurigiornaliere. Da un lato, vanno considerate in tale ambito le crociere che si svolgono lungo il corso del fiume Po, da Cremona a Venezia e/o viceversa, effettuate a bordo di grandi navi da crociera, del tutto simili a quelle utilizzate per il turismo crocieristico marittimo ed oceanico. Senza dubbio più innovativi appaiono i prodotti del segmento *barging*: crociere dall'atmosfera ricercata e lussuosa che utilizzano chiatte fluviali tradizionali, opportunamente rinnovate, per offrire un prodotto all'insegna della ricettività d'alta qualità e dell'enogastronomia raffinata.

⁶ Si veda in questo senso l'intervento di Pio Grollo, nello specifico il grafico a pag. 23.

Tra i prodotti turistici a fruizione individuale il segmento più interessante è senza dubbio costituito dal turismo in houseboat.

È proprio su quest'ultima tipologia di turista fluviale, sulle sue motivazioni, le sue abitudini, il suo livello di soddisfazione sulle infrastrutture di navigazione e sul territorio che si è concentrata l'indagine di cui alle pagine che seguono.

3. L'INDAGINE SUL TURISTA HOUSEBOAT

3.1 La struttura campione

Presso le basi di noleggio dei due operatori houseboat veneti (Casier – TV, Porto Levante – RO, Sottomarina – VE, oltre ad una base sita a Marano Lagunare - UD) ogni imbarcazione in partenza è stata dotata di un questionario di rilevazione appositamente predisposto e vagliato dagli stessi operatori, volto ad indagare:

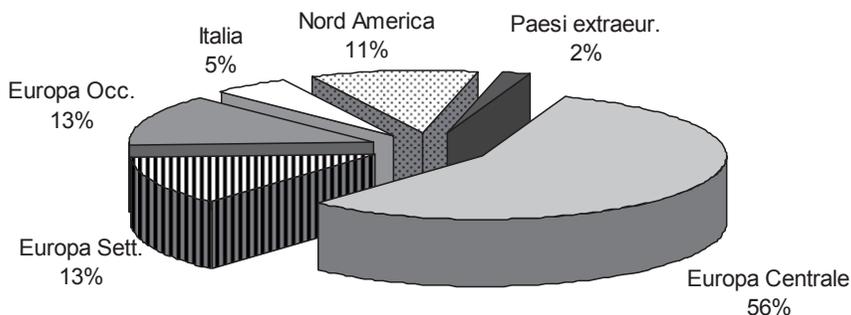
- la tipologia di turista (variabili socio-demografiche) e la precedente conoscenza di questo particolare tipo di esperienza turistica da parte dell'intervistato;
- le modalità di viaggio e di svolgimento della vacanza in houseboat;
- le motivazioni che hanno indotto l'intervistato a scegliere questo tipo di esperienza;
- le spese effettuate nell'area (pernottamento in qualche struttura ricettiva, svolgimento di attività sportive o ricreative, acquisti di vario genere, altre spese extra);
- il livello di soddisfazione personale.

Nel complesso sono stati raccolti 102 questionari.

Dall'analisi dei dati emerge che la maggioranza dei fruitori di houseboat in territorio veneto è costituita da stranieri: la clientela italiana costituisce solo il 5% del totale del campione, a conferma di un mercato che, a quanto domanda interna, appare ancora tutto da inventare. La maggioranza dei turisti stranieri proviene dall'Europa Centrale (Germania, Svizzera e Austria, 56%), stranamente debole invece la presenza francese: solo il 7% del totale degli intervistati, poco superiore alla quota italiana (vedi grafico successivo).

Si tratta in prevalenza di una clientela di età matura: il 72% degli intervistati rientra nella fascia d'età 46-65 anni, un ulteriore 18% presenta invece un'età compresa tra i 26 ed i 45 anni.

Graf. 1 - Provenienza turisti per macroarea (98 risp.)



Fonte: *studioTREND*, Indagine su La domanda di Turismo Fluviale nel Veneto, Sviluppo Italia – Regione Veneto

Poiché la compilazione del questionario è stata effettuata dai soggetti intestatari della prenotazione, limitata appare la quota di giovani. Tale scelta metodologica può, almeno in parte, aver influenzato anche la percezione delle restanti variabili socio-demografiche: prevale infatti la componente maschile dei fruitori (84%), ed il 53% dei compilatori del questionario appartiene ad una classe sociale benestante: imprenditori, liberi professionisti, dirigenti. Un altro corposo 28% appare invece costituito da lavoratori dipendenti.

Ad effettuare la vacanza houseboat sono stati soprattutto gruppi di amici (49% degli intervistati), mentre un ulteriore 26% dei turisti partecipanti all'indagine è costituito da famiglie. Più rare le coppie. Il 39% degli intervistati dichiara di viaggiare a bordo dell'imbarcazione in gruppi di 4 adulti. Più rari invece i gruppi di 6 e 8 adulti. Nella maggioranza dei casi la vacanza houseboat non vede la presenza a bordo di bambini e ragazzi: è solo il 16% dei rispondenti ad affermare di viaggiare con ragazzi di età compresa tra i 12 e i 18 anni, per i bambini al di sotto dei 12 anni la percentuale scende all'8%.

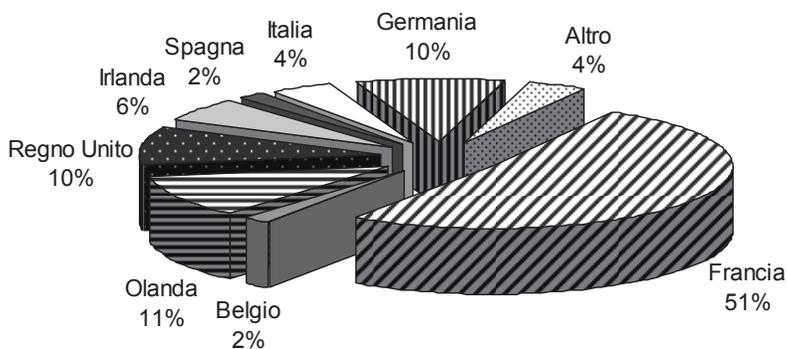
Solo il 23% degli intervistati appare essere un neofita di questa esperienza di vacanza: sono numerosi, infatti, i turisti che hanno già

sperimentato tale forma di fruizione turistica del territorio. La più elevata incidenza di *repeater* si riscontra tra i turisti provenienti dall'Europa centrale (87%) e occidentale (85%), a riprova della maggiore familiarità che i turisti dimostrano in questi Paesi nei confronti della pratica del turismo fluviale. E se il 23% dei *repeater* appare aver testato l'esperienza una sola volta prima della vacanza veneta, il 47% degli intervistati afferma di aver già effettuato nel corso degli anni almeno due o tre vacanze houseboat, ed il 24% più di tre.

Tra le destinazioni preferite emerge con forza la Francia (51% delle preferenze), dove il turismo fluviale costituisce un prodotto maturo e ben sviluppato; seguono l'Olanda (11%), Germania e Regno Unito (entrambe con una quota del 10%) mentre in Italia, dove l'unica area effettivamente interessata dal turismo in houseboat è costituita dall'area veneta, i *repeater* rappresentano solo il 4% del totale.

Se si osserva inoltre la distribuzione territoriale della frequentazione houseboat in Francia, si nota come la maggior parte delle vacanze sia stata effettuata nell'area del Midi: un'ulteriore conferma della rilevanza di quest'area di navigazione fluviale ormai storica, come emerso anche in sede di analisi benchmark. A seguire Bourgogne, Aquitaine, Bretagne e Camargue.

Graf. 2 - Destinazioni prescelte per la vacanza in houseboat (111 risp.)



Fonte: *studioTREND*, Indagine su La domanda di Turismo Fluviale nel Veneto, Sviluppo Italia – Regione Veneto

3.2 Modalità di svolgimento della vacanza houseboat

La durata media del soggiorno houseboat appare attestarsi per il campione analizzato sugli 8 giorni (63% delle risposte), ma si riscontra peraltro un'estrema variabilità della durata del noleggio, da un minimo di 3 ad un massimo di 18 giorni.

Il 77% dei rispondenti ha optato per lo svolgimento di un itinerario andata/ritorno, che prevede dunque la presa in carico e la riconsegna dell'imbarcazione presso la stessa base di noleggio, base che nella maggioranza dei casi risulta essere raggiunta dal cliente in automobile (61% delle risposte). Ciò appare giustificato dalla stessa localizzazione delle basi, che in alcuni casi non risultano facilmente accessibili per i turisti che provengono dai principali nodi di interscambio ferroviario o che utilizzano la rete di trasporto pubblico locale.

La Laguna di Venezia costituisce senza dubbio uno degli ambiti di navigazione più gettonati nel corso della vacanza: il 54% dei turisti intervistati si è soffermato su quest'area, in via esclusiva o in abbinamento alla navigazione lungo il corso del Sile, del Po e/o della Riviera del Brenta. Va notato che l'area del Delta risulta esser stata visitata solo in abbinamento alla navigazione lungo il Sile ed in Laguna, mentre non si è riscontrata una pratica di visita specificamente dedicata all'area.

Tab. 1 – Tipologie di percorso effettuate dai turisti houseboat, % su totale rispondenti (84% del campione)

Itinerari	Affluenza
Laguna	37%
Sile + Laguna	28%
Laguna + Brenta	10%
Sile + Laguna + Brenta	8%
Sile	6%
Sile + Laguna + Po	3%

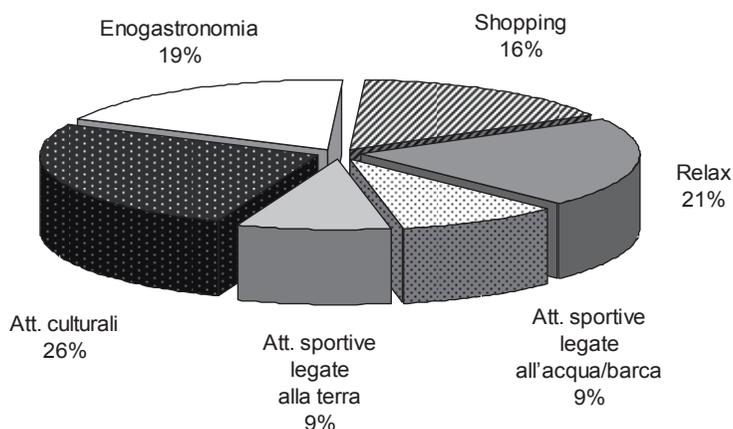
Fonte: *studioTREN*D, Indagine su La domanda di Turismo Fluviale nel Veneto, Sviluppo Italia – Regione Veneto

L'attività che i turisti prediligono svolgere nel corso della loro vacanza fluviale è di tipo culturale: la visita delle emergenze culturali presenti nel territorio attraversato nel corso della navigazione interessa il 26%

dei rispondenti, notevole è l'interesse dimostrato nei confronti dell'enogastronomia tipica, che raccoglie un ulteriore 19% delle preferenze. Ancora, ricercata è la possibilità di rilassarsi all'interno di un ambiente naturale tranquillo e silenzioso; infine, rilevante appare l'interesse dimostrato per la pratica dello sport in ambiente fluviale (18%), sia legato all'elemento *acqua* (cano/kayak, nuoto e pesca, solo per citarne alcuni) che all'elemento *terra* (trekking, cicloturismo, passeggiate a cavallo).

Sebbene tra le attività sportive su terra preferite dalla clientela vi siano le escursioni a piedi, la presenza a bordo della bicicletta, di proprietà o a noleggio, costituisce di sovente un elemento importante per la buona riuscita della vacanza. Laddove i pontili di ormeggio delle imbarcazioni si trovino in campagna o in località che vedono una diffusione limitata dei servizi, la bicicletta diviene il mezzo di trasporto principe per consentire al turista di spostarsi verso l'interno, anche per la semplice spesa di approvvigionamento alimentare quotidiano. Stante ai dati emersi nel corso dell'indagine, il 27% dei turisti intervistati disponeva a bordo di almeno una bicicletta, la quale 3 volte su 4 è noleggiata presso la base di partenza.

Graf. 3 – Attività svolte durante la vacanza (258 risp.)



Fonte: *studioTREND*, Indagine su La domanda di Turismo Fluviale nel Veneto, Sviluppo Italia – Regione Veneto

Per il 57% del campione l'esperienza houseboat costituisce una vacanza a sé stante, non prevedendo l'integrazione con un soggiorno in terraferma da effettuarsi prima o dopo la vacanza fluviale. Sono soprattutto i turisti provenienti dal Nord America e dall'Europa occidentale a vedere l'esperienza houseboat come una sorta di "vacanza nella vacanza": tra le località preferite spiccano in linea generale le città d'arte, seguite dai soggiorni balneari. Più nello specifico, la visita di altre località del Veneto interessa il 45% dei soggiorni effettuati prima della vacanza houseboat ed il 75% di quelli effettuati successivamente.

Il 40% di chi ha risposto al quesito circa il numero delle notti trascorse in zona rivela di essersi fermato solo per una notte, il 25% per due notti e il restante 35% per più di due notti: ciò pare avvalorare l'ipotesi che, almeno in alcuni casi, il prolungamento del soggiorno sia reso necessario più da questioni di carattere "logistico" che da una reale intenzione di prosecuzione della vacanza. Si preferisce spesso il soggiorno in hotel 3 stelle (56%), mentre si registra una distribuzione abbastanza omogenea dei restanti rispondenti tra hotel a 5-4 stelle, hotel a 2 stelle, B&B, abitazioni di amici/parenti ed appartamenti.

Solo il 56% del campione ha ritenuto indicare la tipologia delle spese effettuate in area veneta nel corso della vacanza. Prevalgono le spese relative a generi e servizi di prima necessità: alimentazione, ristorazione, trasporto locale, citati da circa l'80% del campione. Le ricadute economiche derivanti dalla presenza dei turisti houseboat si estendono anche ai pubblici esercizi (consumazioni in bar, caffè, gelaterie), ad edicole, tabaccherie, negozi di souvenir (60% circa), nonché ai negozi di artigianato locale e prodotti tipici (37%). Importante la spesa dei turisti per la visita delle emergenze culturali presenti nel territorio (50%), mentre minime sono le spese per i servizi di noleggio di altre imbarcazioni o mezzi quali auto, moto, bici, per la pratica di altre attività sportive e la partecipazione a manifestazioni, fiere, eventi e spettacoli.

Va notato come anche le spese di rifornimento dell'imbarcazione (luce, gas, acqua) vadano ad incidere sulla spesa di una cospicua "fetta" di clientela.

Tab. 2 – Frequenza della spesa

Spese ricorrenti	% persone
Alimentazione (vivande utilizzate a bordo)	81%
Ristoranti, pizzerie, agriturismi, ecc.	82%
Trasporto locale (autobus, taxi, ecc.)	79%
Giornali, tabacchi, souvenir	65%
Bar, caffè, gelaterie	63%
Visite culturali (musei, siti archeologici, ville...)	51%
Artigianato locale e prodotti tipici	37%
Rifornimento acqua/elettricità... non inclusi	37%
Alloggio prima/dopo la vacanza in houseboat	32%
Mostre, spettacoli, manifestazioni, cinema, discoteca	9%
Attività sportive (tennis, equitazione, golf, ecc.)	1%
Noleggio auto/moto/bici (esclusi noleggi presso le basi)	1%

Fonte: *studioTREN*D, Indagine su La domanda di Turismo Fluviale nel Veneto, Sviluppo Italia – Regione Veneto

3.3 Dalla motivazione all'acquisto

L'indagine si è proposta anche di sondare quali fossero le principali fonti di informazione/scoperta dell'esistenza di questa tipologia di vacanza, nonché di analizzare il processo che ha portato i turisti intervistati prima a scegliere di sperimentare la vacanza in houseboat, e successivamente a decidere di optare per la destinazione Italia.

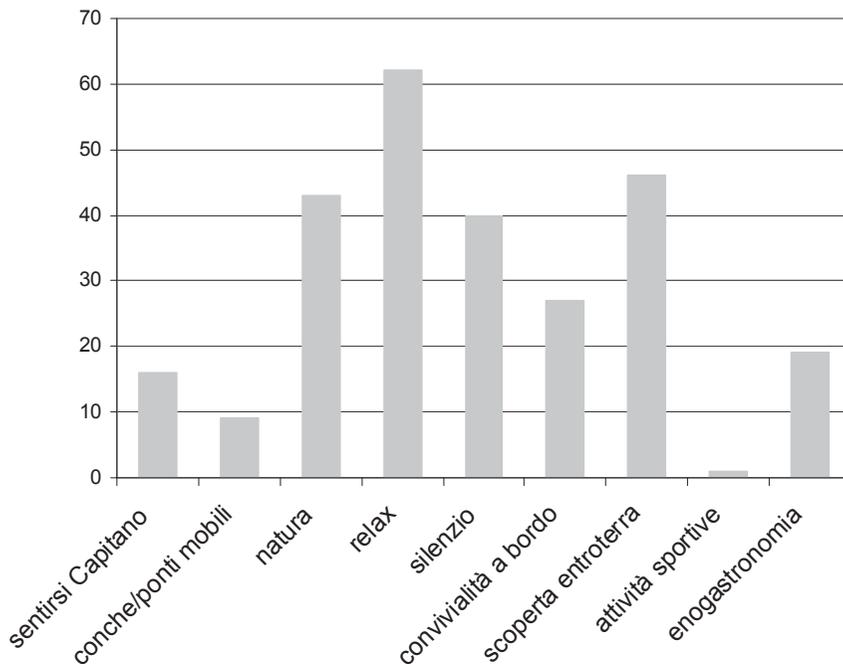
Sulla scoperta di questa tipologia di vacanza da parte dei potenziali turisti sembra incidere fortemente internet (25% delle risposte) che, insieme alle fiere di settore (21%), costituisce uno dei principali veicoli di promozione di questo prodotto, in particolare all'estero.

Ancora forte il ruolo svolto dal materiale a stampa: giornali, riviste e relativi allegati contribuiscono per un ulteriore 20% alla conoscenza della vacanza houseboat. Si attesta al 19% l'influenza del passaparola di amici, parenti e colleghi di lavoro, mentre meno significativi appaiono il consiglio dell'agente di viaggio (10%) e la promozione effettuata attraverso radio e televisione (2%).

È soprattutto il desiderio di vivere appieno la peculiare caratterizzazione dell'ambiente fluviale ad attirare la maggioranza dei turisti verso questa forma di vacanza: la ricerca del relax, la

possibilità di scoprire l'entroterra, la vacanza a contatto con la natura, nel silenzio. A ciò si abbina l'interesse per le attrattive offerte dal territorio, e per le specialità enogastronomiche in particolare. Vanno inoltre rilevate delle motivazioni più "psicologiche": da un lato, ciò che attira della vacanza in barca è l'aspetto conviviale, lo stare insieme con gli amici; dall'altro la possibilità, anche per chi non ha conseguito la patente nautica, di sentirsi il vero Capitano del battello.

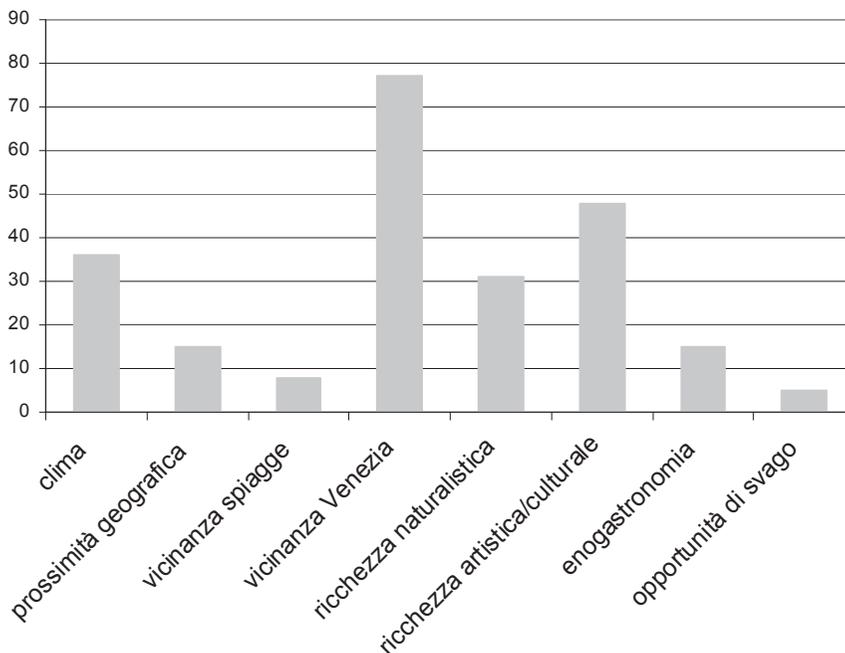
Graf. 4 – Elementi di attrattività della vacanza in houseboat (267 risp.)



Fonte: *studioTREN*D, Indagine su La domanda di Turismo Fluviale nel Veneto, Sviluppo Italia – Regione Veneto

Per quanto riguarda le motivazioni che hanno indotto il turista a scegliere l'Italia: il 33% dichiara "La vicinanza a Venezia", che si conferma un magnete d'eccellenza per qualunque turista. A ciò si aggiunge la ricchezza artistica e culturale, il clima favorevole per godere pienamente dell'ambiente naturale fluviale. Poco determinanti risultano la prossimità geografica, ma anche la vicinanza delle spiagge, le opportunità di svago e l'offerta di attività sportive.

Graf. 5 – Motivazioni della scelta della destinazione Italia (238 risp.)



Fonte: *studioTREND*, Indagine su La domanda di Turismo Fluviale nel Veneto, Sviluppo Italia – Regione Veneto

Un ruolo chiave nell'acquisto della vacanza è svolto dall'operatore di noleggio. Nel 51% dei casi è contattato direttamente dal cliente per la prenotazione: il ricorso al canale operatore appare essere frequente non solo tra coloro che hanno già effettuato altre vacanze houseboat in precedenza, ma anche tra i neofiti dell'esperienza.

Più limitato è il ricorso all'agenzia di viaggio (29% dei rispondenti); un ulteriore 20% degli intervistati ha optato per la prenotazione via internet o si è rivolta ad altre basi di noleggio all'estero appartenenti allo stesso network, dimostrando peraltro tra i *repeater* una certa fedeltà all'operatore: la rete, virtuale o fisica, sembra rappresentare un'opportunità per lo sviluppo del mercato turistico fluviale.

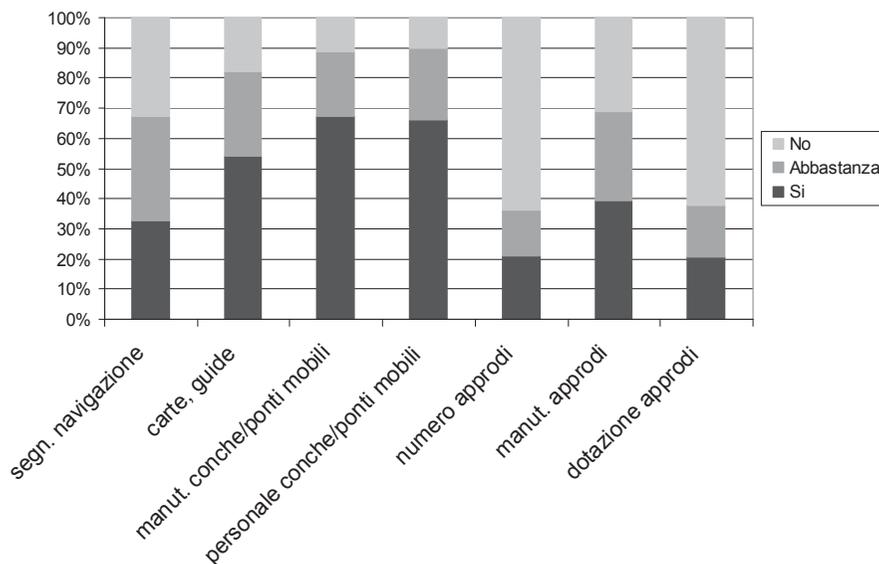
3.4 La soddisfazione del turista

L'analisi dei pareri espressi dal campione intervistato ha consentito di rilevare come il turista houseboat si dimostri particolarmente attento nel valutare le strutture/infrastrutture di supporto alla pratica fluviale.

I turisti si dimostrano particolarmente critici in merito al numero ed alla dotazione degli approdi fluviali presenti lungo il corso della via d'acqua, sui quali ben il 60% si esprime sfavorevolmente, indipendentemente dalla provenienza e dal fatto di aver o meno già sperimentato una vacanza houseboat in precedenza. Ancora, le condizioni della segnaletica di navigazione e la manutenzione degli approdi fluviali vedono insoddisfatti circa il 30% dei rispondenti, ed un ulteriore 30% di utenti abbastanza soddisfatti.

Migliore appare la valutazione in merito alla disponibilità di carte e guide nautiche, alla manutenzione di conche e ponti mobili ed all'accoglienza riservata ai turisti da parte del personale addetto a manovrare tali opere idrauliche.

Graf. 6 – Soddisfazione relativa alle vie di navigazione



Fonte: *studioTREND*, Indagine su La domanda di Turismo Fluviale nel Veneto, Sviluppo Italia – Regione Veneto

L'attenzione alla disponibilità ed alla qualità delle strutture ed infrastrutture dedicate alla pratica fluviale emerge anche dai pareri espressi dagli intervistati in relazione agli aspetti che, in generale, hanno colpito maggiormente l'attenzione del turista nel corso della vacanza. Tra i pareri negativi, emergono quelli legati allo stato degli approdi, alla segnaletica ed alle strutture espressamente dedicate alla pratica dell'houseboat, segno che la realtà veneta deve crescere ancora molto quanto a qualità dell'offerta per rendersi veramente competitiva rispetto ad altre destinazioni fluviali europee.

Tab. 3 – Elementi negativi notati nel corso della vacanza

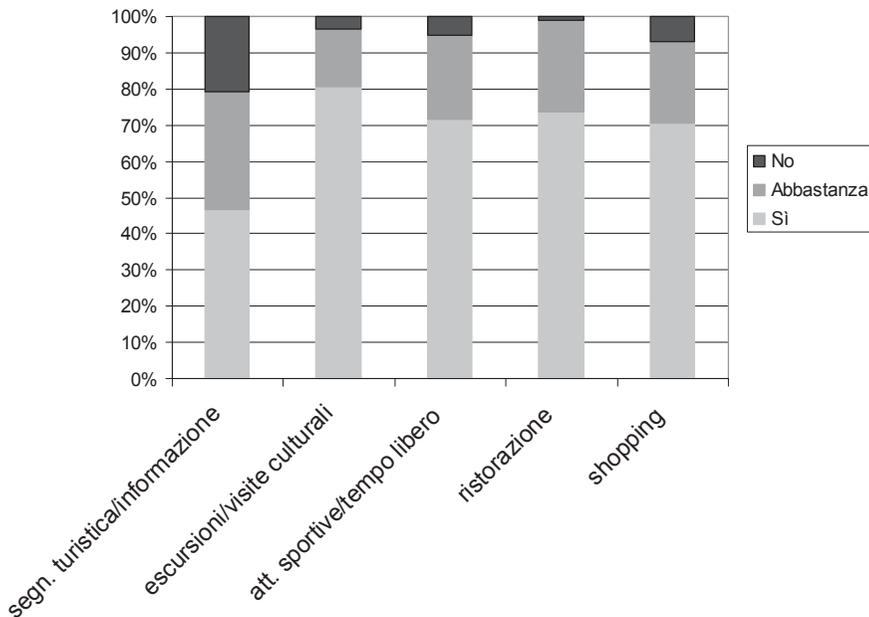
Elementi negativi rilevati	Totale	%
Approdi	18	28
Segnaletica	15	23
Strutture per HB	14	22
Altre persone (operatori o locali)	9	14
Operatività conche e ponti mobili	3	5
Barca	2	3
Prezzi	2	3
Lavori in corso	1	2
Totale complessivo	64	100

Fonte: *studioTREND*, Indagine su La domanda di Turismo Fluviale nel Veneto, Sviluppo Italia – Regione Veneto

Decisamente più positivi appaiono i giudizi espressi sulla dotazione di offerta del territorio. A riscuotere il maggior successo è l'offerta di escursioni e visite culturali, con circa l'80% dei giudizi positivi. Buona anche la valutazione dell'offerta di ristorazione, di attività sportive e per il tempo libero e di opportunità di shopping. Più negativo appare il giudizio su segnaletica turistica e servizio di informazioni turistiche in loco, che riscuotono poco più del 40% dei giudizi positivi e per i quali la percentuale di utenti insoddisfatti si attesta al 20%.

Anche in questo caso, il buon livello di soddisfazione dei turisti appare confermato dai pareri espressi in merito agli aspetti positivi che più di ogni altro hanno colpito l'attenzione dell'intervistato nel corso della vacanza houseboat in Veneto (vedi tabella successiva). Il 49% dei pareri positivi è riservato all'offerta del territorio nel suo complesso, ma l'offerta veneta appare ben posizionata anche in termini di enogastronomia tipica (13%), accoglienza in loco (11%), bellezza naturalistica (8%) ed emergenze turistiche (4%).

Graf. 7 – Soddisfazione relativa all'offerta della destinazione



Fonte: *studioTREN*D, Indagine su La domanda di Turismo Fluviale nel Veneto, Sviluppo Italia – Regione Veneto

Tab. 4 – Elementi positivi notati nel corso della vacanza

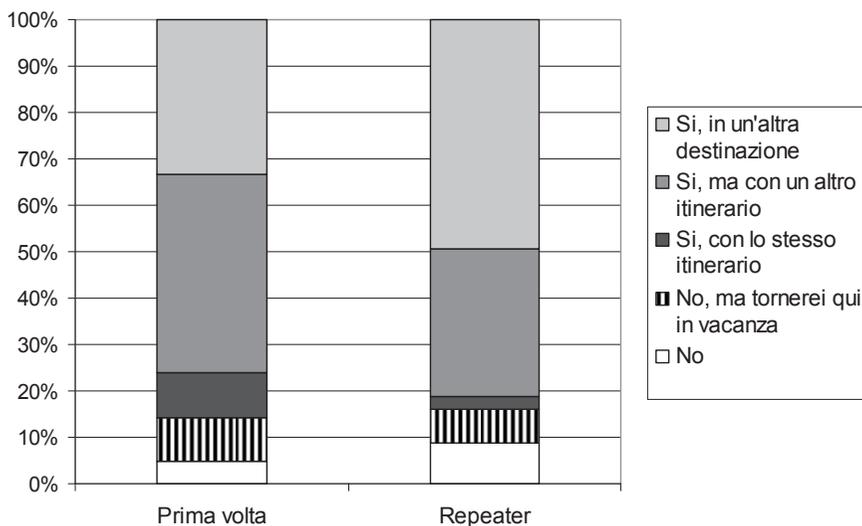
Elementi positivi rilevati	Totale	%
Territorio	35	49
Cucina	9	13
Accoglienza	8	11
Barca	7	10
Natura	6	8
Clima	3	4
Attrattive	3	4
Totale complessivo	71	100

Fonte: *studioTREN*D, Indagine su La domanda di Turismo Fluviale nel Veneto, Sviluppo Italia – Regione Veneto

Malgrado la valutazione spesso non positiva assegnata alle vie navigabili venete, il buon livello di soddisfazione nei confronti del complesso dell'offerta turistica regionale fa sì che buoni siano i

riscontri in termini di un possibile ritorno futuro del turista nell'area. Tra i *repeater* si evidenzia una maggiore propensione a ripetere l'esperienza in un'altra destinazione (50%, contro il 30% dei neofiti). Tra i primi utilizzatori, invece, oltre il 40% si dichiara propenso a ritornare in Veneto, scegliendo un altro itinerario di navigazione, mentre un ulteriore 10% tornerebbe a praticare houseboat in Veneto anche con lo stesso itinerario seguito nella sua prima esperienza. Solo un 10% circa dei *repeater* ed un 5% dei primi utilizzatori afferma invece di non voler ripetere l'esperienza, né in Veneto, né altrove.

Graf. 8 – Propensione a ripetere l'esperienza



Fonte: *studioTREND*, Indagine su La domanda di Turismo Fluviale nel Veneto, Sviluppo Italia – Regione Veneto

4. ALCUNI SPUNTI DI RIFLESSIONE

Le indicazioni emerse dall'analisi dei dati raccolti nel corso dell'indagine svolta sui turisti houseboat hanno consentito di sviluppare alcune riflessioni in merito a tre aspetti fondamentali:

- **le relazioni tra Turismo Fluviale e la risorsa ambiente fluviale**, gli interventi infrastrutturali, strutturali e di servizio per il miglioramento della navigabilità, l'ambiente come risorsa;

- **le componenti del prodotto e le relazioni con il mercato;**
- **le relazioni nel sistema-destinazione**, i rapporti tra gli operatori turistici della filiera per lo sviluppo di forme evolute di offerta.

Le relazioni tra Turismo Fluviale e la risorsa ambiente fluviale

Il turista houseboat, rispetto ad altri fruitori dell'ambiente fluviale, gestisce in autonomia il viaggio all'interno di un ambiente fisico poco o per nulla conosciuto e in contesto non abituale: è più facile, dunque, che siano proprio gli sperimentatori di questo tipo di vacanza a percepire maggiormente le carenze strutturali ed infrastrutturali del sistema fluviale.

Si tratta dunque di intervenire in funzione di:

- aumentare il numero di approdi, per giungere ad una più completa ed omogenea copertura del territorio di punti di attracco/rifornimento per le houseboat;
- migliorare la dotazione degli approdi esistenti, predisponendo più punti di rifornimento carburante, acqua ed elettricità, così come bagni e docce;
- potenziare la segnaletica fluviale -anche in lingua straniera- che permetta un più facile ed immediato orientamento del turista houseboat;
- garantire un'adeguata pulizia e manutenzione delle rive dei corsi d'acqua, delle banchine e del territorio circostante: non di rado, infatti, il turista incappa in spiacevoli inconvenienti dettati dalla scarsa profondità dei fondali sui quali si avventura;
- garantire un'adeguata accessibilità ai portatori di handicap o comunque ai passeggeri anziani o minori: alcuni approdi non sono attualmente messi in sicurezza, altri necessitano di un'adeguata manutenzione, altri ancora di essere attrezzati di pensiline e pedane che facilitino l'accesso di coloro che presentano limitazioni nella mobilità.

Le componenti del prodotto e le relazioni con il mercato

Il rapporto tra la domanda e l'offerta va curato sotto tre diversi aspetti: prodotto, comunicazione e distribuzione.

Sotto il profilo del **prodotto**, si tratta di operare scelte atte a supportare il prodotto esistente e, al contempo, ad innovare, così da:

- *sviluppare il prodotto*: i turisti hanno una sempre maggiore necessità di poter adattare il prodotto alle proprie esigenze,

completando l'esperienza della vacanza in barca con gli elementi accessori che rispondono al meglio ai loro interessi. Va dunque privilegiato un approccio teso a rafforzare il *core product*, e vanno intraprese le idonee azioni mirate a garantire al turista la possibilità di poter scegliere tra un'ampia gamma di servizi complementari. A ciò va associato uno sforzo teso al progressivo arricchimento del prodotto fino alla creazione di un'offerta integrata, che può realizzarsi solo attraverso una rete di relazioni che coinvolga l'operatore di noleggio e gli altri attori presenti nel territorio. In questo senso, va citata l'esperienza sviluppata da Rivières et Canaux du Midi, un partenariato informale attivato dalle tre regioni francesi attraversate dal celebre Canal che ha dato vita ad una vera e propria rete di operatori, creando un carnet di buoni sconto che il turista houseboat avrebbe potuto spendere in attrazioni culturali, cantine, aziende agricole, negozi di prodotti tipici ed artigianato presenti lungo il corso del Canal;

- *organizzare l'offerta ai fini di stagionalizzare i flussi*: attualmente la vacanza in houseboat presenta una stagionalità piuttosto ridotta, che in funzione delle più o meno avverse condizioni climatiche si estende da marzo/aprile fino al mese di novembre, con una forte concentrazione stagionale nel periodo estivo. L'opportunità è dunque quella di estendere il periodo di operatività delle imbarcazioni, proponendo la barca quale "contenitore" di eventi, legati all'ambiente fluviale e lagunare. Un tentativo in tal senso è stato operato con l'organizzazione di un camping nautico nella darsena dell'isola di San Giorgio Maggiore, a Venezia: si tratta di affrontare gli elementi di criticità e proseguire utilmente in questa direzione.

È sicuramente necessario investire nella **comunicazione** dell'offerta della destinazione: i turisti houseboat necessitano di idonei strumenti di supporto in fase di scelta, così come nel corso della vacanza. Tra questi, si rendono particolarmente necessari:

- *un sistema di navigazione satellitare* che permetta al turista houseboat di orientarsi sia lungo le vie d'acqua che sul territorio, indicando la localizzazione dei principali servizi, dei siti di interesse turistico e naturalmente dei punti di approdo;
- *nuovo materiale cartaceo*, come guide e carte sulla navigazione aggiornate e dettagliate per permettere al viaggiatore un maggiore e più consapevole controllo della sua navigazione; oltre al dettaglio,

- è necessario che tale materiale presenti caratteristiche di funzionalità: un formato adatto ad essere consultato anche mentre si manovra l'houseboat, impermeabilità per consentirne l'utilizzo all'aperto, vicino all'acqua, grafica semplice adatta anche a coloro che si avvicinano per la prima volta al mondo della navigazione;
- vista la predominanza della clientela straniera, la produzione di *materiale di comunicazione in lingua* quale ad esempio la segnaletica sulle idrovie, i pieghevoli di illustrazione dell'itinerario dell'escursione, il materiale pubblicitario; in tal senso, vanno senza dubbio incentivate le azioni mirate a sviluppare un'ideale professionalità da parte degli operatori;
 - *una maggiore comunicazione del turismo fluviale come parte integrante dell'offerta veneta*, attraverso la partecipazione a fiere turistiche dedicate e la presenza di uno spazio dedicato al turismo fluviale sui principali siti web istituzionali: il posizionare infatti questa tipologia di prodotto su un più vasto piano di comunicazione, appare molto importante per dare una spinta decisiva per la destinazione veneta in questo settore.

A livello **promo-commerciale**, va tenuto in debita considerazione il fatto che il turista houseboat è un viaggiatore sostanzialmente fedele a questa tipologia di esperienza turistica, pur con ricerca di diverse destinazioni. Una mirata politica di comunicazione e distribuzione del prodotto può dunque favorire la fidelizzazione del cliente, mettendo in moto quel sistema di passaparola che è risultato essere molto importante per la conoscenza del prodotto fluviale veneto, quali:

- *la realizzazione di una fidelity card* che dia accesso a sconti e premi ai viaggiatori fedeli alla destinazione;
- l'avvio di un'attività di *co-marketing* tra le società di navigazione fluviale e gli altri operatori del territorio: ciò consentirebbe di offrire al turista-cliente un'offerta complessa, più varia e più strutturata;
- *l'organizzazione di educational tour* per sviluppare il rapporto con gli operatori del *trade* e cercare di intercettare i mutamenti nelle esigenze della domanda prima dei concorrenti.

In quest'ultimo decennio la **distribuzione del prodotto** finalizzato a rispondere alla domanda dei turisti, sia esso l'*output* di una singola unità produttiva o frutto di un'attività di assemblaggio da parte di operatori specializzati (T.O. nello specifico), si è assai evoluta. Sono apparsi nuovi attori della distribuzione, si sono affermate nuove

modalità attraverso le quali il prodotto, così come è fatto conoscere, è anche acquistato dal turista consumatore. È questo un ambito di sicura rilevanza che va affrontato considerando le caratteristiche degli specifici mercati del turismo fluviale, della “nicchia houseboat” in particolare.

Le relazioni nel sistema-destinazione

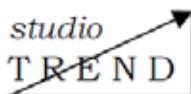
Si tratta di favorire il passaggio dal prodotto della singola impresa al prodotto di filiera, per poi giungere a definire un prodotto di destinazione. Le opportunità di crescita del settore del turismo fluviale nel Veneto appaiono senza dubbio correlate e strettamente condizionate dal raggiungimento di alcuni obiettivi prioritari:

- *sviluppo della cultura della collaborazione*, tra operatori privati (della filiera turistica ma anche di altri settori dell’economia e della società) e tra enti pubblici, tra operatori privati ed enti pubblici; (vedi anche l’attività di co-marketing di cui sopra);
- *sviluppo dell’attività di governance*, di pratiche tese a guidare i processi di sviluppo delle destinazioni;
- in questo ambito assume un’importanza particolare *l’intervento della Pubblica Amministrazione* che, in collaborazione con gli operatori privati, può utilmente dar avvio a politiche e strumenti dedicati al raggiungimento degli obiettivi di cui sopra;
- *l’attivazione di un Osservatorio sul turismo fluviale* volto a monitorare l’evoluzione della domanda, delle pratiche di acquisto e di consumo, del livello di fidelizzazione dei clienti e, dal punto di vista dell’offerta, i mutamenti intervenuti nelle scelte dei *competitor*;
- *azioni di marketing e comunicazione interna*, mirati a sviluppare in operatori e residenti un’idonea cultura dell’accoglienza e a stimolare forme di cooperazione tra gli attori che operano più o meno direttamente nel settore;
- *iniziative mirate all’innalzamento della qualità dell’offerta e della professionalità degli operatori*, con l’avvio di idonei **percorsi formativi**.

S’è detto in Premessa che si tratta di un mercato di nicchia: peraltro, e lo hanno dimostrato le indagini realizzate, il turismo fluviale presenta indubbe potenzialità e significative opportunità per lo sviluppo di un turismo con forte connotazione naturalistico-ambientale e possibilità di integrazione con la cultura e le produzioni locali.

Finito di stampare
da
Arti Grafiche Zoppelli dal 1853
Dossan di Casier (TV)

Febbraio 2010



*Piani di Sviluppo e Ricerche di mercato
consulenze per il Marketing Territoriale
servizi ai Sistemi Economici Locali*

Calmaggiore, 18
31100 – Treviso
Tel. +39 (0)422 591412
studio@studiotrendtv.it
www.studiotrendtv.it