Università
Ca'Foscari
Venezia

Corso di Laurea magistrale

in Sviluppo Interculturale dei Sistemi Turistici

Tesi di Laurea

Ca' Foscari
Dorsoduro 3246
30123 Venezia

Geocaching e turismo

Nuove frontiere, nuove scoperte

Relatore
Professor Jan van der Borg

Correlatore
Professor Mario Volpe

Laureando
Alessandra Lana
Matricola 827193

Anno Accademico
2014 / 2015

GEOCACHING E TURISMO

Nuove frontiere, nuove scoperte

Sommario

INTRODUZIONE 4
CAPITOLO 1 - UN MONDO IN UN GIOCO 5
Alla scoperta del Geocaching 5
La sua storia 8
Le interazioni interne ed esterne al Geocaching 11
Geocaching in Italia 15
A proposito del Veneto 20
CAPITOLO 2 - PADOVA, TERRITORIO E DINAMICHE 22
Padova e il Veneto 22
I comprensori turistici 25
Un sottosviluppo avvertito anche dalla popolazione locale 28
Padova e il turismo culturale 31
CAPITOLO 3 - I GEOTOURS 36
Destinazione turistica. Elementi essenziali per il successo 36
Perché proprio un GeoTour? 40
GeoTours nel mondo 47
Featured GeoTours 48
GeoTours 48
Il Sicily GeoTour 53
CAPITOLO 4 - DIMENSIONE TURISMO 59
L'importanza della DMO e il caso Explore Royal Deeside 59
Il caso della Serie R.EM. 63
La proposta di Padova 65
Il circuito padovano 68
Cittadella, Piazzola sul Brenta e Tombolo 71
Teolo, Monselice, Arquà, Torreglia e Cervarese Santa Croce 73
Este, Montagnana e Lozzo Atestino 74
CAPITOLO 5 - CONCLUSIONI E NUOVI INIZI 79
Un trampolino di lancio 81
APPENDICI 85
Raccolta delle tabelle e dei grafici analizzati ed elaborati per il capitolo 2 86
Movimento turistico in Veneto, elaborazione per provincia. 86

Arrivi e presenze sul territorio di Padova e provincia per comune 90
Raccolta dei materiali utilizzati per il capitolo 3 108
Inchiesta sul profilo del geocacher italiano 108
Intervista a Giuditta Mauri, responsabile del progetto Sicily GeoTour 112
Tabella riassuntiva dei log geocache per geocache del Sicily GeoTour 115
Raccolta dei materiali utilizzati per il capitolo 4 116
Intervista a Giovanni Donadelli, collaboratore per l'università di Padova al Progetto R.EM. responsabile della sezione Geocaching. 116
Tabella riassuntiva dei log geocache per geocache della serie R.EM 118
Sitografia 120
Pubblicazioni online 120

INTRODUZIONE

Uno dei grandi problemi del settore turistico è la decentralizzazione dei flussi di visitatori. Questi spesso si concentrano in aree ristrette e difficilmente escono dagli itinerari classici. In questo modo, si riscontrano squilibri nella distribuzione sia della presenza dei turisti sia dell'indotto da loro generato. I tentativi finora messi in atto per cambiare la situazione descritta ruotano principalmente intorno a escursioni e offerte che invoglino a recarsi al di fuori del centro pulsante del circuito turistico canonico. Tale soluzione, però, si limita a poche aree e rischia o di creare nuove nicchie turistiche, o di incentivare l'escursionismo giornaliero, o ancora di promuovere resort e centri tutto compreso che fagocitano la maggior parte del ritorno economico che la presenza di un turista comporta a discapito dell'economia locale.

A tal proposito il presente elaborato si occuperà di riportare in ambito turistico quello che al momento, in Italia, non è che un gioco, il Geocaching, una caccia al tesoro su scala mondiale che fa uso della tecnologia di geo-localizzazione satellitare e di Internet. Per le potenzialità dimostrate da questa pratica e, in particolare, dalla sua applicazione nella forma di GeoTour, ci troviamo di fronte ad uno strumento innovativo e molto potente, capace di influenzare i visitatori sia su scala geografica che temporale. Se ben organizzato, infatti, consente di incanalare i flussi turistici verso le zone prescelte e, allo stesso tempo, di determinare una loro permanenza minima sul territorio, o di incentivarne il ritorno.

L'analisi partirà con il primo capitolo concentrandosi innanzitutto sulla definizione dell'attività di base, il Geocaching. È essenziale capire bene cosa sia e come funzioni per poter poi affrontare la sua applicazione in campo turistico. Questa, è già stata realizzata all'estero e recentemente anche in Italia. Passando attraverso lo studio della distribuzione dei flussi turistici all'interno del territorio della provincia di Padova nel secondo capitolo, e a quello dei GeoTours già esistenti nel mondo e in Italia nel terzo, si approderà nel quarto capitolo alla formulazione di una proposta appositamente studiata sempre per il territorio di Padova e provincia. Lo scopo è aumentare il numero di visitatori della città e distribuirli meglio sia all'interno del centro antico, sia nelle zone circostanti, ricche di patrimonio storico, culturale e naturalistico, ma ancora poco conosciute e vissute dai turisti.

CAPITOLO 1 - UN MONDO IN UN GIOCO

Alla scoperta del Geocaching

L'epoca in cui viviamo è contrassegnata dalla sempre maggiore presenza della tecnologia nelle nostre vite. Allo stato attuale, per esempio, è impensabile essere tagliati fuori dal web: qualunque attività commerciale deve essere dotata almeno di un sito internet: pensiamo al nostro disappunto quando, cercando informazioni su un negozio che abbiamo visto di sfuggita ma che ci sembrava interessante, non troviamo nulla. Internet è diventato il mezzo di comunicazione più accessibile ed economico per conoscere e farsi conoscere.

Anche il turismo si sta adeguando a questa tendenza: pensiamo innanzitutto a piattaforme online quali Trivago o TripAdvisor che mettono in collegamento utenti da tutto il mondo, reali e potenziali, e gli operatori turistici attraverso il sistema di rating, recensioni e risposte, creando una fitta rete, fonte di informazioni sia per i viaggiatori che per gli operatori che riescono ad ottenere importanti feedback sulla loro attività. Esistono poi siti di comparazione automatica di prezzi e offerte, agenzie di viaggi online, siti internet di strutture ricettive, attrazioni, intere destinazioni turistiche. Si passa infine, con la recente diffusione degli smartphones, alle applicazioni specifiche create dagli stessi attori dei siti internet per rimanere al passo coi tempi, migliorare l'esperienza d'uso dell'utente e creare un'immagine di sé stessi più amichevole e moderna.

In tutto questo, però, la tendenza è quella di trasferire su supporti diversi le solite informazioni. In alcuni casi si approfitta delle potenzialità della tecnologia web per coinvolgere maggiormente i bambini, ma sono generalmente iniziative partite da musei o enti particolarmente all'avanguardia e scarsamente diffuse sul territorio.

Sarebbe invece possibile creare una rete di intrattenimento educativo che guidi i turisti, di qualunque età, attraverso la scoperta di una destinazione?

La risposta è sì, e la tecnologia esiste già. Anzi, tecnologia applicata a un gioco antico e che chiunque di noi avrà fatto almeno una volta nella sua vita. La caccia al tesoro. Esplorare un ambiente seguendo una serie di indizi fino al tesoro finale. Se decidiamo di usare come

guida non indizi scritti ma coordinate GPS ampliamo la superficie di gioco in maniera esponenziale, estendendola al mondo intero.

Questo è in sintesi quello che è il Geocaching. Una caccia al tesoro su scala mondiale dove i giocatori, oggi più di 15 milioni nel mondo, raggiungono con l'ausilio di un apparecchio GPS i luoghi dove sono nascosti i geocaches (o caches), dei contenitori di varia forma e dimensione identificati da coordinate geografiche, nascosti in maniera tale che solo chi li sta cercando possa effettivamente trovarli (questo per evitare che chi non conosce il gioco trovi la scatola e, senza sapere cosa rappresenta, la rimuova o la getti via). I caches possono essere creati da chiunque appartenga alla comunità del Geocaching, in qualunque posto. L'importante è che sia raggiungibile e rispettoso dell'ambiente in cui si trova.

Immagine 1: diversi tipi di caches. Fonte Geocaching.com e foto propria

Nell'arco della sua storia, questa attività ha avuto fin da subito un grande successo. Questo si spiega attraverso quelle che sono caratteristiche intrinseche ad essa. Innanzitutto l'elemento ludico: il funzionamento è quello tipico della caccia al tesoro, arricchito però da un tratto capace di attirare gli adulti e stimolare in loro la curiosità, il senso della scoperta, dell'esplorazione: la tecnologia. Come si vedrà più avanti la storia del Geocaching è inscindibile da quella delle tecnologie di posizionamento satellitare. In altre parole, tutto nel Geocaching nasce come un gioco: il gioco di scoprire un tesoro e quello di scoprire un nuovo mezzo per raggiungerlo. Altra caratteristica portante è la spontaneità: fin dalle origini non si pensava ad un'attività di così vasta portata, senza dimenticare che per organizzare e realizzare un sistema così diffuso, ormai su scala globale, servirebbero tempo e risorse ingenti, sicuramente impensabili alla nascita del fenomeno. Invece tutto si è originato dall'entusiasmo e dall'emulazione, dal desiderio di essere coinvolti attivamente. I primi cercatori si sono trasformati in creatori e hanno nascosto a loro volta dei caches comunicando online alla comunità che iniziava a raccogliersi attorno a questo gioco, le coordinate per trovarli. Proprio il concetto di

comunità è un altro pilastro del Geocaching: questo infatti permette di dare ordine alla spontaneità. Chi decide di partecipare al gioco, iscrivendosi al sito ufficiale entra a far parte della comunità, diventando un geocacher, ossia un giocatore che cerca ed eventualmente nasconde dei caches. Si fa leva sul senso di appartenenza per far sì che tutti i partecipanti rispettino le linee guida del Geocaching. Vista la portata del fenomeno, infatti, è impensabile che esista un controllo capillare sul territorio dell'efficienza e della regolarità di tutti i caches. Per questo quando si comincia a giocare si accetta una forma di patto non scritto: io sono un giocatore, per questo mi impegno a rispettare i caches e gli altri giocatori. Infine, gli ultimi due tratti salienti del Geocaching meritano di essere analizzati insieme. Abbiamo definito questa attività un'evoluzione della caccia al tesoro. Come dice il nome stesso, questo gioco presuppone l'esistenza di un tesoro da conquistare. Ci sono dei contenitori al cui interno sono situati oggetti comuni collocati dai giocatori da tenere con sé e scambiare, o altri, previsti espressamente dal gioco chiamati trackables. Questi sono oggetti di varia natura che hanno una loro missione: viaggiare da un punto del mondo ad un altro. Per farlo, usano come vettore i geocachers che li trovano all'interno dei caches: il giocatore, se vuole, lo preleva dal luogo del ritrovamento e lo porta verso la sua meta. Questa è resa nota al giocatore tramite il codice univoco impresso sopra il trackable che consente, una volta inserito nell'apposita sezione del sito, di conoscere tutte le informazioni relative al trackable. Lo stesso codice permette al proprietario del trackable, colui che lo ha attivato, di seguirne i movimenti. I trackables possono essere di diversi tipi. Uno di questi è il geocoin, un oggetto personalizzabile dal suo proprietario, di solito delle dimensioni di una moneta che viaggia seguendo i principi sopra indicati. Visto che il possesso di questi oggetti è solo virtuale e transitorio, non li si può definire dei premi al giocatore, ed anche al di là di essi, un vero e proprio tesoro non esiste. Non fisicamente almeno. Quello che realmente spinge i geocachers nella loro ricerca è la gratificazione che si ottiene con la possibilità di vivere un'avventura e quella di aver aggiunto un nuovo pezzo alla propria collezione. Infatti proprio di collezionismo si tratta: quando si trova un cache si firma il logbook al suo interno, ma si segnala anche online il suo ritrovamento. Sul sito ufficiale, ogni utente ha la sua pagina dove sono visibili tutti i ritrovamenti compiuti durante la sua attività. Per questo motivo molti geocacher si spingono anche a grande distanza dalla loro residenza: diventa una questione di prestigio, di completezza della collezione.

Iniziare a giocare è molto semplice: il primo passo è la registrazione gratuita al sito, dopo di che, attraverso la pagina *Nascondi e Cerca un cache* si inserisce l'area in cui si vuole effettuare la ricerca così da ottenere un elenco dei cache con indicate le rispettive coordinate, che andranno inserite nell'unità GPS. Le indicazioni portano nella zona dove il cache è nascosto, e lì, con pazienza, fantasia ed esperienza si procede alla ricerca. Una volta trovato, si firma il logbook e si ripone il cache nella sua sede originale. Per concludere, si condivide la propria esperienza online: si segnala il ritrovamento e, volendo, si aggiungono commenti e foto. Con la diffusione degli smartphones esiste oggi una procedura alternativa: è infatti possibile scaricare una versione base dell'app o comprare il suo upgrade per 9,99 euro ed eseguire attraverso essa registrazione, ricerca e log (caricamento online del ritrovamento).

Per creare un cache servono essenzialmente, una scatola di dimensione variabile e un logbook. La scatola può essere un vecchio contenitore di rullini fotografici fino ad arrivare alle dimensioni di cassette porta pranzo o porta attrezzi. Ovviamente la dimensione dipende anche dal luogo in cui la si nasconde. Al suo interno andrà collocato un logbook ossia un quaderno, quadernetto, foglio di carta, sul quale chi lo trova possa scrivere il proprio nome, giorno e ora del ritrovamento. Una volta nascosto, con l'aiuto di un apparecchio GPS bisogna misurare le coordinate geografiche del luogo e inviarle al sito internet ufficiale www.geocaching.com il quale, se il cache rispetta tutte le caratteristiche previste da regolamento, le inserirà nella lista dei caches esistenti rendendo ufficialmente attivo quello appena creato.

La sua storia

Le origini del Geocaching non sono aliene dalla caratteristica che è tutt'ora parte integrante del fenomeno: la spontaneità.

L'evento scatenante fu l'abolizione, il 2 maggio 2000, della selective avaliability, ossia dell'intenzionale degradazione del segnale satellitare che permetteva ai sistemi di geo localizzazione di funzionare ma solo con un ampio margine d'errore. Al pari di internet, infatti, questa tecnologia nasce in campo militare, in particolare, venne elaborata dal Dipartimento della Difesa statunitense. Per questioni di sicurezza, l'uso delle massime

potenzialità era riservato all'esercito, consentendo ai civili l'accesso ad un segnale deteriorato ed impreciso. La svolta del 2 maggio 2000 permise a tutti di usufruire di un segnale più potente, sebbene le moderne tecnologie non permettano una precisione assoluta.

Come spesso accade, la notizia fu accolta con molto fervore dagli appassionati di tecnologia, tanto che uno di essi, Dave Ulmer, il giorno seguente decise di mettere alla prova questo nuovo mezzo. Nascose quindi nel bosco un target di navigazione, nello specifico, un contenitore, nella regione di Beavercreek in Oregon. Ne misurò le coordinate attraverso la sua unità GPS e le pubblicò in una online community: *sci.geo.satellite-nav.* All'interno del contenitore ripose un logbook, una matita e diversi oggetti fra cui video, libri ed altro. Sul sito le coordinate erano accompagnate dall'invito a trovare questo contenitore, denominato *stash*[1], e l'attività "Great American GPS Stash Hunt". Le regole erano semplici: chi avesse voluto avrebbe potuto inserire le coordinate nel proprio apparecchio GPS, partire alla ricerca e, una volta trovato, firmare il logbook, prendere un oggetto, lasciarne uno in cambio e ricollocare tutto nella posizione originale. In soli tre giorni, due persone erano partite alla ricerca dello stash di Ulmer e avevano condiviso la loro esperienza online. La settimana successiva diverse persone entusiaste all'idea crearono a loro volta degli stashes e ne pubblicarono le coordinate online. Un mese più tardi Mike Teague, il primo scopritore del contenitore di Ulmer, sentì la necessità di dare una maggiore organizzazione al fenomeno: raccolse le coordinate di tutti gli stashes esistenti e le pubblicò in un proprio sito raccogliendo anche informazioni ed esperienze al riguardo. Il 30 maggio 2000 creò inoltre la *"GPS Stash Hunt" mailing list* per mettere in comunicazione gli appassionati del fenomeno nascente e permettere loro di discuterne, ampliarlo e migliorarlo lasciandone inalterata la spontaneità ma cominciando a creare delle forme più organizzate di partecipazione, tramite appunto una più immediata comunicazione fra i partecipanti. Fu ad esempio proprio in questa fase che la connotazione negativa della parola stash avviò la ricerca di una nuova denominazione, portando alla fine a geocaching. Questo termine deriva dall'unione di due parole, geo, che con il suo riferimento alla terra richiama il carattere di attività all'aria aperta del fenomeno e cache, parola che racchiude in sé stessa due diverse connotazioni: la prima, dal francese, indica

[1] Stash = scorte, riserve segrete, ma anche droga nascosta.

un nascondiglio o un oggetto nascosto, la seconda, usata comunemente in informatica, si riferisce a una memoria molto piccola e veloce sulla quale il computer salva automaticamente dati o programmi che abbiamo utilizzato e che ritiene riutilizzeremo a breve. In questo modo, recuperarli quando sarà necessario sarà un'operazione molto più veloce. Il nome geocaching quindi, racchiude in sé i concetti fondamentali di territorio, ricerca e tecnologia.

In queste prime fasi il geocaching non era alla portata di chiunque: possedere e saper usare apparecchi GPS non era comune, abilità nell'uso dello strumento e nel viaggio erano essenziali. Per questo i primi utilizzatori erano generalmente persone dedite a trekking o navigazione. Anche le liste per selezionare il cache di interesse o per verificare se ne esistevano in una data zona erano strutturate sulla base di codici non immediatamente comprendibili per chi fosse nuovo all'attività. Fu in luglio che Jeremy Irish, un programmatore di Seattle si imbatté casualmente nel sito di Mike Teague e rimase affascinato come molti altri dalla possibilità di unire la passione per l'escursionismo con quella per le nuove tecnologie. In un primo momento si unì alla comunità di cercatori e partì alla caccia dei suoi primi caches. Una volta provato il sistema, decise di mettere le proprie competenze al servizio di questo nuovo intrattenimento, e in collaborazione con Teague creò un sito internet dedicato che venne presentato al pubblico il 2 settembre 2000. Nasceva così geocaching.com il sito ufficiale del Geocaching. Da questo momento comincia la vera ascesa del Geocaching: il sito dona sufficiente visibilità da far comparire articoli in proposito sul New York Times e su Slashdot.org, un sito che si occupa principalmente di diffondere notizie sulle ultime novità del web e raccogliere opinioni e commenti dei suoi numerosissimi lettori. In altre parole, non solo si diffonde la notizia del gioco in sé, ma anche del suo sito internet che comincia a registrare un numero così elevato di visite da indurre Irish creare una compagnia, la Groundspeak Inc. con due colleghi per poter gestire in maniera professionale geocaching.com. Se i primi proventi derivano dalla vendita di magliette Geocaching, con gli anni si è data agli utenti la possibilità di accedere a una premium membership a pagamento che è diventata la principale fonte di introiti della Groundspeak Inc.

Infine, negli ultimi anni la sempre crescente diffusione degli smartphones ha portato la Groundspeak Inc. a sviluppare una app che rendesse più facile ed immediata la

partecipazione all'attività del Geocaching. Esistono due versioni dell'app: una gratuita, introduttiva: serve ad avvicinare al Geocaching persone che ancora non lo conoscono e che per questo, potrebbero essere restie ad investire 9.99 euro in un'app che non sanno quanto effettivamente useranno. La versione gratuita permette di iniziare a giocare: introduce al gioco, stimola la curiosità e favorisce l'inserimento nelle sue dinamiche. La spinta a lasciare questa versione per quella a pagamento deriva principalmente dal fatto che la versione a pagamento garantisce qualche funzione aggiuntiva, una fra tutte, la possibilità di scaricare le mappe sul cellulare per poter giocare anche se si è offline, ed è inutile ricordare quanto questo sia importante volendo estendere la propria caccia al di là del Paese di residenza. Esiste infine un terzo livello di esperienza di gioco legato non più all'applicazione ma al profilo utente: la premium membership. Pagando una quota annuale di 29.99 euro si accede ad una serie di facilitazioni quali la notifica dell'attivazione di nuovi caches, la possibilità di accedere anche a quelli esclusivamente riservati agli utenti premium, funzioni di ricerca dei geocaches aggiuntive, e molto altro. In questo modo Groundspeak Inc. ha trovato una nuova fonte di introiti.

Le interazioni interne ed esterne al Geocaching

Come già accennato, il Geocaching è un'attività che si svolge sul territorio, sfrutta le sue particolarità e le sue bellezze per far vivere ai geocachers delle avventure, ed ha ormai raggiunto una diffusione globale. Viste le dimensioni del fenomeno, è impensabile mantenere un controllo capillare efficace, in alternativa, proprio il fatto di far sì che i giocatori facciano parte di una community permette di portare ordine in quello che altrimenti sarebbe un sistema fuori controllo dannoso per sé stesso e per gli altri.

Il principio fondamentale è il rispetto. Ai facenti parte della comunità del Geocaching si insegna e si chiede essenzialmente di osservare tre forme di rispetto: del territorio, delle attrezzature, della community.

- *Rispetto del territorio*: il Geocaching è un'attività inscindibile dal territorio. È proprio la scoperta di spazi naturali e urbani che permette ai partecipanti di sentirsi protagonisti di un'avventura. Non è solo il cache l'obiettivo, ma anche il viaggio, il percorso di esplorazione. In altre parole, il territorio è parte integrante del gioco. Lo

stesso principio vale per il turismo, per l'agricoltura, per qualsiasi attività sia intrinsecamente collegata all'ambiente circostante: non possiamo mai dimenticare che il territorio non è solo una risorsa da sfruttare, ma anche un bene da proteggere. La fruizione di un bene porta inevitabilmente ad un suo progressivo degrado. Per questo è bene essere consapevoli dell'impatto che le nostre azioni avranno su di esso. Il Geocaching non è esente da questo principio. È fondamentale quando si crea un nuovo cache considerare dove lo si sta nascondendo: sia in natura che in ambienti antropizzati, ci sono dei luoghi dove è sconsigliabile incrementare il passaggio delle persone, sia per flora e/o fauna delicati, sia per dinamiche urbane che richiedono di non aggravare i flussi in transito in una determinata zona, sia per siti di interesse artistico e archeologico da preservare. In aggiunta a questo, bisogna essere consapevoli del fatto che un cache è un elemento che il suo creatore inserisce deliberatamente sul territorio, il che comporta la necessità di considerare se l'area in questione è pubblica o privata. Su aree pubbliche può non essere necessario richiedere il permesso, su aree private, invece è essenziale. Infine, bisogna sempre ricordarsi che ogni stato ha le sue leggi e che il Geocaching, essendo un fenomeno mondiale, non può adattare i suoi regolamenti a quelli di ogni stato. Spetta quindi ai geocachers essere informati e rispettosi delle normative locali. Negli Stati Uniti, per esempio, nascondere un geocache in un parco nazionale senza autorizzazione, comporta una violazione delle leggi federali. Allo stesso modo i cercatori dovranno fare attenzione a non agire sull'ambiente in maniera invasiva ed irrispettosa. Non è certo il caso di smantellare pezzo per pezzo l'area per trovare il cache, né tantomeno siamo autorizzati ad inoltrarci in zone chiuse al pubblico o ad accesso limittno perché pensiamo che il cache potrebbe essere proprio lì.

- *Rispetto delle attrezzature*: contenitori, logbooks e gadget vari eventualmente inseriti al loro interno fanno parte del gioco, sono una ricchezza di tutti. È molto importante quindi che chi li trova rimetta i caches al loro posto, non alterandone in alcun modo la posizione, nemmeno se ci sembra che proprio lì accanto ci sia un nascondiglio di gran lunga migliore. Il mantenimento del geocache è responsabilità di colui che l'ha creato. In particolare questi si occuperà di controllare che vi sia spazio per le firme nel logbook, che non sia stato spostato, rimosso o alterato. Per

quanto riguarda gli oggetti che i caches di dimensioni maggiori possono contenere, è bene ricordare che non si tratta di doni veri e propri, vige il principio dello scambio: prendi qualcosa, lasci qualcosa, possibilmente di valore analogo. A questo proposito è d'obbligo ricordare come al gioco partecipino persone di diverse culture ed età. Quando si inserisce del materiale all'interno di un contenitore si tenga conto del fatto che potrebbe essere rinvenuto, per esempio da un bambino. Infine, è bene aiutare il creatore del cache nel suo compito, comunicando attraverso il sito a lui, ma anche agli altri giocatori eventuali problemi: geocache rimosso, deteriorato, o altro.

- *Rispetto delle comunità*: come già ripetuto più volte, i partecipanti al gioco vengono coinvolti in una community non solo attraverso l'attività che condividono, ma anche attraverso mezzi di comunicazione: il sito ufficiale, siti nazionali da esso dipendenti, forum, blog, social network. In altre parole, la comunicazione fra i geocacher è potenzialmente costante e globale. Per questo motivo è essenziale mantenere comportamenti adeguati, adatti a tutti i membri che ne fanno parte. Inoltre è bene ricordare che l'avventura è una caratteristica essenziale dell'esperienza: raccontare la propria ricerca fin nei minimi dettagli, a volte, rivela troppo, facendo perdere il gusto della scoperta a chi è incappato nel nostro resoconto mentre cercava quel geocache. Il concetto di rispetto per la comunità si lega strettamente a quello per le attrezzature e il territorio di cui si è detto poco sopra. Rispettare gli oggetti del gioco permette anche a chi viene dopo di noi di usufruirne. Tuttavia a questo riguardo c'è una piccola aggiunta da fare: all'inizio di questo sotto paragrafo, ho parlato di comunità al plurale. È piuttosto logico, infatti, che nel momento in cui esiste una comunità, vi siano persone ad essa appartenenti e che per questo conoscono attrezzature, modalità e finalità dell'attività, ed altre invece che, trovandosi al di fuori di essa, sono totalmente all'oscuro di tutto ciò che la riguarda. Il fatto che il Geocaching si svolga in spazi aperti fa sì che comunità ed estranei o, come vengono chiamati prendendo spunto dalla saga di Harry Potter, i babbani, siano costantemente in contatto. Questa condizione presenta una grande problematica: chi dovesse trovare uno dei contenitori senza sapere di cosa si tratti, molto probabilmente ne altererà la collocazione o, peggio ancora, procederà alla

sua rimozione. Proprio per questo è molto importante che i caches siano nascosti in maniera tale che solo chi li sta attivamente cercando possa trovarli, e che i cercatori si impegnino per non far capire agli estranei cosa stanno facendo, non per escluderli, quanto per evitare di incuriosirli ed esporre il cache al pericolo di alterazione o rimozione. In ultimo, vi è un'altra considerazione da fare a riguardo: i caches devono essere ben nascosti perché un contenitore strano lasciato incustodito da qualche parte, può essere fonte di allarmismo. È quello che è successo a Padova il 24 gennaio 2015. Un passante ha notato in una delle piazze del centro storico un tubetto di plastica avvolto sa scotch e legato ad una grata con del fil di ferro. Subito è scattato l'allarme bomba:

"Allarme bomba, evacuata piazza dei Signori. Ma l'ordigno era un gioco

La segnalazione è arrivata prima delle 10. Il presunto ordigno rudimentale era stato collocato sotto la chiesa di San Clemente dove c'era la messa. Zona transennata, sgomberati gli ambulanti e i fedeli. Gli artificieri l'hanno fatto saltare alle 11. Smentite le prime voci che parlavano di esplosivo. Era una specie di caccia al tesoro chiamata Geocaching"[2]

Due innamorati hanno deciso di celebrare la ricorrenza del loro primo bacio con un geocache nel luogo in cui era avvenuto. Peccato però che abbiano completamente tralasciato di nascondere l'oggetto seminando il panico in pieno centro storico. Il risultato è stato, al di là della distruzione ad opera degli artificieri del geocache, l'intervento delle forze dell'ordine, lo sgombero e la chiusura della piazza per l'intera mattinata, e i conseguenti danni economici alle attività: piazza dei Signori, infatti, ospita un mercato oltre alle varie attività commerciali e di ristorazione. Riassumendo, una disattenzione di questo tipo ha provocato forti disagi alla comunità residente e a tutte le persone, commercianti, clienti e turisti che normalmente si recano in piazza; alla città, che ha dovuto sostenere l'attività di messa in sicurezza della zona, il rischio di una denuncia per procurato allarme ai

[2] Quotidiano *Il Mattino di Padova,* 24 gennaio 2015, articolo a cura di Enrico Ferro, Alice Ferretti e Alberta Pierobon

proprietari de cache e, per finire, una pubblicità negativa per il Geocaching in generale.

Questo esempio chiarisce quindi perfettamente quanto sia importante non considerare il Geocaching come un mondo separato e distinto. È invece a pieno titolo un'attività che si inserisce nel territorio e per questo deve garantire una convivenza pacifica con tutti gli attori che agiscono su di esso. Entra qui in gioco un'altra importantissima funzione svolta dalla comunità: l'autocontrollo. Membri appartenenti alla comunità possono inviare feedback a Groundspeak Inc. riguardo alle caratteristiche dei geocache già presenti o quelli in fase di creazione. Quelli che saranno ritenuti non conformi con le regole del buon senso e del rispetto non saranno inclusi nelle liste online o, se già presenti, saranno disattivati fino alla loro messa in regola.

Geocaching in Italia

Come descritto in precedenza, il Geocaching ha conosciuto una diffusione immediata grazie al connubio di gioco e tecnologia su cui si basa ma, soprattutto, grazie alla sua presenza sul web. La scelta di utilizzare fin da subito Internet come mezzo di comunicazione ha senza dubbio facilitato la rapidissima ascesa che il Geocaching ha conosciuto. Se a questo si aggiunge la spontaneità che caratterizza l'attività, non è difficile immaginare che in breve tempo il fenomeno abbia raggiunto diversi luoghi del pianeta. In Italia il Geocaching arriva molto presto. Già nel luglio 2001, a poco più di un anno dal primo stash di Ulmer vi erano siti web attivi per organizzare delle comunità italiane in maniera tale da dare ordine al fenomeno, incrementarne lo sviluppo nel nostro paese e, soprattutto, permettere anche agli aspiranti fruitori che non parlavano inglese di accedere ai contenuti informativi esistenti. Il primo sito ufficiale in questo ambito è stato *geocaching-italia.com* che, in contatto diretto con Jeremy Irish, si è attestato come riferimento ufficialmente riconosciuto da *geocaching.com* e da Groundspeak Inc. Lo scopo era ricreare tutti quegli strumenti di informazione, comunicazione e condivisione quali wiki, blog, forum, linee guida già esistenti per la comunità internazionale, in lingua italiana, rendendo più facile l'accesso a questo mondo per tutti. Sempre inseguendo l'obiettivo di una maggiore apertura verso gli italiani, il team di *geocaching-italia.com* ha spinto e collaborato alla traduzione del sito ufficiale *geocaching.com*. Questo, tuttavia, non è l'unico sito esistente.

Lo stesso scopo di divulgare e sostenere il Geocaching in Italia è condiviso da altri siti internet, anche se con metodi diversi. *Geocachingitalia.it*, per esempio, si è occupato dell'elenco dei caches presenti sul territorio italiano, o dei vari eventi, ma soprattutto si concentra sull'aspetto ludico del fenomeno: "parlando di geocaching cerchiamo di prenderlo e prenderci poco sul serio… il visitatore potrà anche imbattersi in sezioni un po' bizzarre o demenziali, in invenzioni di cui ci pentiremo…"[3]

Il desiderio di vivere e far vivere delle avventure sul proprio territorio porta a forme di organizzazioni spontanee per regioni o aree più ristrette. Si veda per esempio il progetto GeoMare&Monti che, a partire da un evento nel 2001, si impegna nella diffusione e nel mantenimento del Geocaching in Liguria. I membri del team di GeoMare&Monti hanno anche collaborato con *geocaching-italia.com*, condividendo, per esempio la necessità di una traduzione in lingua italiana di *geocaching.com*.

geocaches in Italia 2015		
Trentino Alto Adige	4893	27,15%
Lombardia	3160	17,54%
Veneto	1949	10,82%
Toscana	1889	10,48%
Piemonte	1552	8,61%
Lazio	1192	6,61%
Emilia Romagna	713	3,96%
Liguria	673	3,73%
Friuli Venezia Giulia	434	2,41%
Sardegna	397	2,20%
Sicilia	249	1,38%
Campania	217	1,20%
Marche	162	0,90%
Abruzzo	135	0,75%
Puglia	122	0,68%
Umbria	93	0,52%
Valle d'Aosta	88	0,49%
Calabria	51	0,28%
Basilicata	26	0,14%
Molise	26	0,14%

Tabella 1: elaborazione propria su dati forniti dal sito geocaching.com

La situazione italiana al momento, vede una diffusione maggiore al nord rispetto che al sud. Da una ricerca eseguita direttamente sul sito *geocaching.com* risulta infatti che in testa alla classifica si trova il Trentino Alto Adige, seguito da Lombardia, e Veneto.

Una precedente ricerca era stata svolta dallo staff di geocaching-italia.com nel 2013 sulla scia di un questionario proposto da un geocacher della Repubblica Ceca. I dati derivati da questa inchiesta, tuttavia, sono poco attendibili: i rispondenti, infatti, sono stati pochi, il che fa supporre che ciò che sia stato trovato non sia altro che una sottostima.

Per questo ho eseguito delle nuove misurazioni basandomi sugli elenchi presenti nel sito geocaching.com sulla situazione attuale riguardo alla quantità di cahces presenti sul suolo italiano suddivisi per regione, anche se è doveroso segnalare che in realtà anche questa è

[3] http://www.geocachingitalia.it/info/vision

una sottostima, gli elenchi ufficiali permettono una ricerca per comune, non per provincia. I numeri citati sono la somma dei caches presenti nei capoluoghi di provincia di ciascuna regione.

Ciò che ne risulta che la concentrazione di caches è estremamente maggiore nel Nord Italia. In testa è il Trentino Alto Adige con 4893 unità (27,15% del totale), seguito da Lombardia, 3160 (17,54%) e Veneto, 1949 (10,82%). Al Centro i numeri diminuiscono drasticamente ad eccezione di Toscana e Lazio, nel quale, però, più della metà dei caches si trova sul territorio di Roma. I numeri registrati nella capitale sono proprio quelli che permettono un tale scostamento rispetto alle altre regioni centrali. Nel Centro - Sud e nel Sud i numeri sono in netto calo, arrivando ai livelli minimi di 26 unità (0,14% del totale) con Basilicata e Molise. Le isole si attestano nella fascia centrale.

I motivi di questa distribuzione restano poco chiari. Già la ricerca compiuta nel 2013 da geocaching-italia.com sul numero di geocachers attivi in Italia aveva presentato le stesse zone d'ombra: intere regioni dalle quali non erano pervenute risposte (in bianco nella cartina).

Immagine2: Diffusione per Regione fonte http://www.geocaching-italia.com

Pur ricordando che la quantità di caches presenti sul territorio e la quantità di giocatori attivi sono due unità di misura non immediatamente comparabili fra loro, è tuttavia interessante notare come, nonostante questa differenza e i due anni trascorsi da una rilevazione all'altra, resti costante una minor concentrazione nel centro e sud Italia di quella che per comodità generalizzeremo in attività di Geocaching. Anche cercando nei principali siti che si occupano del Geocaching in Italia, è molto difficile, quando non impossibile, trovare articoli riguardanti queste regioni. Per verificare che questa assenza di notizie non sia dovuta a un mancato aggiornamento dei siti di

riferimento, ho effettuato un esperimento sui maggiori motori di ricerca, Google e Bing. Inserendo in entrambi le parole chiave "geocaching + regione" dove *regione* veniva sostituito di volta in volta con il nome di una delle regioni che non hanno risposto all'indagine del 2013, ho potuto riscontrare che in moltissimi casi non esistono tracce di iniziative locali atte a promuovere il Geocaching in quei territori. Quasi tutti i risultati forniti dai motori di ricerca, infatti, erano link alle pagine di descrizione di singoli geocaches presenti nella regione in esame, presenti sul sito ufficiale geocaching.com, ossia erano semplicemente voci della lista globale presente nel sito. Nello specifico le regioni in esame erano: Marche, Abruzzo, Molise, Puglia, Basilicata, Campania, Calabria, Sicilia, Sardegna. Fra queste, la ricerca su Marche, Puglia e Calabria ha dato solo un risultato ciascuna che non appartenesse all'elenco di *geocaching.com*. Nel caso di Marche e Molise si trova traccia di percorsi organizzati attraverso il Geocaching su siti di attività di ospitalità turistiche: un'azienda agricola e un sito di promozione di case vacanze e piccoli residence a gestione familiare. In entrambe i siti il Geocaching è presentato come un'attività promossa dall'ente ospitante stesso, piuttosto che come un progetto più esteso e facente parte della community di geocachers. Si attesta quindi più come parte di un pacchetto turistico creato per fine un commerciale o di marketing. L'azienda agricola delle Marche, per esempio, crea un percorso gastronomico: alla fine del percorso, infatti, si trova effettivamente un tesoro composto da prodotti locali. Il tutto sotto pagamento di quota di iscrizione di 5 euro e per gruppi di almeno 10 persone. Diversa è la situazione della Calabria. In questo caso, l'unico altro sito pertinente che compare nella ricerca è un laboratorio per un giornale online, zoomsud.it dove nel 2013 un utente lancia la proposta di incrementare il numero di caches nella città di Reggio Calabria non solo per il gioco in sé stesso, ma anche, e soprattutto, per promuovere il turismo nella regione in maniera divertente e alternativa. Questa proposta informale sembra essere rimasta inascoltata. I caches sono sì aumentati, si è passati dalla ventina in tutta la regione di cui si fa menzione nell'articolo ai 51 ufficialmente registrati negli elenchi, ma non vi è ancora traccia di una comunità forte a sostegno di questa realtà. Un caso a parte è rappresentato invece dalle grandi isole. Da questa ricerca si attesta che la Sardegna, pur non comparendo sui siti italiani di Geocaching può contare su una comunità locale, anche se dai dati emersi non sembra molto nutrita. Mi riferisco in particolare ad una pagina Facebook. La sua esistenza è un segnale positivo: indica la volontà

di creare una comunità attorno a questo gioco sul territorio sardo, e continua la sua attività nel tempo, essendo stata creata nel 2010. Tuttavia, il numero di like alla pagina è molto basso, appena 88 persone e non sembra averne ricevuti di recente. Inoltre l'attività non è costante, le ultime foto caricate risalgono ad aprile 2015, mentre gli ultimi post risalgono a maggio. Un elemento insomma, caratterizzato da luci e ombre, ma comunque un passo avanti rispetto alle altre regioni prese in esame. L'ultima delle regioni che nel 2013 non avevano risposto al sondaggio promosso da geocaching-italia.com è la Sicilia. Ci troviamo di fronte a un caso curioso. Scrivendo Sicilia nel motore di ricerca interno a *geocaching-italia.com* si ottiene un solo risultato, dovuto al fatto che ci troviamo di fronte all'unica regione in tutta Italia che ha attivato sul suo territorio un GeoTour. Questo particolare circuito di geocaches merita un'analisi approfondita in seguito. Intanto ci si limiti a considerare che è un elemento molto importante per la promozione territoriale e assolutamente innovativo in Italia. Al momento è opportuno segnalare invece come la Sicilia si sia adoperata per cercare di promuovere il proprio territorio attraverso la pratica del Geocaching: è stato addirittura creato un sito internet dedicato, *geocachingsicilia.com*, che raccoglie al suo interno informazioni sul GeoTour e sui caches ad esso non collegati ma comunque presenti nella regione. Il sito rimanda attraverso un collegamento esterno ad una pagina Facebook complementare ad esso che si presenta molto più attiva di quella riscontrata per la Sardegna: qui il like sono più di 500 e l'attività è molto più intensa ed aperta ad un pubblico internazionale: si incontrano infatti molti post in lingua inglese e foto raffiguranti paesaggi naturali o prodotti gastronomici tipici. In definitiva, la pagina si presenta senza dubbio come mezzo di promozione turistica non solo del GeoTour, ma della Sicilia come destinazione turistica.

A proposito del Veneto

Il Veneto è una regione caratterizzata da un territorio molto variegato: comprende infatti ambienti molto diversi fra loro, marino, di pianura, urbano, montano, lacustre… questo si è tradotto in un grande amore dei veneti per la loro terra e, soprattutto, nella forte differenziazione avvertita fra una città e l'altra. Sono probabilmente questi i motivi che hanno portato alla creazione di così tanti geocaches. Questi, sono presenti in ognuno degli ambienti sopra citati. Non è infatti strano trovare un cache nel parcheggio di un centro commerciale o in una strada laterale, piuttosto che in un passaggio pedonale tranquillo o anche lungo strade molto trafficate. Il modello del cache situato in posti di particolare bellezza si affianca quindi ad un nuovo modo di pensare il geocache: una pausa nei momenti di lavoro, di stress o di stantia quotidianità che ci permetta di rinfrancare la mente e lo spirito. Una distrazione, un divertissement. In altri casi, i cahces sono delle ottime occasioni per presentare ai visitatori le città d'arte di cui andiamo tanto fieri, o i piccoli borghi sparsi per il territorio che rischiano di essere tralasciati a causa della forte attrattiva esercitata dai centri urbani.

I geocaches presenti nelle città venete sono 800, così suddivisi: Venezia 219 unità, Treviso 217, Verona 115, Vicenza 110, Padova 67, Belluno 61, Rovigo 11.

Da segnalare come in questa regione si attestino esempi di applicazione del Geocaching a politiche di sviluppo del territorio. Mi riferisco in particolare al caso del GAL Patavino, una società consortile composta per l'80% da soci privati e dal 20%di soci pubblici. Il suo scopo è fornire un sostegno alle attività economiche e ai prodotti delle realtà agricole della zona meridionale provincia. I comuni coinvolti nelle attività del GAL Patavino sono: Abano Terme, Arquà Petrarca, Baone, Battaglia terme, Casale di Scodosia, Cervarese Santa Croce, Cinto Euganeo, Galzignano Terme, Lozzo Atestino, Megliadino San Fidenzio, Megliadino San Vitale, Merlara, Monselice, Montagnana, Montegrotto Terme, Ospedaletto Euganeo, Rovolon, Saletto, Teolo, Torreglia, Urbana, Veggiano, Vo'. Gli interventi di questa società non si concentrano in maniera miope sulle attività economiche, ma cercano di sostenere e migliorare anche altri aspetti che contribuiscono a dare più forza e valore al territorio a alle attività ad esso correlate. Si cerca quindi di agire sull'ambiente e sulla comunità che lo abita. In quest'ottica, uno dei vari settori su cui è intervenuto il GAL Patavino è il turismo. Questa

zona, infatti, è estremamente ricca di beni di interesse turistico: vi si trovano, per esempio, il Parco Regionale dei Colli Euganei, il distretto termale di Abano e Montegrotto, numerosi borghi, ville, monasteri e musei, come il castello e la rocca di Monselice, la casa-museo del Petrarca ad Arquà Petrarca e l'abbazia di Praglia solo per citarne alcuni. A tutto questo si aggiungano le eccellenze enogastronomiche della zona. Un potenziale enorme, lontano dai classici itinerari turistici che solitamente restano sull'asse delle città d'arte. Proprio per cercare di deviare questi flussi senza tuttavia dover agire in maniera troppo gravosa sull'ambiente, il GAL Patavino, in collaborazione con altri 6 GAL, ha scelto di affidarsi al Geocaching. Questi percorsi prendono il loro nome di serie REM dal progetto di cui fanno parte: il Progetto di Cooperazione Transnazionale Rural Emotion. L'obiettivo di questo progetto è quello di trovare nuove forme di comunicazione per i territori aderenti. Perché proprio il Geocaching? Perché era un modo innovativo, economico e potente per dare visibilità alla zona e, allo stesso tempo, distinguersi dalla massa della promozione turistica tradizionale che vuole vendere pacchetti turistici, esperienze preconfezionate e sogni. Qui, sebbene si giochi con l'acronimo REM e la fase di sonno profondo, è tutto reale: non ci sono sogni o meraviglie incredibili, ma solo le realtà di un territorio vissuto da una comunità desiderosa di condividerlo con gli altri. I percorsi proposti presentano infatti la zona dal punto di vista di chi l'ha vissuto. La scelta è ricaduta sui personaggi illustri che qui sono nati o hanno vissuto temporaneamente, ma che hanno lasciato traccia del loro passaggio nelle loro opere.

CAPITOLO 2 - PADOVA, TERRITORIO E DINAMICHE

Padova e il Veneto

La provincia di Padova, situata fra Venezia e Vicenza, comprende un territorio molto vario: da una piccola porzione di costa sulla Laguna Veneta, passando per la pianura solcata da numerosi corsi d'acqua, fino alla zona termale e ai Colli Euganei. Da un punto di vista prettamente turistico questo si traduce in una vasta e variegata offerta. Inoltre, se all'aspetto geografico aggiungiamo anche quello storico e artistico le possibilità si moltiplicano a vista d'occhio. Il capoluogo di provincia, innanzitutto, è una città d'arte il cui centro storico conserva con orgoglio le strutture che l'hanno caratterizzato dall'epoca romana ad oggi, oltre a numerosi musei e palazzi espressione di diversi stili artistici e architettonici. Anche il resto della provincia, però, non è da meno: si pensi a ville, monasteri ed abbazie, monumenti e chiese di alto valore storico e artistico sparsi sul territorio: Villa Pisani, Villa Giusti, la casa del Petrarca, l'abbazia di Praglia, solo per citarne alcuni.

In definitiva, l'intera provincia offre molte possibilità, ma queste non sempre ottengono l'attenzione che meritano. A Padova come in molte altre destinazioni turistiche, la tendenza è quella di seguire gli itinerari classici, creando dei flussi di visitatori molto intensi in alcune zone e lasciando completamente sprovviste le altre. Inutile dire che questo disequilibrio ha delle ricadute negative sul territorio: tutto l'indotto generato dal fenomeno si concentra solo in determinate zone lasciando sprovviste le altre, ma i ricavi ottenuti sono offuscati dalla necessità di sostenere il forte impatto che questi flussi hanno sugli obiettivi del loro interesse, sul territorio che li ospita e sulla popolazione che lo abita. Un ulteriore aspetto negativo di flussi turistici eccessivamente concentrati riguarda, infine, l'esperienza di visita del visitatore stesso, che sarà probabilmente infastidito da lunghe code ai punti di interesse e loro sovraffollamento e dall'affollamento dei mezzi di trasporto, sono solo alcuni esempi.

Certo, l'ultimo scenario descritto non appartiene a Padova, o almeno non ai punti di interesse sottostanti allo Stato. Caso a parte è costituito dalla basilica di Sant'Antonio che richiama da sola migliaia di turisti e devoti da tutto il mondo, ma questa non rientra sotto il diretto controllo del comune di Padova.

Parlando della collocazione territoriale di questa città ci siamo concentrati sulla geografia del luogo, senza però menzionare la Regione a cui appartiene. Il Veneto. Scontato da una parte, chiunque possegga delle conoscenze basilari della geografia italiana è in grado di dirlo; importantissimo invece, concentrandosi sull'argomento del turismo. Il Veneto, infatti, è la prima regione turistica italiana, come rilevato già nel 2012 da una ricerca dell'Osservatorio Nazionale del Turismo sulla base di dati ISTAT, per arrivi e presenze[4] e la terza per tasso di turisticità (calcolato sulla base del rapporto fra turisti e abitanti del territorio).

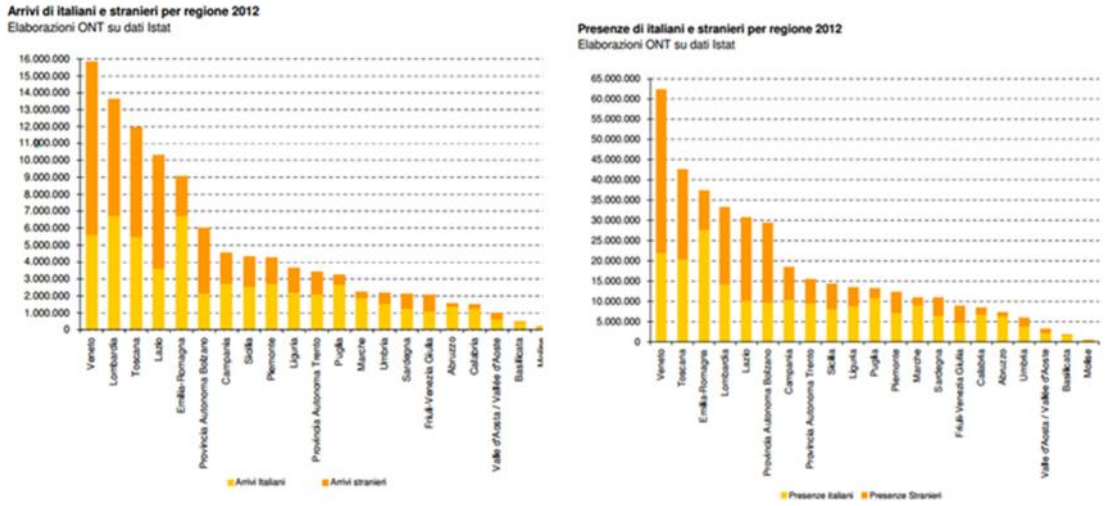


Immagine 1 : fonte statistica.regione.veneto.it

Questo è dovuto al fatto che in questa regione è possibile sviluppare diverse forme di turismo: quello artistico nelle grandi città d'arte e nei centri urbani minori, turismo naturalistico ed escursionistico nei parchi naturali, su colli e Dolomiti, balneare, potendo scegliere addirittura fra quello marittimo e quello lacustre.

[4] Elaborazione dati e grafici ad opera dell'Osservatorio Nazionale del il Turismo 2014

In questo scenario Padova non gioca certo un ruolo secondario: al di là dell'offerta vera e propria, è anche ben posizionata sul territorio, trovandosi in una posizione abbastanza centrale, da cui è facile raggiungere altre località, proprio per questo è ben fornita dai mezzi di trasporto pubblico: la rete ferroviaria la collega a tutte gli altri capoluoghi di provincia, ha una linea diretta per Mestre e Venezia che permette di raggiungere quest'ultima in appena venti minuti di viaggio, sempre attraverso la ferrovia è anche ben collegata alle maggiori città del Nord e Centro Italia, grazie a mezzi regionali, Frecce ed il servizio di trasporto passeggeri Italo Treno. La rete di trasporto pubblico su ruote invece agisce a livello più capillare, mettendo in comunicazione col centro tutti i comuni del territorio. Anche il trasporto su ruote collega Padova con Venezia, il suo aeroporto e l'aeroporto di Treviso. Non sorprende quindi che da un'analisi eseguita dal Sistema Statistico del Veneto sia emerso che Padova è la terza città della regione per arrivi presenze dopo Venezia e Verona, con 1.586.119 arrivi e 4.796.013 presenze nel 2014[5]. Questa situazione, si mantiene invariata negli anni, come dimostra il grafico sottostante relativo ai dati dell'ultimo triennio (2012 – 1014).

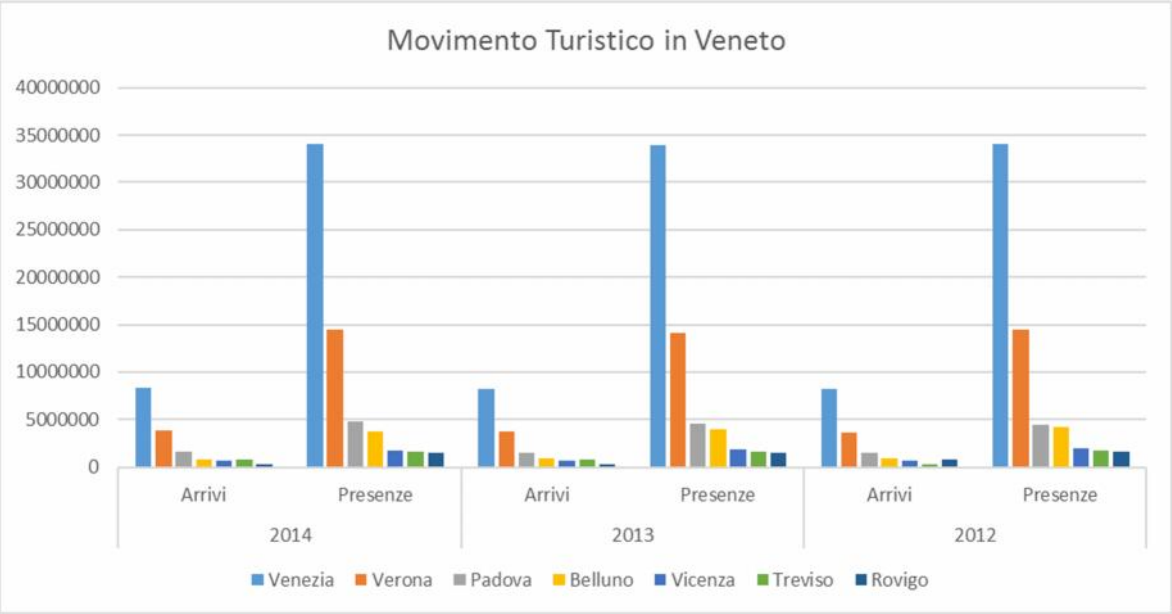


Grafico 1: elaborazione personale su base di dati del Sistema Statistico Regionale

[5] Questi dati si discostano lievemente con quelli presentati nelle tabelle in appendice riguardanti arrivi e presenze negli stessi anni analizzando i singoli comuni della provincia. Tale discrepanza deriva dal fatto che alcuni di questi comuni hanno meno di tre strutture ricettive sul loro territorio, pertanto, in osservanza delle norme sul segreto statistico e sulla privacy i dati ad essi relativi non sono stati riportati.

Nonostante il buon risultato, è difficile non notare la forte differenza fra le quantità di arrivi e presenze registrate dalle capolista e Padova, che si presenta quasi come un anello di raccordo con le altre province prima del grande salto verso i numeri di Verona e Venezia.

Obiettivo di questa ricerca non è sicuramente raggiungere quei livelli, la città in analisi, per le sue stesse caratteristiche, verrebbe soffocata da flussi troppo ingenti di turisti, ma trarrebbe sicuramente beneficio da un loro cauto aumento e da una calcolata distribuzione su tutto il territorio provinciale.

I comprensori turistici

Così come il Veneto, anche Padova può essere divisa in comprensori turistici ed è quello che è stato scelto di fare sul portale online di presentazione dell'offerta turistica della provincia, turismopadova.it[6]. Nello specifico i comprensori individuati sono:

1. Padova: comprende il Comune di Padova, anche se la zona prettamente turistica è quella del centro antico, ricco dei suoi 3000 anni di storia e de conseguente patrimonio artistico e folklorico.
2. Terme Euganee: ne fanno parte i comuni di Abano Terme, Battaglia Terme, Galzignano Terme, Montegrotto Terme e Teolo, sono rinomate per la qualità delle loro acque termali e per la forte presenza di strutture ricettive dedicate.
3. Città Murate: sono i centri urbani che ancora conservano la loro cinta muraria intatta o parziale. Questi sono Cittadella, Monselice, Este e Montagnana, più, naturalmente, Padova.
4. Colli Euganei: sono l'oasi naturale della provincia. I centri qui presenti sono di dimensioni contenute ma molto ricchi dal punto di vista enogastronomico: Arquà Petrarca, Rovolon, Torreglia e Vo'.[7]

[6] Le stesse categorie sono state utilizzate nell'analisi dei dati effettuata, con l'aggiunta del comprensorio Riviera del Brenta, scelta dovuta al fatto che l'inizio di questo percorso si colloca sul territorio di due comuni del padovano.

[7] Nell'elaborare i dati dei movimenti turistici per comprensorio queste divisioni hanno subito leggere modifiche: ho scelto di includere Teolo non nel comprensorio termale, bensì in quello dei Colli Euganei, essendo uno dei punti di partenza e arrivo privilegiati dell'escursionismo nella zona, e di non considerare Padova parte delle città murate, per evitare che comparisse due volte nelle elaborazioni relative alla provincia intera.

In una pianificazione ideale dei flussi turistici sul territorio, questi si distribuirebbero in maniera bilanciata su tutti i distretti. Bilanciata e non uguale: sarebbe da irresponsabili non considerare le diverse dimensioni delle varie aree e le loro caratteristiche intrinseche che rendono ciascuna adatta ad ospitare solo un determinato numero di turisti. La situazione attuale si presenta invece discretamente sbilanciata a favore del primo e, soprattutto, del secondo comprensorio.

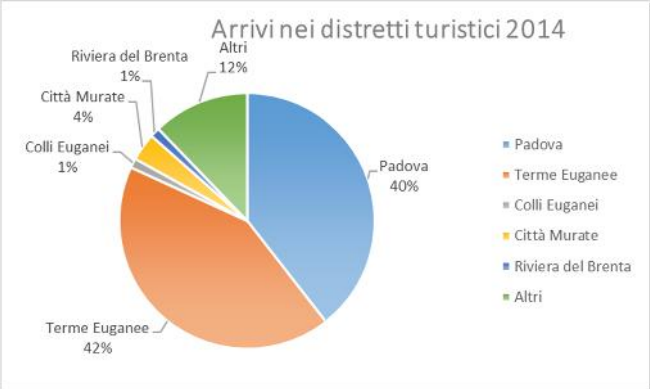


Grafico 2: elaborazione personale su base di dati del Sistema Statistico Regionale

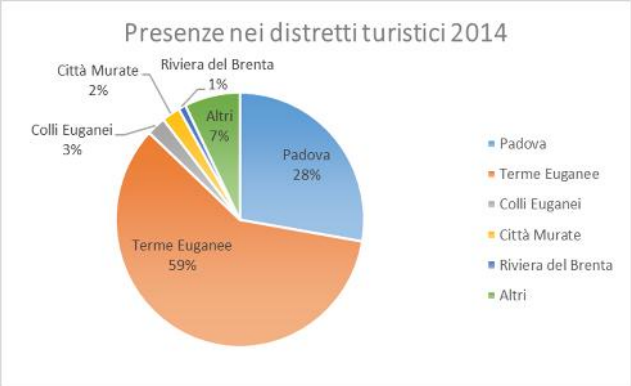


Grafico 3: elaborazione personale su base di dati del Sistema Statistico Regionale

Come si evince dalla rappresentazione grafica fornita, i comprensori maggiormente interessati dal fenomeno turistico sono quello termale con il 42% degli arrivi e il 59% delle presenze, e il distretto di Padova, interessato dal 40% degli arrivi e dal 28% delle presenze sul territorio provinciale. Il terzo valore più alto in entrambe i casi riguarda la voce Altri, che comprende tutti i comuni che non appartengono espressamente ad uno dei comprensori individuati. Questo dato in sé non sorprende, se si pensa che i comuni rientranti in questo ambito sono la maggioranza, ma c'è un secondo fattore da considerare: i comuni dormitorio: ossia quelli che si trovano al confine del comune di Padova e che godono degli effetti benefici generati dal turismo di quel comprensorio. Parliamo in definitiva, di comuni che si trovano alla giusta distanza dal centro storico tanto da permettere di raggiungerlo agevolmente, risparmiando sull'alloggio.

I Colli Euganei e le Città Murate, rappresentano solamente l'1% e il 4% degli arrivi e il 3% e il 2% delle presenze. Dati così bassi non sono dovuti a carenze di punti di interesse: tutti i

comuni compresi in queste aree rientrano fra le mete preferite dei padovani, chiaro segno che chi conosce il territorio, lo apprezza, ma solo per brevi escursioni. Questo da un lato è motivato dalla vicinanza alla propria residenza, ma anche dal fatto che manca lo stimolo al pernottamento. La maggior parte dei percorsi e delle attività proposti sono realizzabili in giornata.

Questa analisi conferma quella che era già una consapevolezza: a parte i primi due comprensori, gli altri sono mediamente sottosviluppati, relegati magari a mete di escursione giornaliera. I motivi di questo trend sono abbastanza semplici: i singoli centri urbani sono sufficientemente piccoli da poter essere visitati anche solo in qualche ora e sono velocemente raggiungibili con mezzi propri o col trasporto pubblico. A questo proposito, però, è necessario notare come sia il trasporto su ruote che quello su rotaie si limitino a collegare la periferia e il centro, pertanto raggiungere una zona periferica da un'altra può talvolta costituire un'operazione estremamente scomoda e lunga. Analizzando nel particolare la rete stradale, non sono le vie di comunicazione che mancano, ma le linee del trasporto pubblico: le principali partono dal centro seguendo le rotte del turismo termale e proseguendo poi verso i colli che, fortunatamente, si trovano nella stessa direzione. Ve ne sono poi delle altre che si diramano nella provincia, ma lo schema segue sempre il modello della tela di ragno: dal centro, Padova, le linee si aprono a raggera nel territorio circostante. Subordinare l'accessibilità interna di un territorio al possesso di un mezzo proprio è una tattica fallimentare sia nei confronti della popolazione residente che, soprattutto, nei confronti dei turisti. Questi, infatti, solo in alcuni casi utilizzano un mezzo di trasporto privato per recarsi in vacanza. Chiunque provenga da distanze elevate ed ancor più da paesi stranieri, oltre a non avere il proprio mezzo a disposizione ed essere quindi costretto, in mancanza di mezzi di trasporto pubblico, a doversi affidare al noleggio di un taxi o di un mezzo privato. Quest'ultima ipotesi, però, non è apprezzata da tutti: alcuni, infatti, possono non aver voglia di mettersi alla guida, non conoscendo le strade né le peculiarità della circolazione del luogo. Un primo passo per richiamare nuovi arrivi turistici sarebbe quindi sicuramente facilitato da una rete di trasporti più efficiente.

Certo è che investire sui collegamenti senza che ci sia una effettiva domanda da sostenere è un grosso rischio, è necessario trovare anche un modo per invogliare i turisti a vivere il territorio. Per fare questo è necessaria un'azione realizzata dagli enti coinvolti, ma

rispondendo a un coordinamento centrale, che studi nuovi modi per presentare al pubblico anche i distretti meno noti, altrimenti questo circolo vizioso è destinato a non essere mai spezzato.

Un sottosviluppo avvertito anche dalla popolazione locale

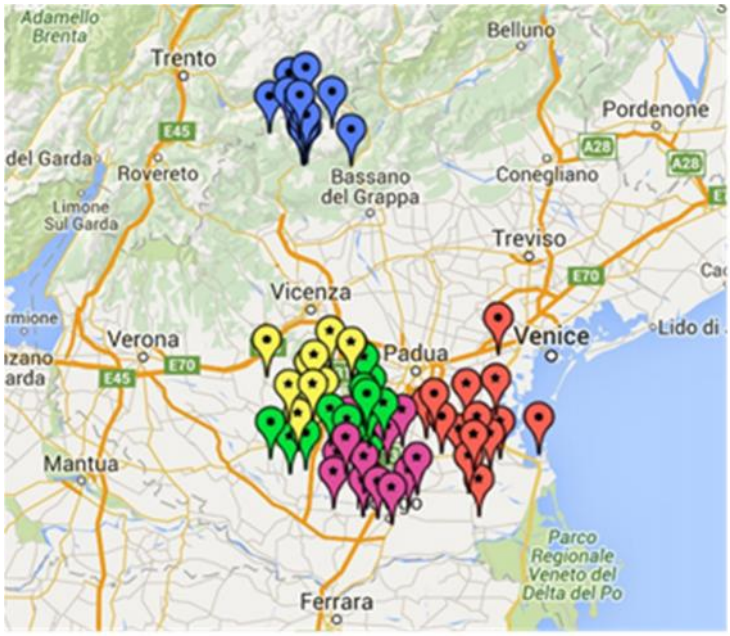
Un elemento fondamentale che fortunatamente non manca nel padovano è la consapevolezza di avere qualcosa da offrire e delle opportunità che i nuovi flussi turistici genererebbero sulla popolazione e sull'economia locali.

È stata proprio la consapevolezza delle opportunità non ancora messe a frutto che ha spinto 6 Gruppi di Azione Locale (GAL) del Veneto e uno finlandese a cercare un modo diverso di comunicare il proprio territorio, in particolare la forte connotazione culturale, ribadendo quanto questa sia presente non solo nei centri urbani ma anche nelle zone rurali. Nasce così il progetto Rural Emotion, del quale il turismo non è il fine ultimo, ma un mezzo. Così facendo hanno evitato il pericolo di interventi invasivi o slegati dal contesto, cercando invece di richiamare turisti curiosi di conoscere davvero il luogo e la cultura in cui si sono immersi.

REM (Rural Emotion) si configura come un progetto di cooperazione transnazionale. È stato infatti studiato e realizzato in collaborazione da 7 GAL: GAL Patavino, capofila del progetto, GAL Bassa Padovana, GAL Montagna Vicentina, GAL Terra Berica, GAL Pianura Veronese, GAL Antico Dogado e LAG Pohjois Satakunta (GAL Finlandese). Il fulcro dell'operazione è stata la creazione di un sistema totalmente nuovo di comunicare il territorio, e che fosse al tempo stesso in grado di adattarsi a tutte le realtà coinvolte. La scelta è ricaduta su due sistemi diversi capaci di suscitare interesse senza mai essere esplicitamente rivolti al richiamo turistico, piuttosto alla creazione di mete e percorsi culturali. Parlo di sistemi, in quanto entrambi sono composti da più elementi che uniti fra loro creano un percorso attraverso i territori e le culture dei GAL coinvolti. Il primo, è una serie a fumetti. Realizzata col contributo di professionisti della fumettistica, dell'illustrazione e dell'editoria per l'infanzia, la serie racconta le avventure di Almorò, un ragazzo normalissimo, attraverso i luoghi, la storia e le tradizioni dei territori dei GAL coinvolti, da cui il titolo esemplificativo della serie "*Nelle terre dei GAL".* Tutte le storie sono liberamente scaricabili da internet e

sono state realizzate per non risultare troppo difficili per bambini e ragazzi e allo stesso tempo adatte anche ad un pubblico più maturo.

Il secondo sistema si distingue dal primo perché perde la natura puramente informativa dell'opera, ma costituisce un invito ufficiale non scritto alla visita dei luoghi: il REM Geocaching. Sono state pianificate e realizzate dei percorsi attraverso l'uso di geocaches. L'adesione a questo gioco comporta una risonanza molto ampia, in quanto i caches sono inseriti nel sito ufficiale geocaching.com, che comporta il richiamo di geocachers sul territorio. L'impiego dei geocaches implica non solo una visita sul territorio, ma anche un contatto con quella che ne è la cultura, sia attraverso la collocazione stessa del cache, sia attraverso la sua descrizione, che diventa un pretesto per un breve racconto di ciò che lo circonda. Sono state create 5 serie individuate sulla mappa da colori diversi[8].



Legenda:

Serie 1

Serie 2

Serie 3

Serie 4

Serie 5

Immagine 2: serie R.EM, fonte galpatavino.it

I due sistemi, ovviamente, non sono stati lasciati a sé stessi. Una serie di operazioni è stata svolta per creare un ambiente confortevole ai visitatori che si desiderava richiamare. Innanzitutto sono stati attivati corsi per diffondere maggiore consapevolezza del territorio e della sua cultura agli operatori attivi in esso; i comuni di Arquà Petrarca, Monselice e

[8] Ripartizione adottata in occasione di un evento per meglio gestire il gioco.

Montagnana hanno creato dei punti di accoglienza, i mistery corner, nei quali è possibile reperire informazioni e materiali, inclusi i fumetti, che guidino alla scoperta del retroterra storico e culturale; sono stati realizzati dei pacchetti turistici ad hoc con la collaborazione del Consorzio di Promozione Turistica di Padova; è stata pianificata ed attuata la partecipazione a numerose fiere di settore, unita alla produzione di un video emozionale, capace di raccontare l'anima di queste terre esclusivamente attraverso delle fotografie.

Un intervento insomma ben congeniato, tanto che è stato premiato come terzo classificato nella sezione comunicazione innovativa del CAP COMMUNICATION AWARDS 2014 indetto dalla Comunità Europea.

Il Rural Emotion vanta sicuramente un'attenta pianificazione e la capacità di sfruttare l'interazione fra diversi attori e tecnologie, ma non è privo di difetti. I due più importanti riguardano la mancata integrazione delle Province o della Regione, vista la vastità del progetto, che forse avrebbe potuto implementare ulteriormente le possibilità di successo dell'iniziativa, per esempio prevedendo delle linee di trasporto pubblico più efficienti verso i territori coinvolti. Il secondo riguarda il percorso creato attraverso il geocaching. Personalmente ritengo che sia stata effettuata una scelta intelligente nell'uso di questo mezzo, ma che non ne siano state pienamente sfruttate le potenzialità. L'organicità del progetto è infatti percepibile soltanto attraverso i siti dei GAL partner. Nemmeno le descrizioni ufficiali, infatti, rendono apprezzabile la continuità del percorso, poiché l'unico accenno che viene fatto al progetto è la sigla R.EM. accanto al nome del cache, sistema non molto intuitivo e soprattutto assolutamente privo di informazioni specifiche. Queste, in realtà, mancano anche nei siti dei GAL: si percepisce l'esistenza di 5 serie di geocaches per il fatto che sulla mappa sono visibili 5 raggruppamenti di colore diverso, ma non esistono indicazioni di titoli o tematiche che ne giustifichino la ripartizione. Il modo migliore per rendere inequivocabile la componente di progettualità ed organizzazione di questi caches è, a mio parere, la composizione del GeoTour.

Il caso del progetto REM, con particolare riferimento alla parte relativa al geocaching è molto importante in quanto costituisce un esempio e un precedente dell'oggetto di questo elaborato.

Padova e il turismo culturale

Fra le principali attrattive di Padova rientrano sicuramente i musei, palazzi, chiese e monumenti di alto valore storico e artistico. Purtroppo, però, questo non sempre è percepito. Io sono padovana e fin da piccola ero innamorata dei monumenti principali e delle loro storie. Per me il centro storico è inscindibile dal Palazzo della Ragione, cerco la sua carena rovesciata in ogni scorcio dove penso potrebbe apparire. Le piazze sono ariose e accoglienti, i palazzi e gli edifici più antichi sono pieni di particolari curiosi. Eppure spesso sento dire da persone che come me ci vivono, che a Padova non c'è niente. Venezia, Verona, quelle sì sono belle città! È triste vedere come non ci accorgiamo di quello che abbiamo intorno. In modo diverso, ma è successo anche a me. A 23 anni, passeggiando per caso verso la Basilica del Santo notato un cartello che segnalava l'ingresso alla Loggia e Odeo Cornaro. Purtroppo stava chiudendo proprio in quel momento, non ho potuto fare altro che sbirciare attraverso la cancellata. Presente a Padova fin dal 1524, ideata dall'architetto Giovanni Maria Falconetto e donata al comune dalle volontà testamentarie della contessa Giulia Giusti nel 1968. Per tutti quegli anni non avevo mai saputo della sua esistenza. Questo cosa vuol dire? Indica forse che Padova non sa farsi conoscere? In realtà l'impegno nella comunicazione turistica è notevole: in centro sono presenti 3 uffici di informazioni turistiche in tre punti strategici: uno all'interno della stazione ferroviaria, immediatamente a disposizione di chi arrivi in città da questa porta di accesso, uno dietro al Caffè Pedrocchi, in prossimità delle principali piazze, e uno in piazza del Santo. Materiale informativo cartaceo è distribuito da questi uffici, in comune, nelle sedi museali e reperibile anche in qualche caffè i cui gestori siano particolarmente inclini all'arte. Esiste un sito internet interamente dedicato all'offerta turistica di Padova e provincia, altre notizie si trovano sul sito padovanet.it usato per comunicazioni di vario genere, amministrativo, economico, sociale, territoriale, per cui non si può assolutamente dire che le informazioni non siano disponibili, né che siano state pensate solo per i turisti e non per i cittadini. A questo proposito, in effetti, è bene prendere in considerazione un'analisi svolta dal Comune di Padova, l'Annuario statistico comunale che fra i numerosi aspetti trattati si è occupata anche di monitorare gli ingressi a musei e monumenti facenti parte del Sistema Museale di Padova. Questo comprende il complesso dei Musei civici agli Eremitani che ne

è a capo, la Cappella Scrovegni, il Museo Archeologico, il Museo di Arte Medioevale e Moderna con annesse le collezioni di Palazzo Zuckermann e il Museo Bottacin in esso collocato. A questi si aggiungano anche Palazzo della Ragione, Stabilimento Pedrocchi - Museo del Risorgimento e dell'Età Contemporanea, Loggia e Odeo Cornaro, Oratorio di San Rocco, Oratorio di San Michele, ed infine, la Casa del Petrarca in Arquà. Gli elementi presi in esame sono una minima parte rispetto all'intero patrimonio artistico della città, ma sono quelli posti sotto una forma di controllo centralizzato e per questo maggiormente rappresentativi delle scelte dell'amministrazione. Da un punto di vista prettamente contenutistico, invece, garantiscono un'apertura considerevole a diversi ambiti del turismo culturale per le diverse epoche di cui sono testimonianza ed espressione. Non sono invece state incluse le chiese, il Battistero del Duomo e altri centri di interesse annessi alla Chiesa. Non sono inoltre presenti in analisi nemmeno i musei e le sedi universitarie.

Tornando al documento prodotto dal Comune, l'analisi riportata mostra il numero dei visitatori dei musei sopra citati nel triennio 2012 – 2014. La tabella di seguito riportata è direttamente tratta dal documento riassuntivo "*Padova in Numeri 2014*"

Visitatori del sistema museale del comune di Padova			
Sede	**2012**	**2013**	**2014**
Palazzo della Ragione	99399	121422	101479
Casa del Petrarca	35498	32853	40214
Oratorio di S.Rocco	7178	10060	14125
Pedrocchi (piano nobile) - museo del risorgimento	7006	7578	9981
Galleria Civica Cavour	11450	14636	17122
M.Eremitani, Cappella Scrovegni e Pal. Zuckermann	241002	247752	263567
Odeo Cornaro	4599	4801	4196
Oratorio San Michele	1605	1659	1680
Totale	**407737**	**440761**	**452364**

Tabella 1: fonte dossier Padova in Numeri 2014

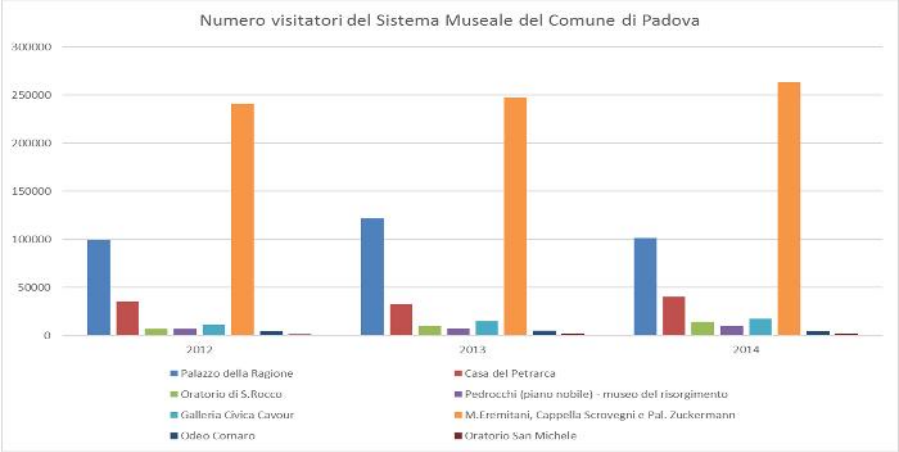


Grafico 4: elaborazione personale su base di dati del Comune

Questi dati rivelano due particolari realtà che è importante considerare.

La trasposizione grafica dei dati rende immediatamente percepibile lo squilibrio fra il complesso dei Musei Civici Eremitani, Cappella Scrovegni, Palazzo Zuckermann e gli altri elementi in analisi. In pratica si concretizza l'impressione che qualcosa nella comunicazione non funzioni a dovere. Solo il Palazzo della Ragione e la casa del Petrarca si innalzano dal livello degli altri. Per quanto riguarda il Palazzo della Ragione, però, la questione è la medesima: così come la Cappella Scrovegni, è un emblema della città ed è quindi molto più difficile che chi la visita non ne venga a conoscenza e non sia curioso di entrare. Vista la natura di spazio non solo monumentale ma anche espositivo del Palazzo della Ragione, sarebbe inoltre molto interessante sapere se i numeri forniti nella tabella sopra riportata si riferiscono anche a periodi in cui sono in atto delle mostre, come quella dedicata a Renzo Piano dal 15 marzo al 15 luglio 2014, o quella sulla civiltà Venetica preromana, Venetkens, dal 6 aprile al 17 novembre 2013, solo per citarne alcune, oppure eventi come ad esempio la World Tourism Expo che si è qui svolta nelle sue edizioni del 2014 e 2015. Purtroppo però questa specifica non è riportata nel dossier.

Il secondo dato rilevante emerge con chiarezza mettendo in correlazione il totale delle visite al Sistema museale di Padova con il totale delle presenze turistiche in città nello stesso periodo.

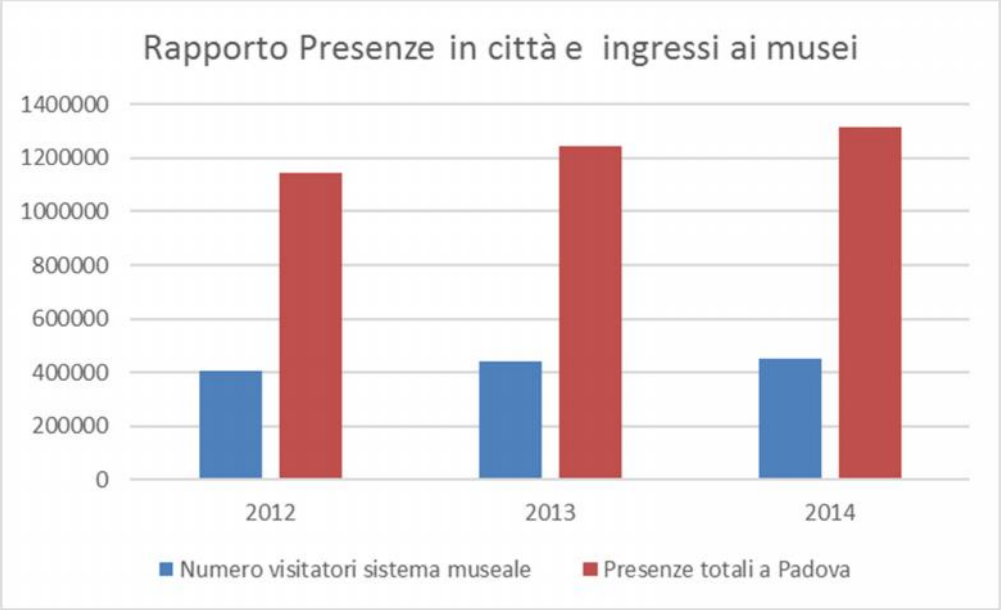


Grafico 4: elaborazione personale su base di dati del Comune

La discrepanza fra le due serie di dati è lampante. Meno della metà dei turisti presenti in città visita i musei del Sistema museale padovano. In realtà, la situazione è ben peggiore: i

dati riportati sull'Annuario statistico rappresentano gli ingressi ai musei senza distinguere fra turisti e residenti, pertanto è lecito supporre che la differenza sia ancora più marcata. A questo punto la domanda sorge spontanea: possibile che si ignori così il patrimonio museale e culturale cittadino? Padova è piena di tesori nascosti, e le coordinate per individuarli esistono. Anzi, no. Non proprio. Esiste un buon corpus di indizi costituito dal materiale informativo reperibile fisicamente negli uffici ed eventi preposti e online, ma le coordinate vere e proprie, la segnaletica stradale, è piuttosto scadente. Le indicazioni sono poche e limitate ai punti principali: il Museo Eremitani, il Palazzo della Ragione, il Duomo e il Santo. Non è infrequente vedere turisti dispersi che si rivolgono ai commercianti sperando di ottenere le giuste informazioni. È vero che negli ultimi anni sono stati implementati cartelli informativi in loco corredati in alcuni casi da QR code che dà accesso a una guida online alla città, ma questo non basta, giacché per poter leggere le informazioni sul posto è essenziale poterci arrivare. Nel corso degli ultimi mesi sono stati aggiunti alcuni cartelli direzionali. Non molti in realtà, ma spero che siano i primi passi verso una segnaletica più completa.

Uno strumento che potrebbe affiancarsi efficacemente alla segnaletica fisica è ancora una volta il geocaching. Applicato nel particolare al sistema museale cittadino però potrebbe svolgere una doppia funzione: innanzitutto quella di segnalazione: il geocache mi indica che esiste un Oratorio di San Michele, piuttosto che una Loggia e Odeo Cornaro e nella sua descrizione mi fornisce anche qualche informazione sul luogo. Mi guida fino a lì, mi porta davanti l'entrata del museo o del monumento proponendomene la visita. La seconda, invece, potrebbe essere la vera chiave di un incremento nelle visite. Invece che il cache fisico, la classica scatolina, questo percorso dovrebbe essere composto da caches virtuali, ossia, una volta arrivati a destinazione si potrà eseguire il log on line solo rispondendo ad una domanda specifica (o ad una serie di piccole domande) sul luogo in cui ci si trova. Per evitare di generare un senso di costrizione l'ideale sarebbe che per ogni tappa le domande fossero due: una a cui è possibile rispondere osservando l'ambiente circostante, e sarà quella che consentirà concretamente il log, e l'altra che sarà incentrata su informazioni o particolari reperibili durante la visita. Per dare un maggior senso alla serie della domanda di approfondimento, il completamento di questa garantirà un premio, che potrebbe essere un gadget del sistema museale, magari realizzato in collaborazione con la Groundspeak Inc,

in modo da accontentare sia coloro che si avvicinano per la prima volta al geocaching, sia gli appassionati che potrebbero apprezzare il valore collezionistico dell'oggetto. La domanda che chiameremo implementativa, potrebbe anche configurarsi non come singolo quesito ma come un mini percorso interno al museo o al monumento, chiedendo di risolvere piccoli indovinelli creando così una mini guida interattiva al museo. Certo è, che un progetto del genere è abbastanza complesso dal punto di vista della pianificazione: è necessario agire uniformemente sulle varie tappe per evitare che i fruitori si sentano spaesati da troppe incongruenze. Il meccanismo dev'essere semplice ma accattivante al tempo stesso, trasformando la visita in un'avventura. Questo richiede uno studio approfondito di ogni singolo museo e monumento per trarre da ognuno i giusti spunti e le giuste sfide. Si creerebbe in questo modo una guida multimediale dell'intero sistema museale cittadino capace non solo di richiamare nuovi turisti, ma anche di innovare profondamente le esperienze di visita.

CAPITOLO 3 - I GEOTOURS

Destinazione turistica. Elementi essenziali per il successo.

I dati fin qui analizzati dimostrano come, nonostante il successo della città di Padova in termini di arrivi e presenze di turisti, si possa in realtà parlare di sottosviluppo del turismo per quest'area geografica. I maggiori problemi riscontrati sono sostanzialmente due:

1. A parte poche eccezioni rappresentate da località termali, i flussi turistici tendono a concentrarsi nel capoluogo lasciando sfornita la provincia.
2. Gli accessi ai musei sono estremamente bassi se comparati con il numero delle presenze di turisti in città.

È mia opinione che entrambe le situazioni siano risolvibili attraverso il loro inserimento in un piano di marketing territoriale che si concentri sulla destinazione turistica Provincia di Padova. Quello a cui mi riferisco è un progetto che si sviluppi sul territorio della provincia coinvolgendo i vari comuni nella sua realizzazione. L'obiettivo è quello di superare l'idea dei territori limitrofi come accessori all'offerta vera e propria fornita dall'area del comune di Padova, creando invece l'immagine di una destinazione turistica unitaria pur nella pronunciata varietà della sua proposta.

Questo concetto vale anche per il sistema museale cittadino: al di là della scarsa affluenza dei turisti, infatti, si nota anche un forte squilibrio delle visite a favore del complesso Musei Eremitani – Palazzo Zuckermann – Cappella Scrovegni e del Palazzo della Ragione, mentre gli altri musei e monumenti possono contare solo su poche presenze. Una spinta all'unitarietà, o meglio, una maggior e miglior comunicazione di questo aspetto già esistente (si parla appunto di sistema museale), potrebbe aumentare le visite e distribuirle in maniera più uniforme fra i vari soggetti che ne fanno parte.

Come si spingono i turisti allargare i propri orizzonti? In che modo dare visibilità a zone che esulano dagli itinerari classici?

Il primo passo da fare è sicuramente quello di creare un'immagine unitaria di Destinazione Turistica. Al momento prevale l'immagine della Padova sacra: la città, o meglio, il suo centro, è famoso innanzitutto per il turismo religioso grazie alla Basilica di Sant'Antonio che

richiama ogni anno milioni di fedeli; e in seguito per il turismo artistico, confinato però per lo più alla Cappella degli Scrovegni e al Palazzo della Ragione. Al di fuori di questo orizzonte, l'unica altra immagine dotata di forte riconoscibilità in campo turistico coinvolge la zona di Abano e Montegrotto Terme. In questo caso, però, è interessante notare come l'attrattività di questa destinazione è percepita con forte intensità principalmente da tedeschi e austriaci. In proporzione, infatti, i turisti austriaci costituiscono il 17,74% degli arrivi di turisti stranieri nel comune di Abano Terme e il 24,65% su quelli di Montegrotto Terme. I turisti tedeschi, invece, rappresentano il 25,40% degli arrivi di turisti stranieri ad Abano Terme e il 35,00% nel comune di Montegrotto Terme[9].

In sintesi, manca nell'immaginario dei turisti la visione del territorio limitrofo al comune di Padova come effettiva destinazione turistica. Considerando invece la ricchezza paesaggistica, enogastronomica, culturale, storica ed artistica che caratterizza questo territorio, è uno spreco che non ne vengano messe a frutto le potenzialità.

Quello che serve è un sistema che permetta:

1. di creare concretamente un'offerta turistica diffusa sul territorio
2. di comunicare efficacemente questa realtà
3. di incentivare i turisti a fruirne.

L'ideale sarebbe riuscire a sviluppare un progetto che si snodi sul territorio portando i turisti a scoprirne le eccellenze e che li invogli a partecipare e, possibilmente, a tornare. Un altro effetto su cui bisogna puntare è il feedback del turista, o meglio il suo commento online. Ormai, infatti, tralasciare questo aspetto vuol dire rinunciare al controllo della propria immagine e ad una ingente fonte di pubblicità. Oggigiorno, la scelta non solo della destinazione, ma anche dei servizi di cui ci si avvarrà una volta lì, è fortemente influenzata da internet. Si pensi per esempio al sito internet Tripadvisor, che consente a gestori di attività quali alberghi, ristoranti, locali, musei, monumenti e molto altro, di farsi conoscere e ai loro clienti di votare secondo degli standard la loro esperienza e di raccontarla attraverso delle brevi recensioni. Tutto questo avviene non solo su Tripadvisor, ma anche su altri siti, a partire dal generico Facebook fino a quelli specializzati come booking.com. Il sistema dei social network è un'arma a doppio taglio: tutti possono esprimere la loro

[9] Dati relativi al 2014 forniti dal Sistema Statistico della Regione Veneto

opinione, anche nascondendosi dietro a degli pseudonimi, il che può portare a un minor autocontrollo nelle proprie espressioni e, soprattutto, non è necessario che sia il gestore dell'attività ad aprire una pagina, gli utenti possono scegliere di crearne una autonomamente al fine di esprimere i loro pensieri al riguardo.

A questo punto la programmazione del nostro progetto si complica: non solo deve essere in grado di creare movimento di flussi turistici attirandoli e distribuendoli all'interno della destinazione, deve anche essere presente su internet e garantire la possibilità di interazione tra soggetti ospitanti e turisti. Utilizzando i classici strumenti presenti sul mercato del turismo questo lavoro si fa sempre più complesso ed articolato. Si prenda in considerazione, per esempio, la creazione di pacchetti turistici. Questi presentano due grandi problematiche: innanzitutto, sono molto comuni, cambiano i contenuti ma il pacchetto turistico è ormai una categoria ben riconosciuta da tutti, ampiamente sfruttata e, soprattutto, che agisce su un mercato già carico. Fra i tantissimi pacchetti esistenti, perché il turista dovrebbe essere attratto proprio dal mio? Come faccio a comunicarlo e a distinguerlo da tutti gli altri? Come lo commercializzo? Il secondo problema riguarda il target di clientela individuato. Il pacchetto turistico, infatti, presuppone un certo grado di organizzazione dell'esperienza di vacanza, lasciando l'elemento avventura confinato in determinate attività eventualmente previste. Che sia per il gusto dell'avventura, della libertà, o anche solo per la convinzione di poter soddisfare meglio i propri bisogni in termini di qualità e prezzo del servizio organizzandosi autonomamente, ci sono persone che difficilmente si lasciano tentare dal pacchetto tutto-compreso. Questa categoria tende quindi a muoversi più autonomamente, diventando più difficile da gestire: la possibilità di trovare tutte le informazioni online rende superfluo rivolgersi a specialisti del settore, il che però a volte, si traduce in uno scarso approfondimento di tutte le possibilità esistenti. Internet, infatti, è un mare magnum di informazioni, ma tende a seguire le mode: ciò che più spesso viene nominato o cercato diventa più importante di ciò che non lo è, tanto che, paradossalmente, è molto più facile ed immediato reperire dei risultati su cose che già sono conosciute, piuttosto che su quelle meno note.

A mio parere esiste un sistema capace di far fronte a queste problematiche presentandosi come prodotto innovativo, coinvolgente, dotato di per sé di un ampio bacino d'utenza e, per sua natura, adatto sia a chi predilige spostarsi seguendo itinerari e percorsi

appositamente studiati, sia a chi ama sentirsi completamente libero. Questo sistema si basa proprio sul Geocaching. Da quanto esposto nei capitoli precedenti è palese come un'attività ludica incentrata sull'esplorazione del territorio sia perfetta come nuovo mezzo per attirare e gestire i turisti in una destinazione. I vantaggi presentati dal ricorso a questa attività, però, non si fermano qui: prendiamo in considerazione le criticità sopra accennate che deve affrontare un buon piano di destination managment: diffusione, comunicazione e capacità attrattiva. In quanto a diffusione, il Geocaching è un gioco su scala mondiale, che permette di creare dei percorsi estremamente flessibili in termini di capacità di adattamento alle peculiarità del territorio, ma al tempo stesso adatte a mantenere un'immagine di unitarietà. Un'accurata pianificazione unita alla componente ludica rende più facile per il turista spostarsi dai percorsi più noti: se il cache è stato collocato lì, ci sarà qualcosa di bello da vedere, ma soprattutto, chi si fosse posto l'obiettivo di completare il percorso sarebbe disposto a recarsi in zona a prescindere, pur di portare a termine il suo intento: vivere un'avventura e collezionare tutte le tappe del tour. La comunicazione del prodotto è fortemente incentivata dalla centralizzazione dell'attività: tutti i geocaches infatti, sono registrati sul sito ufficiale del gioco e visibili immediatamente da tutti gli utenti registrati, il che di per sé costituisce una diffusione molto ampia. Da notare che il sito è ovviamente gestito da professionisti non solo informatici, ma anche del Geocaching, il che garantisce l'utilizzo delle migliori tecniche al riguardo. Stiamo parlando di geocaching.com che presenta al suo interno delle pagine appositamente dedicate ai GeoTours: sito internet, materiali informativi, profili social… una buona soluzione è fornita automaticamente anche alla spinosa questione delle recensioni online: i geocachers costituiscono una comunità e per questo si avvalgono non solo di blog ufficiali, ma anche di un sistema fornito dal sito e dall'app ufficiale per commentare e raccontare la propria esperienza, anche attraverso la pubblicazione di foto, direttamente sulla pagina dedicata al singolo cache affrontato. Al di là di questo, ovviamente, il progetto andrà comunicato anche attraverso i canali propri della destinazione. Riassumendo, trattandosi di un'attività sviluppatasi in internet e sostenuta da un'organizzazione centralizzata, si presenta già con tutti gli strumenti necessari per ottimizzare la propria presenza sul web. Tutto questo si concretizza in una concreta azione di creazione e mantenimento di rapporto col cliente: in fase preliminare, infatti, i siti internet permettono all'utente di conoscere il tour e la destinazione che

interessa, durante l'esperienza, unitamente all'applicazione per smartphones e tablet costituiscono un supporto, una guida e, in ultimo, una volta terminato il viaggio possono costituire una specie di diario di viaggio dove sono registrate tutte le conquiste del turista e uno spazio per la condivisione sia con gli amici sia con sconosciuti che condividono la passione per il gioco o per il territorio visitato. Per finire, questi percorsi possono essere appetibili sia per coloro i quali non hanno voglia di studiare un piano per le loro vacanze, sia per chi invece preferisce spostarsi in autonomia e senza ricorrere ai canali ufficiali. Un itinerario realizzato attraverso il Geocaching, infatti, permette di guidare i fruitori con discrezione, lasciando loro la libertà di decidere come gestirsi le tappe nei modi e nei tempi per loro più consoni. Come già accennato prima, l'elemento ludico stimola la partecipazione del turista, il suo senso dell'avventura e anche di competitività: il fatto che i geocaches non siano un insieme dai contorni sfumati, ma un vero e proprio percorso contribuisce alla volontà di portarlo a termine, il che si può tradurre o in una permanenza più lunga sul territorio, o in un ritorno al fine di completare ciò che si era iniziato. Per finire, c'è un altro elemento a favore dell'impiego di questo gioco nel turismo: il fattore di novità. Diversamente dall'ormai noto pacchetto turistico, infatti, il Geocaching è un elemento innovativo, potenzialmente adatto ad incuriosire e sorprendere i turisti che si avvicinino ad una località.

Perché proprio un GeoTour?

Volendo analizzare più da vicino perché il Geocaching è in grado di garantire un congruo bacino d'utenza, è utile conoscere alcune statistiche. Si ricordi innanzitutto che vista la natura spontanea e tecnologica di questo gioco, i numeri possono subire rapide variazioni. Le statistiche ufficiali, comunque, testimoniano che l'impiego del Geocaching permette di rivolgersi ad un numero molto vasto di potenziali utenti. I geocachers registrati sul sito, infatti, sono al momento più di 15 milioni, alcuni dei quali decisamente entusiasti del gioco: 6 geocachers in particolare hanno all'attivo più di 50 mila ritrovamenti ciascuno. Un alto numero di utenti, unito alla febbre di collezionismo e di avventura che coglie alcuni di loro, fa intravedere delle capacità di attrazione molto elevate. Il sito ufficiale del geocaching quindi, dove tutti i cahces e molti geocachers sono registrati, diventa una immensa cassa di risonanza. Il difetto di questo sistema, o, per meglio dire, ciò che lo rende un'arma a

doppio taglio, è il fatto che è difficile far notare il proprio cache in mezzo ai 2 milioni di geocaches presenti in 184 su 193 paesi nel mondo. Il fenomeno è in costante aumento, come dimostrato dai dati relativi al numero di ritrovamenti annuali nel mondo:

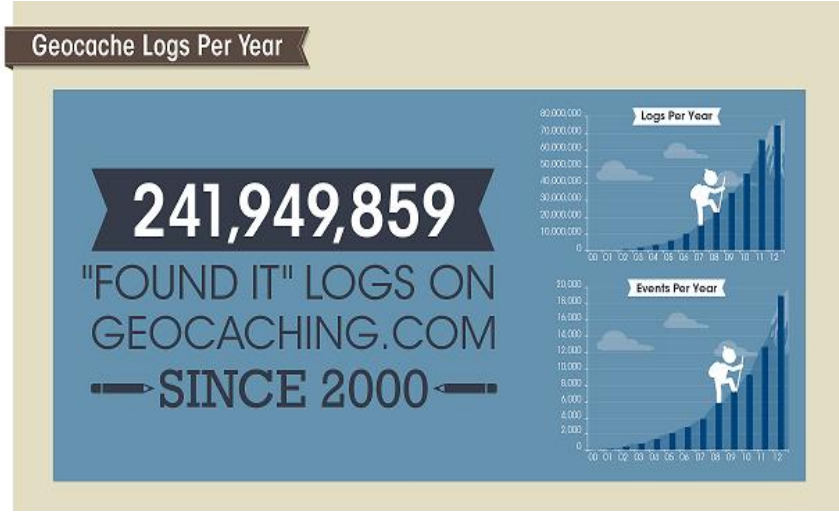


Immagine1, Ritrovamenti per anno, fonte geocaching infographic

i grafici riportati nell'immagine indicano il progressivo aumento dei log per anno (istogramma superiore) e degli eventi organizzati ogni anno (istogramma inferiore). Gli eventi, di cui non abbiamo ancora parlato, sono degli incontri che possono essere organizzati dai geocachers per conoscersi, andare a caccia assieme, pubblicizzare nuovi caches, o anche passare un bel pomeriggio davanti a una ricca tavola dopo la caccia. Un evento, se ben organizzato e pubblicizzato, è un bel sistema per richiamare molte persone in un determinato luogo, ma ha il carattere dell'eccezionalità. Di solito dura uno o due giorni, dopo di che tutto torna alla normalità. Serve invece qualcosa che presenti i caratteri di peculiarità e permanenza nel tempo, che costituisca un progetto a lunga scadenza. Il GeoTour è una ulteriore modalità offerta da geocaching.com ai suoi utenti per promuovere e diffondere la conoscenza del loro territorio. Il concetto in sé è di nuovo molto semplice: enti o aziende che abbiano intenzione di richiamare visitatori in una data area possono scegliere di non affidarsi a semplici caches sparsi sul territorio, ma di creare un progetto più omogeneo. Nel concreto si tratta di un insieme di geocaches (da 5 a 150) distribuiti sul territorio, e collegati fra loro da un tema comune, una progettualità, che può manifestarsi a livello di titoli dei singoli caches, di indizi ed attività concatenate fra loro (il GeoTour dello Smithsonian per esempio si caratterizza per l'attenzione alla scienza e all'ambiente, quello della Sicilia per l'appartenenza alla propria terra e cultura). I diversi caches vengono

distribuiti sul territorio seguendo un percorso definito dal promotore del progetto. Le varie tappe saranno ovviamente situate in punti ritenuti significativi per la zona in cui ci si trova, che sia per la presenza di edifici o monumenti che abbiano un valore storico e/o artistico, o per la possibilità di godere di particolari panorami e fenomeni naturali. Tutto questo viene inserito sul sito geocaching.com nell'apposita pagina dedicata ai GeoTour, garantendo quindi la percezione di un prodotto unitario e al tempo stesso collocandolo in una vetrina privilegiata rispetto a tutti gli altri caches. L'utente che decide di affrontarlo si reca sulla pagina dei GeoTours esistenti, seleziona quello di suo interesse e lo scarica. In questo modo visualizza sullo smartphone la serie completa dei caches che compongono il tour. In aggiunta a questo, di solito dal sito del promotore dell'iniziativa si può anche scaricare il Passaporto, un documento da stampare e compilare man mano che si procede nel viaggio con dettagli dei vari caches ed altre informazioni eventualmente richieste. Una volta ultimato, il passaporto funzionerà come una specie di diario di viaggio per chi l'ha compilato, e avendolo scannerizzato e inviato via mail all'ufficio designato dal promotore costituirà una testimonianza del tasso di completamento del percorso e consentirà, se previsto, di ottenere dei premi. In particolare la prospettiva di una ricompensa funziona come stimolo a non lasciare interrotto il percorso. In alcuni casi si tratta di geocoins o trackables, fino ad arrivare a cene in ristoranti caratteristici o pernottamenti in hotel.

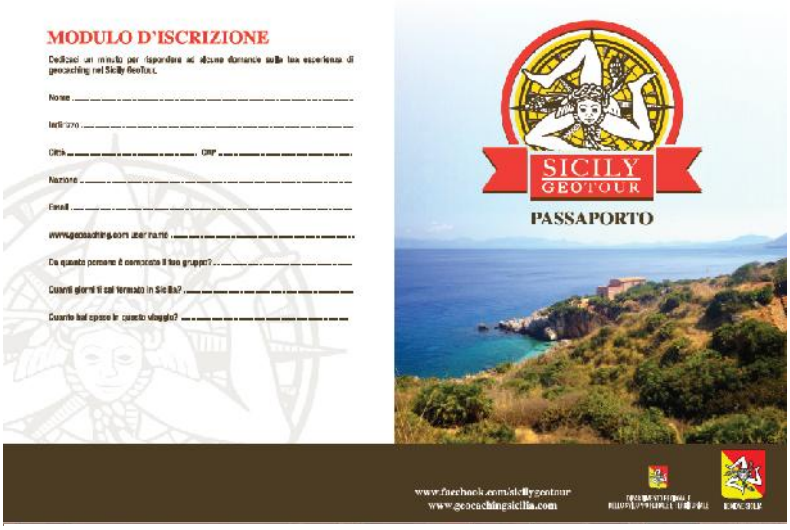


Immagine 2: Copertina passaporto del Sicily GeoTour, fonte www.geocachingsicilia.com

La scelta di premiare chi completa il percorso gioca un ruolo importante sulla strategia che è alla base della creazione del GeoTour: spingere i partecipanti a completare il percorso. Il completamento è infatti un elemento molto importante, che permette di distribuire i turisti sul territorio e di incentivarli a programmare la propria permanenza al fine di ultimare il

tour o, perché no, a ritornare per finirlo in più volte. Se per alcuni infatti è sufficiente lo stimolo insito in una serie di elementi e nella sfida che collezionarli tutti rappresenta, altri hanno bisogno di un incentivo in più, costituito appunto dal premio. Il fatto che il percorso sia composto da vari elementi non è finalizzato solo a coinvolgere un'area più vasta di quanto possa fare qualche cache isolato, ma anche a promuovere la permanenza sul territorio oltre la singola giornata, stimolando così la creazione di un indotto superiore a quello che si avrebbe da flussi di escursionisti. In poche parole, uno dei criteri da tenere a mente nella creazione di un percorso è il tempo necessario per il suo completamento. In alcuni casi si parla di due o tre giorni, fino ad arrivare alla settimana, creando nel turista che altrimenti magari non avrebbe dedicato più di una giornata alla zona, il bisogno di pernottare in strutture ricettive e di vivere sul territorio. Proprio in questo risiede uno dei maggiori vantaggi che l'adottare un GeoTour comporta per una destinazione turistica: la possibilità di influenzare i turisti sia dal punto di vista dei loro spostamenti sul territorio, sia da quello della durata della loro permanenza, in altre parole, questo strumento potrebbe essere la giusta chiave per incentivare il passaggio da un turismo da escursionismo ad uno stanziato sul territorio. Questo, per la destinazione, si traduce in un significativo incremento dell'indotto generato sul territorio e sulla comunità locale.

Il GeoTour è un mezzo di promozione di una destinazione molto semplice in sé, ma per essere davvero efficace non può escludere un attento lavoro di programmazione. Anche i migliori strumenti, infatti, se usati con imperizia e pressapochismo diventano inefficaci. Conscia del fatto che il geocaching non è noto a tutti, che una buona campagna di promozione su internet necessita di personale specializzato e che il sito geocaching.com, e i suoi blog sono fra le più importanti vetrine per questi progetti, Groundspeak fornisce a chi sia interessato ad avvalersi dei GeoTour, assistenza nelle fasi preparatorie e nella promozione del lancio sui siti specializzati. Il loro intervento si concentra in particolar modo sul garantire un forte appeal del nuovo progetto sulla community di geocachers. Il Geocaching, infatti, è un'attività che segue delle regole e degli schemi precisi, e che è inscindibile dalla sua comunità. Per questo è essenziale il contributo di qualcuno che sia ben inserito in questo ambiente: cambi troppo radicali nel sistema potrebbero far perdere interesse ai geocachers, andando così ad allontanare il vasto bacino di utenti a cui si puntava. Grounspeak con il suo contributo garantisce che il tour rientri nei canoni e nello

stile del geocaching e che la community sia bene informata della novità e sia invogliata a visitarla.

Perché un ente territoriale dovrebbe decidere proprio di realizzare un GeoTour e non, per esempio, un'attività similare, magari una caccia al tesoro digitale perché si avvale del supporto delle applicazioni per cellulari e tablet per funzionare, ma più classica perché esula dalle coordinate GPS concentrandosi invece sul classico sistema ad indizi e indovinelli? Certo, potrebbe essere molto soddisfacente creare una modalità di visita unica al mondo, ma almeno all'inizio sarebbe molto difficile farla conoscere. Il GeoTour, invece, presenta tre solidi punti di forza:

1. la Comunità
2. il Contenuto
3. il Brand

Abbiamo già accennato alle dimensioni della comunità di geocachers: nel mondo ci sono almeno 15 milioni di giocatori. Da una ricerca statistica[10] risulta che il geocacher medio è maschio, di 38 anni e sposato. Il 50% dei membri della comunità è propenso a viaggiare per cercare nuovi caches, partecipare a eventi e, ovviamente, completare i GeoTours. Il fatto che il giocatore tipo sia sposato e il tasso di propensione al viaggio, fa presupporre che il nucleo che effettivamente si sposta sia quello familiare, elemento non trascurabile nel calcolo dei possibili ricavi. Dati pervenuti dal sito alexa.com sulle misurazioni delle visite alla pagina web geocaching.com sembrerebbero confermare questa teoria. Si noti infatti la discrepanza fra il giocatore medio e le generalità dei visitatori del sito:

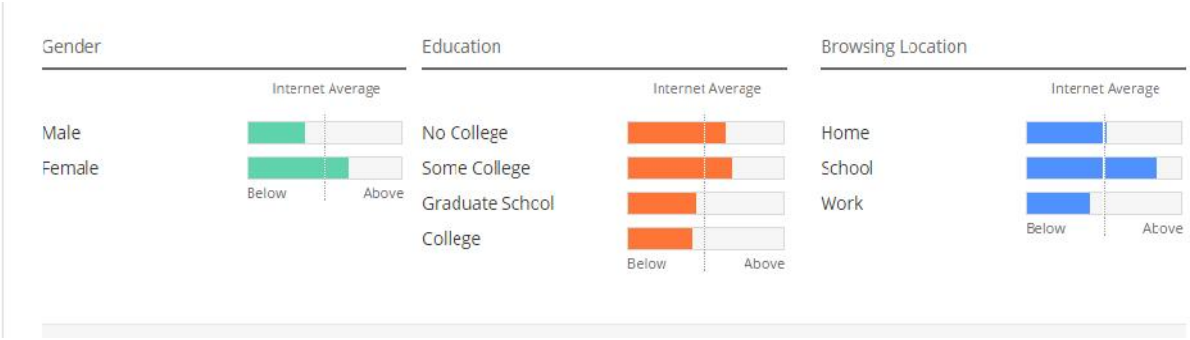


Immagine 3: paragone con la popolazione di internet, fonte Alexa.com

[10] Dati forniti dall'ufficio Travel and Tourism dello staff di geocaching.com

I grafici elaborati da alexa.com intendono comparare l'utente del sito geocaching.com con gli utenti medi di internet in generale. Questo dato passa in secondo piano rispetto alla nostra ricerca, ma ci aiuta a notare dei particolari che spingono a considerare che con buone probabilità il geocacher non viaggia da solo. Secondo il profilo medio, infatti, il giocatore tipo è un uomo sui 38 anni. I dati raccolti da alexa, però indicano come, se comparate con la media di internet, le visite da parte di donne sono di gran lunga al di sopra della soglia, così come quelle fisicamente provenienti dalle scuole. Donne e giovani sono quindi dei gruppi fortemente interessati al fenomeno. Probabilmente, trattandosi di un'attività che implica spostamenti anche considerevoli, si preferisce creare un account di gruppo, dove chi compare come effettivo utente è il capofamiglia. Per descrivere nello specifico la situazione italiana, invece, faccio riferimento ad una ricerca appena conclusasi eseguita in collaborazione con il team di geocaching-italia.com. Dai dati così raccolti emerge che il geocacher medio è maschio, nella fascia d'età che va tra i 21 e i 30 anni, lavoratore. Più giovane quindi rispetto alla media della comunità globale. La maggior parte di loro pratica il Geocaching da solo o con amici, altra differenza sostanziale rispetto alla situazione mondiale che vede la tendenza di giocare insieme alla famiglia, gruppo più stabile e misurabile. Il giocatore italiano, invece, è generalmente più legato al gruppo di amici: è sempre all'interno di esso che si sparge la voce del gioco, tanto che il 55, 8% degli intervistati segnala che è stato introdotto al Geocaching da amici. Nel nostro paese il GeoTour è ancora poco praticato, solo il 2,6% dei rispondenti ha dichiarato di averne percorso uno, il 75% di loro non l'ha fatto e il 22,32% non lo conosce affatto. Chi lo conosce, ne ha sentito parlare o ha trovato informazioni al riguardo sul sito ufficiale, mentre materiale informativo e siti delle destinazioni turistiche non hanno particolarmente contribuito alla diffusione di questa modalità di visita. Per quanto riguarda la propensione al viaggio, i rispondenti nel 37,5% dei casi hanno dichiarato che sceglono le proprie destinazioni anche in base alla presenza in esse di geocaches. Il 36,61% invece preferisce approfittare dei propri viaggi per cercare nuovi caches. Il 24,11% afferma di essere disponibile a viaggiare per Geocaching solo se si tratta di escursioni giornaliere. Infine, l'1,79% preferisce rimanere nella sua zona. Da ciò evince che la propensione a coniugare la pratica del Geocaching con un'esperienza di viaggio è ben vista dagli italiani. Per il resto, il giocatore tipo nel nostro paese poco si discosta dalla figura fotografata nel mondo. A tal

proposito però è utile segnalare come le risposte al questionario proposto alla community siano state poche, (112 su un campione superiore a 600 unità) troppo poche per fornire dei dati attendibili[11]: da questo punto di vista un altro dato che emerge è il coinvolgimento nella community, forse ancora non molto sviluppato nel nostro paese, tanto da non rispondere ad iniziative di questo genere volte alla conoscenza della community stessa, delle sue tendenze, attitudini e preferenze. Già nel 2013, ben 10 regioni italiane non avevano prodotto alcuna risposta. Di queste, 6 mantengono il silenzio ancora oggi, mentre altre 4 hanno fornito una o due risposte a testa. Non è inoltre da escludere che, essendo stata l'inchiesta pubblicizzata e diffusa solo attraverso i social network e il sito che si è fatto carico dell'analisi, i dati siano influenzati dal fatto che in questo modo sono stati raggiunti solo gli utilizzatori di tali strumenti. Il fatto che il GeoTour quasi non sia praticato dagli italiani non deve spaventare: il problema non è certo il disinteresse, quanto piuttosto, la carenza dell'offerta. Una destinazione che decidesse di farsi conoscere attraverso questo mezzo si distinguerebbe dunque dalle altre per la proposta di un prodotto innovativo e con una bassa concorrenza.

A livello di contenuti la forza risiede nel racconto della propria avventura. La pagina web del profilo utente testimonia tutti i ritrovamenti del geocacher. A questo si aggiunge l'attività di narrazione in forma scritta o per immagini della propria esperienza. Il piacere della condivisione (e, perché no, l'orgoglio dell'ostentazione) spingono a cercare nuove avventure, più si accumula esperienza più si ha da raccontare, senza dimenticare ovviamente il piacere stesso del gioco, della ricerca e della scoperta di nuovi orizzonti.

Per finire, non bisogna sottovalutare la forza del brand. È vero che il geocaching è nato in po' per caso, un po' per gioco, ma ha presto assunto una forma organizzata: è nata una società che lo gestisce, che lo commercializza e che ha creato anche un mercato parallelo di gadget ed attrezzi. Ricordiamo infatti come proprio i primi proventi dell'attività siano derivati dalla vendita di magliette con la stampa del logo. Al di là della commercializzazione, il brand Geocaching ha saputo suscitare un forte attaccamento nei suoi confronti. Se un cache non appartiene al sistema di Geocaching, anche se si avvale della stessa identica tecnologia, non svilupperà altrettanto interesse e con buone probabilità, non raggiungerà

[11] Indagine eseguita in collaborazione col team geocaching-italy, per grafici specifici consultare le appendici

nemmeno la stessa visibilità. Non è solo la tecnologia a rendere questo gioco quello che è; è il sistema che è stato costruito intorno: l'efficienza del sito, la comodità dell'interfaccia, la scelta di aprirsi al mercato delle applicazioni per dispositivi mobile, la creazione di oggetti appositamente pensati per praticare il Geocaching, dai contenitori, ai logbook ufficiali, gadget, fino alle rocce finte per mimetizzare completamente il cache nell'ambiente. Senza tutto questo, probabilmente, il geocaching sarebbe ancora esclusiva dei pochi esperti di GPS appassionati di trekking.

GeoTours nel mondo

Attualmente i GeoTours attivi sono 60. Non molti se si considera in quanti paesi è praticato il Geocaching, e sembrano ancora meno se si considera che di questi solo 10 si trovano sul continente europeo. La vera zona di fioritura dei GeoTours sono gli Stati Uniti e il Canada. Probabilmente questo è dovuto al fatto che stiamo analizzando un fenomeno recente, che solo dopo essersi affermato sul terreno dove è nato ha cominciato ad espandersi anche altrove. Ne è conferma il fatto che dei 60 oggi esistenti, 19 siano stati attivati nel 2015. Dalla cartina risulta immediatamente evidente, infatti, come i GeoTours siano molto presenti nel continente nordamericano, sporadici in Europa, Australia e Sud America e del tutto assenti in Africa e Asia.

Immagine 4: GeoTours nel Mondo, fonte geocaching.com

La tabella sottostante[12] elenca tutti i GeoTours attualmente esistenti indicandone dati essenziali quali la posizione e l'ospite, ossia chi ha curato la realizzazione del GeoTour. Questi soggetti di solito sono degli enti territoriali che si occupano di promozione turistica e/o tutela ambientale, istituzioni cittadine o regionali, enti parchi e, in alcuni casi, anche aziende private e tour operator.

Featured GeoTours

Posizione	Nome	Ospite	Geocache
Helena, Montana	Helena Montana	Helena Tourism Alliance	38
Washington	Visit Rainier Centennial	Visit Rainier	50
Utah	Visit Utah	Utah Office of Tourism	80

GeoTours

Posizione	Nome	Ospite	Geocache
Canton, Ohio	Strolling Stark	Visit Canton	12
Panama City Beach, Florida	Pirates of the High Seas	Panama City Beach Convention and Visitors Bureau	12
Sicily, Italy	Sicily	Regione Sicilia	35
Duluth, Georgia	Caching Duluth	City of Duluth	39
Nova Scotia, New Brunswick, Maine, New Hampshire, & Massachusetts	Gulf of Maine Council	Gulf of Maine Council	25
Spokane County, Washington	Spokane History	Cache Advance, Inc.	42
Aberdeenshire & Kincardshire, Scotland	Explore Royal Deeside	Visit Royal Deeside	20
São Miguel Island, Azores Islands, Portugal	Ilha Verde/Green Island	Visit Azores	49
Paderborner Land, Germany	Paderborner Land	Paderborner Land	75

[12] Tabella: GeoTours nel mondo, fonte geocaching.com

Posizione	Nome	Ospite	Geocache
Central Ontario, Canada	Geocaching Capital of Canada	Geocaching Capital of Canada	100
Gooi & Vecht region, Amsterdam	Garden of Amsterdam	VVV Gooi & Vecht	24
Fort Worth, Texas	TRWD Trinity Trails Geocaching Adventure	Tarrant Regional Water District (TRWD)	30
Southern England	South Downs	South Downs National Park	30
Peachtree City, Georgia	Peachtree City	Peachtree City Convention & Visitor's Bureau	19
Williamson, WV	Hatfield McCoy House	Hatfield McCoy House Inn	150
Northern Colorado	Across The Divide	Across The Divide	54
Houma, Louisiana	Houma Travel	Houma Area Convention & Visitors Bureau	25
Middle Tennessee	Jack Trail	South Central Tennessee Tourism Association	67
Victoria, Australia	Lake Eildon	Australian GeoTours	20
Kentucky	Kentucky State Parks	Kentucky Department of Parks	49
Phoenix Metropolitan Area	Kohl'sFITgeo at Phoenix Children's Hospital	KohlsFIT at Phoenix Children's Hospital	51
McHenry County Illinois	Cache Your Way Across McHenry County	McHenry County Conservation District	15
Czech Republic	Prague Airport	Gemos CZ	10
West Bend, Wisconsin	West Bend Four Seasons	West Bend Area Chamber of Commerce	20
North Bonneville, Washington	Bonneville Bigfoots Search	Bigfoot Discovery Trails Committee	10
Florida State Parks and Trails	Operation Recreation	Florida Park Service	69
Hochkönig Region	THE HIGHKING CODE	Hochkönig Region	35

Posizione	Nome	Ospite	Geocache
New Caledonia	Passeport pour le Nord	Tourisme Province Nord	21
Vendée, France	Sud-Ouest Vendée	Symptamm	150
Smith, Alberta, Canada	Smith Geocaching	Smith Community Development Council	100
CO, NM, OK, KS, MO	Santa Fe National Historic Trail	Santa Fe Trail Association	73
Hannover, Germany	Schatzhüterin	Sparkasse Hannover	24
Hannover, Germany	Geoheimnisse der Region Hannover	Geoheimnisträger	65
Washington County, Texas	Birthplace of Texas	Brenham/Washington County Chamber - CVB	36
Jauja Province, Junín, Perú	In the Andes of Perú	Environmental Roundtable of the Yanamarca Valley	44
Pensacola, Florida	Explore Pensacola	Visit Pensacola	23
British Columbia, Canada	Backroad Mapbooks	Backroad Mapbooks	20
Klamath County, Oregon	Klamath Basin	Herald and News	20
Seattle, Washington	HQ	Geocaching HQ	9
Spring Grove, Pennsylvania	Spring Grove Area	Borough of Spring Grove	65
Bermuda	Bermuda Conservation	Department of Conservation Services	20
Washington State	Washington State Parks	WA State Parks & WA State Geocaching Association	104
Cortland, New York	Experience Cortland	Cortland County Convention and Visitors Bureau	20
Milwaukee, Wisconsin	Discover Milwaukee's Neighborhoods	VISIT Milwaukee	15
Washington DC, PA, MD, VA	Smithsonian Natural History	National Museum of Natural History	9

Posizione	Nome	Ospite	Geocache
Northern Ontario, Canada	Heritage Hide'n'Seek	Parks Canada	26
Daviess County, Indiana	Daviess County Historic	Daviess County Chamber of Commerce and Visitors Bureau	20
Northern Europe	Thing Sites	Thing Sites International Networking Group	29
Manatee County, Florida	Taking Flight	Manatee County Natural Resources Department	15
Georgia	Georgia State Parks	Georgia Department of Natural Resources	47
Georgia	Georgia History Trail	Georgia Department of Natural Resources	14
Park County, Colorado	Colorado's South Park	South Park National Heritage Area	76
USA nationwide	Dinosaur Train	The Jim Henson Company	107
Cache Creek, British Columbia	Gold Country	Gold Country Communities Society	143
Washington D.C. area	Star-Spangled Banner	National Park Service	32
Columbus, Georgia	Columbus, GA: RiverWalk	Columbus, GA Convention & Visitors Bureau	31
Chesapeake Bay, Maryland	Captain John Smith	National Park Service	54

Per quanto riguarda i costi sostenuti dagli enti promotori, non ci sono dati ufficiali ed accessibili. In generale, le tariffe comprendono sempre l'attività di consulenza offerta dal quartier generale e l'inserimento nell'apposita pagina del sito internet più la pubblicazione di banner pubblicitari e articoli. Non è possibile scendere maggiormente nel dettaglio sulle cifre effettive che variano molto in funzione delle dimensioni, del numero di caches previsti, dell'impiego di trackables e altri gadget. Di solito questi costi vengono sostenuti dall'ente promotore con l'aiuto di sponsor. Non è così improbabile, infatti, che associazioni alberghiere, parchi, negozianti possano essere interessati ad investire in un progetto che

consentirebbe loro di richiamare sul loro territorio, e quindi nella loro zona di attività, un target così vasto di nuovi potenziali clienti.

Resta tuttavia il fatto che il numero di GeoTours attivi in Europa sia sorprendentemente basso: un continente così ricco di storia, natura, arte e folclore offre infinite possibilità di realizzazione di percorsi tematici. Forse questo succede perché anche culturalmente il Geocaching è più sentito dai nordamericani piuttosto che dagli europei? In realtà non è così. Rifacendosi nuovamente ai dati analizzati dal sito alexa.com relativi ai visitatori del sito ufficiale del Geocaching, emerge un dato interessante:

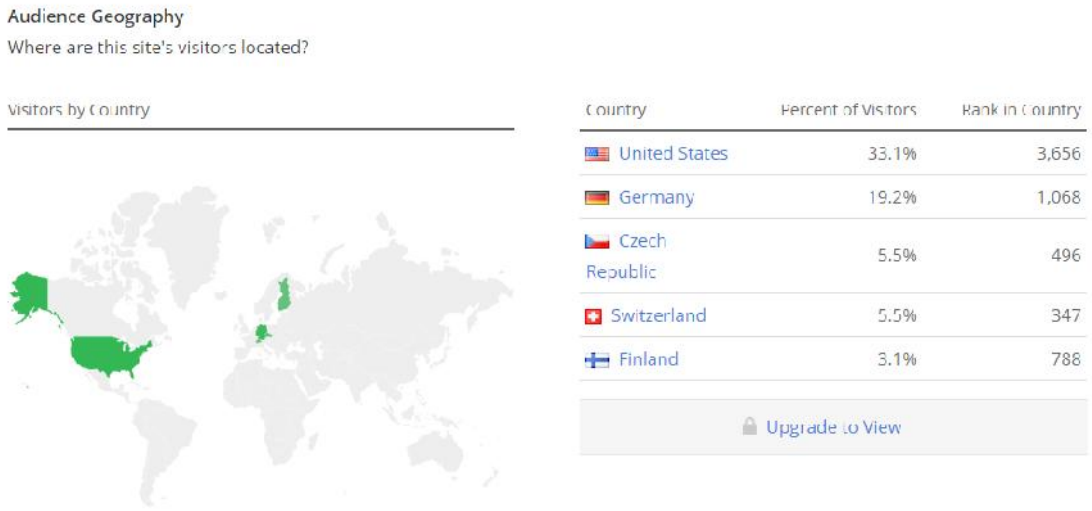


Immagine4: provenienza geografica dei visitatori, fonte alexa.com

nella top five dei paesi dai quali partono le visite al sito internet geocaching.com gli Stati Uniti detengono il primo posto, ma sono seguiti da Germania, Repubblica Ceca, Svizzera e Finlandia. Gli europei quindi amano il Geocaching, probabilmente si tratta solo di un problema legato alla forza di coloro i quali lo conoscono e praticano: molti cittadini ed appassionati, ma pochi professionisti del settore ambientale e di promozione turistica.

Il Sicily GeoTour

Immagine 5: Sicily GeoTour, fonte www.geocachingsicilia.com

Passiamo finalmente all'analisi di un caso concreto: il *Sicily Geo Tour*. La Regione Sicilia e il Dipartimento per lo Sviluppo Rurale e Territoriale hanno promosso lo sviluppo di questo progetto costituito da 35 caches distribuiti sul territorio di tre riserve naturali, due costiere, una nell'entroterra: 10 caches nella Riserva Naturale dello Zingaro, 10 nella Riserva Naturale di Monte Cofano e 15 nella Riserva Naturale Bosco di Ficuzza. L'area su cui si è deciso di operare è caratterizzata da parchi naturali in gestione all'Azienda Foreste Demaniali della Regione Siciliana. Lo scopo è quello di portare un maggior numero di turisti in queste riserve delle quali una, la riserva dello Zingaro, è già molto conosciuta ed apprezzata, e funge da traino per le altre due. Al momento è proprio la Riserva dello Zingaro l'unica ad essere a pagamento, mentre quella di Monte Cofano, proprio sulla spinta del GeoTour sta pensando a sua volta di introdurre una tariffa d'accesso.

L'idea nasce nell'ambito del Piano di Sviluppo Rurale 2007-2013 della Regione Sicilia durante il quale viene proposto il Geocaching come strumento molto valido per il marketing territoriale. In realtà, questo non è l'unico pregio del Geocaching che, grazie alle sue caratteristiche, permette interventi non invasivi sul territorio, che così facendo non viene alterato nei suoi equilibri naturali e nella sua estetica. Si pensi per esempio anche solo ad un comunissimo cartellone esplicativo o orientativo: per essere funzionale deve

essere ben visibile e così diventa un elemento inserito nell'ambiente che ne modifica il paesaggio. I caches, invece, sono nascosti, perfettamente mimetizzati con l'ambiente, caratteristica non di poco conto, soprattutto quando si agisce su territori naturali protetti come le riserve sulle quali sussiste il GeoTour siciliano. Parte così un concorso per l'assegnazione dei lavori vinto da *Demetra Specialist S.r.l.*, che si occupa di progetti relativi al verde pubblico e privato, cittadino e rurale, mantenendo sempre un occhio di riguardo per la sostenibilità ambientale. A causa di avvicendamenti nell'organico della Regione, l'assegnazione definitiva e conseguentemente la partenza dei lavori hanno subito delle battute d'arresto, fino all'estate 2015. I lavori sono stati eseguiti a tempo di record, grazie all'incaricata del progetto, geocacher in prima persona e quindi competente in materia, alla stretta collaborazione con il personale delle riserve e al team di Grounspeak che ha fornito consulenze e materiali in tempi brevissimi permettendo di rendere operativo il GeoTour in soli 2 mesi.

Attivato il 30 settembre 2015, è il primo, e al momento unico, GeoTour ufficiale in Italia e uno dei pochi presenti in Europa. Il GeoTour è in effetti uno strumento di promozione turistica ancora poco sfruttato nel vecchio continente. Il concetto è appunto quello di creare una serie di caches collegati fra loro da un fil rouge che renda esplicita la continuità della serie. Questo può essere reso in diversi modi, facendo sì che i caches raccontino una storia, o conducano verso un obiettivo comune. Fondamentale è incentivare i partecipanti al completamento del percorso. Nel Sicily GeoTour questo incentivo è costituito da un gioco e la possibilità di vincere un premio. Il gioco consiste in una serie di lettere, che si possono rinvenire all'interno dei coperchi dei caches, nella loro totalità daranno vita a un proverbio siciliano. I primi 250 che completano il Sicily GeoTour e trovano il proverbio hanno diritto a ricevere il Sicily GeoTour Geocoin, tracciabile su www.geocaching.com; i primi 250 che ottengono almeno 25 lettere del proverbio siciliano hanno diritto ad acquistarlo su www.geocaching.com con il 50% di sconto (5 euro più spese postali). Tutti gli altri che lo desiderino possono fare richiesta del geocoin pagandolo a prezzo pieno, 10 euro, più le spese di spedizione. In questo caso specifico è stata fatta una scelta interessante: al gioco costituito dal Geocaching in sé è stata aggiunta una specie di indovinello, anzi, un puzzle il cui completamento consente di avere accesso a un elemento di cultura popolare e ad un gadget regalo. Questo regalo, però, è a disponibilità limitata: una scelta probabilmente

dettata dal fatto che questo GeoTour ha meno di un anno e ha bisogno di essere lanciato. Rimane tuttavia la possibilità di ottenere uno sconto del 50% sull'acquisto del gadget. Sia il premio che lo sconto, però, sono subordinati al completamento di una quota minima del percorso, appunto in virtù del principio di incentivazione al completamento del tour. Per finire come ogni gadget che si rispetti, anche questo può essere normalmente acquistato. L'oggetto in questione è un geocoin. Questi sono molto amati dai geocachers come forma di collezionismo. Nel caso del GeoTour, possono essere richiesti all'assistenza e saranno ovviamente personalizzati nello stile del GeoTour in questione. Questa operazione ovviamente ha un costo per i promotori del Tour che varia molto in funzione di materiali, forme, misure e tiratura. Tuttavia è una spesa che può rivelarsi un buon investimento: tutti in fondo amiamo avere un ricordino, magari sciocco, di un luogo che abbiamo visitato: che sia una maglietta, una matita, anche solo un portachiavi o una moneta, una medaglia, siamo disposti a spendere dei soldi pur di portarla con noi. Il geocoin funziona così, costituisce un incentivo al completamento del percorso e anche un prodotto da commercializzare. Dati forniti da Groundspeak relativi al ritorno di investimento sui geocoins descrivono le potenzialità di guadagno offerte dal ricorso a questi oggetti in relazione a 5 GeoTours di cui per questione di privacy, non viene rivelato il nome.

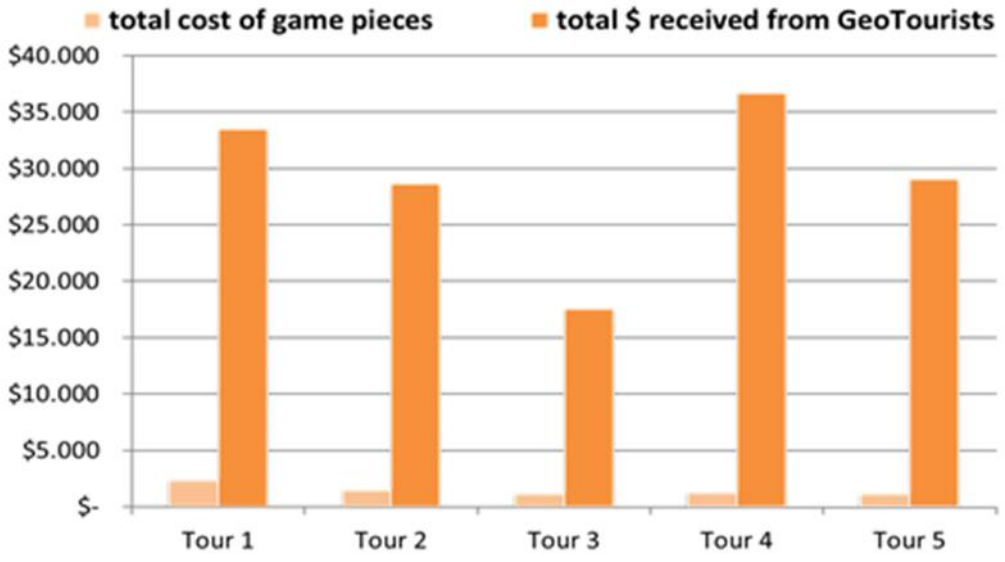


Grafico 1: Ritorno di investimento sui geocoins, fonte elaborazione Groundspeak

Nei primi mesi di attività del GeoTour si sono registrati 255 log di cui 204 found it, 10 not found e 41 log tecnici (inclusi i log di posizionamento di ogni cache, anch'essi segnalati sul

sito per monitorare età e stato di conservazione del cache). Contando solo i log (found e not found) degli utenti, e quindi la testimonianza del passaggio di visitatori, possiamo affermare che la riserva con il maggior numero di visite è quella di Monte Cofano con 106 log, seguita da quella dello Zingaro che ne registra 81 e quella del Bosco di Ficuzza che si ferma a 27. Si noti che questi dati non corrispondono assolutamente al numero di visitatori effettivi attirati dal GeoTour: questi indicano invece i ritrovamenti (o mancati ritrovamenti nel caso dei not found) nell'arco del percorso, il che vuol dire che lo stesso utente ha eseguito diversi log. Si ricordi inoltre, che l'utente che viene monitorato online corrisponde al profilo su geocaching.com, non ad una persona fisica, il che si traduce in termini di ingressi nella riserva, in un numero più alto, comprendente anche eventuali accompagnatori del titolare del profilo online. Per avere un'idea più concreta relativa al tasso di ritrovamenti nelle diverse riserve, è utile richiamare che queste hanno rispettivamente 10, 10 e 15 caches ciascuno. Da qui si intuisce quindi come la riserva del Bosco di Ficuzza sia molto meno visitata delle altre due. A tal proposito, la media dei log per cache delle tre riserve parla chiaro: 4,05 per lo Zingaro, 5,3 per Monte Cofano e solo lo 0,9 per Bosco di Ficuzza. Una possibile spiegazione di tale fenomeno risiede nel fatto che proprio la riserva meno gettonata è l'unica delle tre a non trovarsi sulla costa, ed è inutile ricordare come quest'area sia molto più soggetta al turismo che non l'entroterra; il che sembra suggerire che al momento coloro che intraprendono l'avventura del GeoTour siciliano sono per lo più turisti che coniugano il geocaching al loro viaggio, ma che non sono mossi dalla finalità di completare il tour. Analizzando le pagine dei singoli caches della Riserva Naturale Bosco di Ficuzza si ottiene il numero dei visitatori[13] di questo tratto del GeoTour: 5, di cui 2 utenti dalla Repubblica Ceca, uno dalla provenienza non specificata (basandosi sul nickname si potrebbe dire italiano) e due italiani. Proprio uno dei turisti italiani è il primo ed unico ad aver completato il Sicily GeoTour: janko42. Dal suo profilo su geocaching.com è chiaro che ci troviamo dinanzi ad un appassionato geocacher: con 4.296 ritrovamenti è il quinto giocatore nella classifica italiana, attivo fin dal 2008. La sua esperienza relativa al Sicily GeoTour è riportata in un'intervista su geocachingsicilia.it e

[13] Si ricorda come in questo contesto con *visitatore* si intende l'utente registrato che può poi concretizzarsi in una o più persone fisiche.

verrà qui di seguito brevemente riportata per capire come sia percepita dagli utenti l'esperienza del GeoTour siciliano.

Janko42 è un pensionato che ha fatto del viaggio e dell'avventura il suo hobby. Armato di camper e GPS ama partire alla ricerca di nuove sfide. Mentre si trovava in visita a Sciacca, è venuto a conoscenza del GeoTour della Regione Sicilia da un amico che a sua volta, in realtà, non aveva un'idea ben chiara di cosa si trattasse. Incuriosito, si è recato appositamente sul posto e ha intrapreso la ricerca non fermandosi fino al completamento dell'intero percorso. In realtà, rispecchiando la tendenza a cui abbiamo accennato poco sopra, anche lui aveva programmato di visitare solamente le due aree costiere, ma alla fine la curiosità ha avuto la meglio ed ha proseguito il suo cammino verso l'entroterra con risultati sicuramente soddisfacenti: non solo si è classificato come il primo ad aver completato il percorso, ma anche, alle domande su quali siano stati i caches più bello e più avventuroso, ha risposto in entrambe i casi con caches appartenenti al tratto del Bosco di Ficuzza. Da quanto emerge dalle sue parole, quindi, anche questa terza parte è più che meritevole di essere visitata, ed è solo questione di tempo, si spera, prima che il GeoTour faccia il suo effetto. Nel complesso janko42 è entusiasta dell'esperienza vissuta nell'arco di 7 giorni, apprezzandone le sfide e le ricompense date dai percorsi e dai paesaggi che il tour regala.

Purtroppo data la giovanissima età del GeoTour in esame non è possibile raccogliere altre testimonianze relative ad un'esperienza di completamento, né ottenere dei paragoni con altri GeoTours nel mondo. Tuttavia, analizzando i commenti ai singoli caches si ottiene un'immagine positiva riguardo alla soddisfazione degli utenti sul territorio in cui i caches si trovano e sulla sfida che rappresentano.

Ugualmente soddisfatti sono i promotori e i realizzatori del progetto. Come accennato prima, il GeoTour è stato attivato alla fine della stagione turistica, eppure ha già richiamato visitatori sia dall'Italia che dall'estero, il che fa ben sperare per il futuro. Ora è di vitale importanza mantenere il tour attivo e continuare a pubblicizzarlo. Sebbene infatti il sito di geocaching.com sia una vetrina internazionale capace di raggiungere milioni di utenti, un lavoro parallelo e complementare ad opera del soggetto ospitante è imprescindibile per il raggiungimento del successo. Come ogni piano di marketing territoriale, infatti, anche il

GeoTour non può essere calato dall'alto e rimanere una realtà a sé stante. Da questo punto di vista la pagina Facebook dedicata al GeoTour, il profilo Twitter e il sito geocachingsicilia.com sono molto attivi e collaborano anche con la pagina facebook ufficiale Visit Sicily. Visitando invece i siti di promozione turistica della regione quali siciliainturismo.com e pti.regione.sicilia.it è difficile reperire informazioni anche solo sull'esistenza del GeoTour. Questo fatto mette in luce quella che forse è la grande pecca del Sicily GeoTour: essendo nato in seno al Dipartimento per lo Sviluppo Rurale e Territoriale ha coinvolto solo marginalmente il Dipartimento del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo. Questo è sì stato informato del progetto e invitato a pubblicizzarlo, ma non ha avuto parte alla sua realizzazione, facendo sì che le sue conoscenze in materia siano solamente indirette. Al momento quindi il target di utenti coinvolto è solamente quello rappresentato dai geocachers.

Riassumendo, una destinazione turistica che volesse sviluppare il turismo in alcune sue zone, potrebbe farlo incorporando le sue risorse naturalistiche, storiche e artistiche in un tour che sia concepito sulla base di tecnologie GPS ed in particolare del gioco Geocaching, costituendo così un prodotto turistico innovativo e accattivante, che può contare su un cospicuo potenziale bacino di utenza in Italia e all'estero e che è capace di indirizzarne la distribuzione sul territorio e incentivarne la permanenza. Il ritorno economico per l'ente promotore sarebbe di tipo diretto tramite la vendita di gadget a tema ed indiretto tramite i benefici apportati all'economia locale dai flussi turistici attirati sul territorio.

CAPITOLO 4 - DIMENSIONE TURISMO

L'importanza della DMO e il caso Explore Royal Deeside

Dall'analisi svolta nel precedente capitolo si evince come il Geocaching e in particolare il GeoTour siano degli ottimi strumenti di promozione territoriale. Ciò che risulta curioso è invece che progetti di questo tipo in Italia (abbiamo visto la serie REM del progetto a cura del GAL Patavino e il Sicily GeoTour) siano intrapresi da enti per la gestione del territorio rurale e mai enti per il turismo. Questi, semmai, vengono coinvolti solo a scopi pubblicitari. Personalmente ritengo questa prassi poco soddisfacente: progetti che si concentrano sul richiamo di visitatori in determinate aree dovrebbero avvalersi di consulenze di specialisti del settore che invece sono relegati a ruoli marginali. Ciò detto, non intendo assolutamente colpevolizzare coloro i quali hanno dato vita a queste realtà, i quali invece hanno l'enorme merito di aver visto e messo a frutto le possibilità aperte da questo nuovo strumento, ma denunciare la disinformazione al riguardo degli enti turistici in Italia. All'estero, infatti, le cose vanno diversamente e sono molteplici gli esempi di DMO che hanno deciso di ricorrere al GeoTour per promuovere il loro territorio: 15 su 60 GeoTours sono infatti stati promossi da uffici per il turismo della destinazione ospitante:

Helena Tourism Alliance

Visit Rainier

Utah Office of Tourism

Visit Canton

Panama City Beach Convention and Visitors Bureau

Visit Royal Deeside

Visit Azores

Peachtree City Convention & Visitor's Bureau

Houma Area Convention & Visitors Bureau

South Central Tennessee Tourism Association

Tourisme Province Nord

Visit Pensacola

Cortland County Convention and Visitors Bureau

VISIT Milwaukee

Columbus, GA Convention & Visitors Bureau

Da questo conteggio sono stati esclusi gli enti parchi, la cui azione è stata considerata come troppo ristretta rispetto al concetto di destinazione turistica, e gli enti territoriali (Regioni, città…) che non necessariamente si appoggiano a specialisti del turismo, esattamente come nel caso della Regione Sicilia.

La partecipazione attiva degli enti per il turismo in questi progetti non è essenziale, è vero, ma sicuramente apporta un grande contributo al successo dei progetti in quanto sono proprio loro i primi intermediari con i turisti, reali e potenziali, agendo in prima linea sia nel campo della promozione che della vendita.

Ne è un chiaro esempio il GeoTour attivo in Scozia, *Explore Royal Deeside*, il cui ospite e promotore è appunto la DMO Visit Royal Deeside, attiva nella gestione della valle del fiume Dee, in Scozia, che grazie alle sue bellezze paesaggistiche fu scelta dalla Regina Vittoria come luogo per l'edificazione del Castello di Balmoral, oggi meta dei ritiri estivi della famiglia reale.

Il GeoTour Explore Royal Deeside (ERD) accompagna i visitatori attraverso foreste, rive del lago, giardini e castelli, configurandosi come una guida avventurosa sul territorio. È composto da 40 caches sparsi in tutta la valle. Così come molti altri GeoTours anche questo prevede un premio in base al completamento di determinate quote di percorso, in particolare un silver geocoin per chi completa 25 tappe e un gold geocoin per chi completa l'intero percorso. In realtà, questa dicitura non è del tutto esatta e proprio in questa differenza con il Sicily GeoTour analizzato in precedenza, si apprezza uno degli importantissimi vantaggi dati dal coinvolgimento nei lavori di specialisti del settore turismo. Il tasso di completamento si riferisce alle caselle del Passaporto di questo GeoTour, le quali

sono 40 come i caches, ma possono essere completate in più modi. Il primo, quello classico, consiste nel trovare fisicamente il geocache e trascrivere la parola chiave in esso contenuta sulla casella corrispettiva. In tal modo si incentiva il visitatore a percorrere strada sul territorio e a goderne le bellezze paesaggistiche, storiche e artistiche. La seconda modalità di completamento è quella che maggiormente ci interessa e che costituisce un'ottima chiave di successo in un'ottica di ritorno di investimento sull'economia locale e di coinvolgimento della comunità della zona. Se infatti, per qualche motivo non si riesce a trovare un cache ma si vuole comunque completare la serie, la parola chiave può essere sostituita da un bollino che si ottiene ogni 10£ spesi in un esercizio commerciale partner del progetto. Un ulteriore codice utilizzabile per riempire una casella si ottiene acquistando una copia del *Dee n' Do Magazine*, un quality magazine relativo alla zona. Questo stratagemma crea una rete di collaborazione fra il GeoTour e gli esercenti della valle. Il vantaggio per il GeoTour consiste nell'aver ottenuto fondi aggiuntivi per la realizzazione del progetto, e nell'offrire un'immagine più coesa e armonica della località e una percezione più positiva riguardo alla generale offerta di servizi al turista. I partner, dal canto loro, si ritrovano inseriti in un canale pubblicitario di primordine: essendo a questo punto parte integrante del GeoTour, vengono esplicitamente nominati nelle pagine dedicate all'ERD con tanto di link diretto al loro sito internet e, per chi l'ha fornito, anche recapito telefonico. Inoltre, per ciascuno di essi è segnalato il cache più vicino. Visto l'inserimento nell'ambito GeoTour, questo si traduce in un numero di visualizzazioni potenzialmente altissimo, nonché in una preferenza indotta nel turista sia per lo stimolo al completamento della serie e all'ottenimento del premio, sia per il ritorno di immagine derivante dalla sensibilità dimostrata dalla partecipazione ad iniziative di questo tipo. Le attività coinvolte sono molte e di vario genere, adattandosi così a diverse tipologie di visitatori: per il periodo 2015/2016 infatti si attestano come partner 4 castelli (monumento visitabile + ristorante + gift shop), 9 servizi per il pernottamento fra cui hotel, cottage, lodge e caravan park, 7 ristoranti di varie tipologie (diversi fra loro per le proposte del menu, le modalità di consumazione e la fascia di prezzo), 2 negozi (rent a bike e abbigliamento sportivo di produzione propria), un golf club, un activity park e una galleria d'arte. Questa formula quindi, è un invito al visitatore a vivere la realtà in cui si trova, uscendo da un'ottica "di passaggio" ed intessendo

la propria esperienza con tutto ciò che la zona e coloro che vi abitano e lavorano hanno da offrire.

La compenetrazione fra la realtà turistica e la realtà socio economica della regione è un elemento talmente importante che già di per sé costituirebbe un'argomentazione più che sufficiente alla convenienza del coinvolgimento di personale competente nella gestione del turismo in progetti come i GeoTour. Un'ulteriore conferma è però data anche dal punto di vista della comunicazione del prodotto. Si riprenda l'esempio del Sicily GeoTour: questo è pubblicizzato molto bene attraverso canali dedicati come le sue pagine social, il sito specifico per il Geocaching in Sicilia e, ovviamente, geocaching.com. Altri spazi, invece, non forniscono sufficiente luce a questo percorso che, essendo nato in tempi recenti, ha invece estremamente bisogno di essere sostenuto e promosso. Tuttavia i siti di DMO della Sicilia, e le pagine social non parlano di Geocaching né di GeoTour, o meglio, sui social qualcosa è comparso, ma si è trattato più di accenni che di una vera e propria campagna di promozione. Per chi non fosse già a conoscenza del gioco, quindi, è abbastanza difficile confrontarsi con questa modalità di visita, conoscerla, valutarla ed eventualmente sceglierla. Esattamente opposto è il caso di visitroyaldeeside.com che contiene al suo interno pagine dedicate alla descrizione del GeoTour e alle modalità di completamento, al passaporto necessario per giocare e ai partner coinvolti. Queste pagine sono raggiungibili non solo dal menu di navigazione del sito, ma anche da un flyer presente sulla homepage. Trovo molto interessante il fatto che le descrizioni fornite esulino da preamboli di spiegazione su cosa il Geocaching sia. Per questo sono stati inseriti dei link al sito geocaching.com e agli app store per scaricare la versione gratuita dell'applicazione che permette di utilizzare facilmente il proprio smartphone come strumento di gioco. In questo modo non si crea nel lettore che non conosce il gioco, l'impressione di essersi imbattuto in qualcosa che non fa per lui. Al contrario invece, viene invogliato tramite la lettura della descrizione del percorso e successivamente guidato, se interessato, verso dove può reperire informazioni e strumenti di base. La forte presenza sul sito del progetto dell'ERD è chiaro segnale dell'interesse della DMO verso di esso. Rispetto alla situazione siciliana, gli enti per il turismo del Deeside sono molto più attivi perché sono stati coinvolti in prima persona, mentre parlando con la dirigente responsabile per il Dipartimento regionale di Turismo, Sport e Spettacolo è chiaro che l'ostacolo al loro lavoro di promozione è dettato

dalla conoscenza indiretta del progetto che è approdato nei loro uffici solo come pacchetto completo e concluso da inserire nei propri canali di comunicazione. Probabilmente invece, una partecipazione diretta alla sua creazione sarebbe sfociata in una comprensione più profonda del prodotto e, di conseguenza, in una comunicazione più sentita e più consapevole. Non a caso infatti il turismo si vota sempre più a pratiche che mettano l'accento sulla partecipazione attiva del turista: partecipare è la chiave per ottenere feedback positivi sia dai clienti, sia dagli enti e dal personale coinvolti nella realizzazione del prodotto.

Il caso della Serie R.EM.

Abbiamo già avuto modo di parlare del progetto REM Rural Emotion realizzato da 7 GAL di cui 6 veneti, e dell'utilizzo del Geocaching che è stato fatto in questo contesto. Dopo le analisi della serie REM con i suoi pregi e i suoi difetti, alla luce di quanto esposto nel precedente capitolo sorge la curiosità di paragonare questo percorso con il Sicily GeoTour. Certo, sono due cose profondamente diverse, ma essendo state usate per perseguire scopi simili, può essere interessante inquadrare le differenze formali per capire quale dei due sia più portato alla realizzazione degli obiettivi.

La serie R.EM. è composta da 60 geocaches. Questi sono stati posizionati nel corso del 2014, in mesi diversi. Mediamente, comunque, si può affermare che la serie ha un anno di vita in più rispetto al GeoTour siciliano, attivo invece da poco più di tre mesi, fatto che è importante notare ai fini del confronto che ci apprestiamo a fare per due motivi: da un lato il vantaggio temporale garantisce al progetto dei GAL un maggior numero di log rispetto alla controparte, dall'altro, non si può negare che entrambe siano ancora molto giovani. In termini di valutazione dell'efficacia dei percorsi in esame, questo si traduce in una difficile e parziale individuazione delle ricadute sul territorio. I 60 caches sono distribuiti sul territorio veneto trovandosi concentrati nella zona meridionale della regione, tranne un gruppo di 14 geocaches che si trova sull'altopiano di Asiago, un po' più a nord. In generale, alcuni sono collocati in zone facilmente raggiungibili, altri su territori non adatti a tutti gli escursionisti, per esempio su cime montuose, il che comporta un numero di log estremamente basso per essi. Per rendersi conto della forte discrepanza data dal luogo scelto per il posizionamento, si segnala che il numero minimo di ritrovamenti registrato per

cache è 1; il massimo è 189. Di tutta la serie solo due geocaches superano i 100 log ed entrambi si trovano a Chioggia, una cittadina che di per sé può contare su una discreta immagine turistica data dalla compattezza e bellezza del centro storico e dalla vicinanza con Venezia e con le spiagge. La media di log per cache, 23, seppure di gran lunga superiore a quella del Sicily GeoTour (3 log per cache considerando la totalità dei caches delle 3 riserve) è comunque bassa se soppesata alla luce del tempo di attività del percorso e del suo inserimento in un progetto di più ampio respiro e che quindi dovrebbe, almeno potenzialmente, rivolgersi ad un pubblico più vasto, comprendente i geocachers e non.

In realtà cercando in internet è piuttosto difficile reperire informazioni riguardanti il percorso della serie R.EM. Non solo sui siti di promozione turistica dei territori interessati dal fenomeno non se ne fa menzione, ma anche inserendo come query la serie REM si ottengono come risultati i siti dei GAL partecipanti che spiegano più o meno brevemente il progetto, il sito geocaching.com e delle pagine sul sito della Regione Veneto e della Provincia di Padova che espongono il progetto Rural Emotion e l'importante traguardo raggiunto su scala europea. Tuttavia entrambe questi siti presentano una descrizione sintetica, che accenna solamente al Geocaching e, soprattutto, è stato usato lo stesso identico testo. Poche informazioni quindi, e per giunta ridondanti. Passando in rassegna anche il sito ufficiale, non vi è modo esplicito di collegare i caches tra loro. O meglio: bisogna cercarseli uno ad uno utilizzando come guida la sigla REM presente nel titolo. Io per prima qualche mese fa mi sono imbattuta nel cache di Montagnana appartenente a questo percorso, ma non mi ero resa conto della sua appartenenza ad un progetto più ampio. L'unico modo per visualizzare la serie completa è quello di risalire al profilo che ha posizionato i geocaches e controllare tutti quelli che sono di sua proprietà. Il fatto è che la promozione di questa serie è un po' stagnante, in parte per via di lungaggini amministrative, in parte perché fin dalla sua nascita si era visto che sarebbe stato caratterizzato da un funzionamento a fasi. In quest'ottica la principale tecnica di promozione della serie è l'organizzazione di eventi per i geocacher, i quali si recano in zona nelle date prestabilite per affrontare giochi, sfide e scambiarsi esperienze.

È mio parere, però, che ci si trovi di fronte ad un'ottima idea, lasciata però a sopravvivere ai margini di quella che potrebbe essere la sua reale potenza. Ogni cache è stato posizionato in luoghi non convenzionali dal punto di vista turistico, ma ricchi di storia, arte e cultura e

valore naturalistico per il territorio che rappresentano. Nella pagina di ogni cache è riportata una dettagliata descrizione del luogo dove si trova, della sua storia, o dei motivi che lo rendono degno di nota. Quella che si è così creata è una guida alternativa all'anima veneta; è stata però abbandonata a sé stessa. Cosa potrebbe diventare se inquadrata in un programma più forte dal punto di vista del marketing e ancora più intrinsecamente legato col territorio e con la sua popolazione?

In realtà in fase di progettazione la proposta del GeoTour come modalità di attuazione era stata avanzata, ma una questione di tempistiche e di costi ne ha decretato il rifiuto. In virtù degli scopi che il progetto si propone e di alcune aree coinvolte a mio parere molto interessanti, potrebbe essere interessante pensare ad un'implementazione di questo percorso, o di una parte di esso, proprio in un GeoTour che amplifichi la forza del progetto esistente.

La proposta di Padova

Nel corso di questo elaborato sono stati analizzati diversi esempi di applicazione del Geocaching alla promozione di un territorio al fine di dimostrare quanto questa nuova modalità sia valida, quanto il settore turistico abbia bisogno di lei e quanto essa stessa abbia bisogno di professionisti del settore per esprimere ai massimi livelli le sue potenzialità. Nel seguente paragrafo è mia intenzione applicare tutto quanto enunciato finora nella delineazione di alcune linee guida che potrebbero, se adeguatamente sviluppate, concretizzarsi in un progetto di più ampio respiro rispetto a quelli esistenti al momento in Italia.

Innanzitutto in base all'analisi svolta nel corso del secondo capitolo sulla situazione turistica di Padova, è bene ricordare come questa non sia affatto negativa: negli ultimi tre anni la città si colloca al terzo posto per numero di arrivi e presenze fra le province venete, preceduta da Venezia e Verona. Il vero problema risiede nella distribuzione dei turisti sul suo territorio. Il seguente grafico riporta la situazione comune per comune nell'anno 2014, ma i risultati sono analoghi anche nei due anni precedenti.

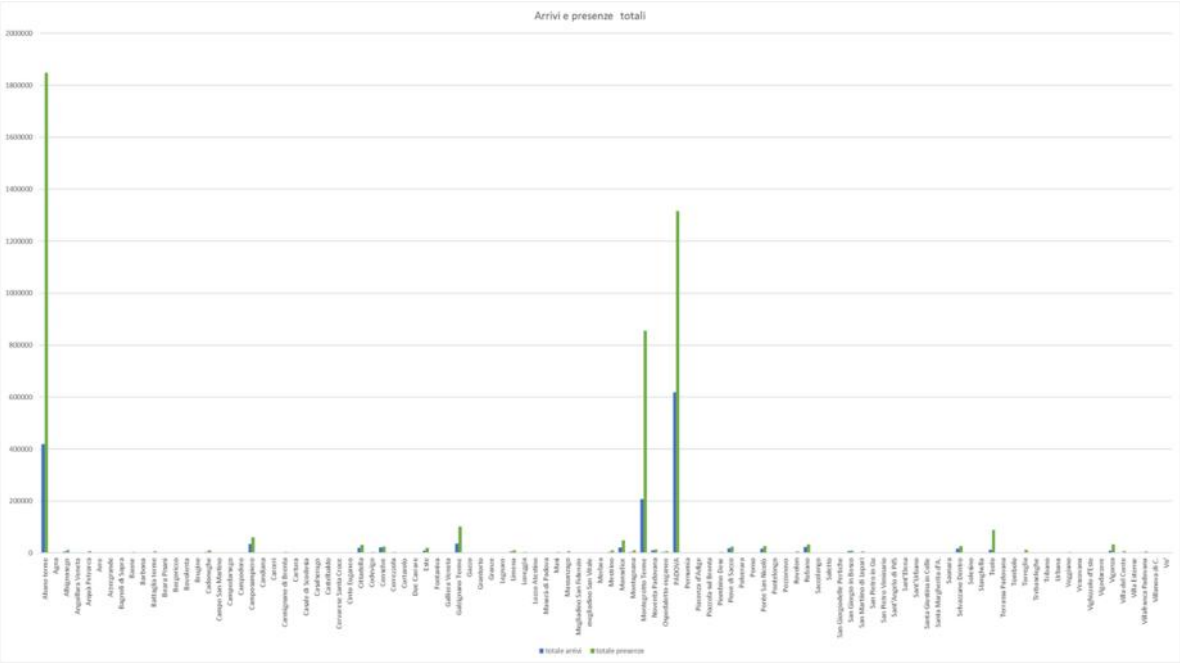


Grafico 1: arrivi e presenze in provincia nell'anno 2014. Fonte: elaborazione propria

Nonostante le ridotte dimensioni[14], necessarie all'inserimento del grafico nel testo, rendano più difficile la lettura dei singoli comuni, risulta tuttavia evidente l'esistenza di tre picchi di concentrazione dei flussi turistici. Questi sono identificabili nei comuni di Abano Terme, con 420.016 arrivi e 1.847.732 presenze, Montegrotto Terme con 207.639 arrivi e 855.351 presenze e Padova, 618.475 arrivi e 1.315.671 presenze. Il resto del territorio si spartisce quello che resta.

In virtù della forte capacità del turismo di generare un nuovo indotto per l'economia locale su cui insiste, e della spinta della comunità verso la ricerca di un nuovo sviluppo turistico anche delle altre zone concretizzatasi nella serie R.EM. è mia intenzione studiare un piano che possa convogliare i turisti anche verso le zone meno visitate che pure hanno molto da offrire. Tutto questo sarà fatto nell'ottica di non promuovere la modalità di visita mordi e fuggi dell'escursionista, ma di cercare di portare i visitatori a profondo contatto con i luoghi che visitano, trascorrendovi più di qualche ora. In poche parole si tratterà di far uscire i clienti dai grandi alberghi del distretto termale, di alleggerire la pressione sul centro storico e, ovviamente di attirare nuovi clienti sul vasto territorio della provincia. Per fare questo

[14] Si veda il grafico in appendice per una migliore leggibilità e il confronto con gli anni 2012 e 2013.

sarà necessario delineare un percorso coeso, accattivante ed accessibile. Come evidenziato anche dal progetto dei GAL i punti di interesse nel nostro territorio sono davvero tanti. Non tutti però godono della stessa accessibilità o delle stesse capacità di attrattiva. È perciò obbligatorio operare una scelta attenta delle tappe che andranno a comporre il tour, pena la percezione di un insieme caotico, sovrabbondante e difficilmente completabile, ossia l'esatto opposto di quello che si vuole ottenere: un percorso che rappresenti la Destinazione Turistica e che guidi alla sua scoperta. I luoghi selezionati dovranno perciò essere interessanti (da un punto di vista storico, naturalistico, artistico o folcloristico), dovranno essere delle novità, quasi dei piccoli tesori nascosti dimenticati dalle comuni rotte turistiche, dovranno essere raggiungibili ed accoglienti, ossia fornire una determinata gamma di servizi che facciano sentire a suo agio il visitatore. Le ultime due caratteristiche menzionate non sono sempre riscontrabili, possono tuttavia essere indotte tramite specifici interventi.

Una volta delineati gli obiettivi e i tratti caratteristici ricercati in quelle che saranno le tappe del percorso, è ora di passare alla definizione dell'area geografica che sarà effettivamente coinvolta. Ispirandosi alla modalità applicata al Sicily GeoTour, anche nel territorio padovano il GeoTour si dividerà in più nuclei, 4 per la precisione. Uno di essi sarà il principale, quello che coinvolgerà l'area del comune di Padova, affiancato da altri 3 circuiti distribuiti lungo l'asse nord – sud della provincia: un primo insieme costituito da Cittadella, Tombolo e Piazzola sul Brenta, uno centrale che ruota attorno al Parco dei Colli Euganei con Teolo, Monselice, Arquà, Luvigliano (Torreglia), Cervarese Santa Croce e uno più a sud composto da Este, Montagnana e Lozzo Atestino. Molti dei comuni citati sono già relativamente noti al turismo grazie alle loro risorse quali le mura di Cittadella, e di Montagnana, la Rocca di Monselice, altri, invece, seppur dotati di risorse di valore storico, artistico e naturalistico non fanno registrare presenze turistiche al loro interno. Che questo dipenda da una scarsa consapevolezza del pubblico di ciò che queste località hanno da offrire, oppure la loro vicinanza ad altri centri dove pernottare, declassando loro a semplici mete di escursionismo giornaliero, il GeoTour può agire da catalizzatore, spingendo i visitatori a recarsi in zona e a sostarvi. Da questo punto di vista i casi più rappresentativi fra quelli selezionati sono Tombolo, i cui dati relativi ad arrivi e presenze sul territorio non sono nemmeno reperibili poiché meno di 3 esercizi ricettivi erano attivi sul suo territorio,

Piazzola sul Brenta con 262 arrivi e 817 presenze e Cervarese Santa Croce, 246 arrivi e 1473 presenze. Dati estremamente bassi se comparati con la media della provincia che si attesta a 25.267 arrivi e 76.550,3871 presenze. Lo squilibrio fra i dati riscontrati nei tre comuni in analisi e la media di quelli relativi a tutti i comuni della provincia resta molto altro anche quando tale media è calcolata sulla serie pulita dai tre outlier Abano, Padova e Montegrotto, il che risulta in 5.430,91 arrivi medi per comune e 12.328,3 presenze per comune. La presenza di un progetto del calibro del GeoTour potrebbe spostare questi equilibri, apportando nuova linfa all'economia delle zone interessate. Non possono certo essere considerati solo i piccoli centri, è necessario includere anche quelli più visibili sia perché possano agire da traino per gli altri, sia in un'ottica di rispetto per le aspettative del turista che ha bisogno comunque di non sentirsi forzato ad allontanarsi da quelle che sono le attrazioni più celebri. È seguendo quest'ottica che sono stati scelti i comuni sui quali agire e che verranno di seguito presentati.

Il circuito padovano

Cominciando dal nucleo centrale situato a Padova, si propone di concentrarsi su luoghi meno famosi di quelli canonici, angoli e scorci più solitari eppure altrettanto pieni di fascino. Questi sono comunque vicini alle zone più rinomate, permettendo al visitatore un agevole passaggio dall'itinerario classico a quello del GeoTour senza perdere nulla e senza dover effettuare grandi spostamenti.

Prendendo come riferimento uno dei principali accessi alla città, la stazione ferroviaria, il primo punto che si incontra è il *Palazzo di Ezzelino*, costruzione databile intorno al XIII secolo dall'aspetto tardo gotico appartenuto alla famiglia degli Ezzelini e poi dei Carraresi. Testimonianza della Padova medievale, affascina per la sua apparente collocazione fuori dal tempo. Oggi è un'abitazione privata e non è quindi possibile la visita al suo interno, tuttavia si può godere delle sue facciate sia da via Santa Lucia che da Via Marsilio da Padova.

Poco lontano dal Palazzo di Ezzelino molti padovani e visitatori passano a pochi metri da un piccolo angolo centralissimo eppure remoto della città. La *piazzetta san Nicolò* infatti, non è visibile da via Dante, strada di passaggio che porta alla zona delle piazze, ma va cercata imboccando una piccola stradina che conduce alla piazza dal sapore medievale. A differenza del Palazzo di Ezzelino, testimonianza del passato sospesa nel presente, la piazzetta san Nicolò si ritaglia il suo angolo di quiete. Circondata su tre lati da antichi palazzi,

deve il suo nome alla chiesa romanica di san Nicolò, un tempo luogo di sepoltura delle più importanti famiglie padovane. Sembra anzi che una volta proprio lo spazio dove ora è collocata la piazza, ospitasse un cimitero. La chiesa, che ha subito numerosi interventi di restauro, negli anni '90 è stata riportata alla sobrietà originaria dello stile romanico. Questa piazza non è soggetta al passaggio, né è un luogo di vita sociale. Il clima che si respira recandosi qui è di una silenziosa sospensione dalla vita della città. Un cache collocato in questo ambiente permetterebbe ai visitatori di godere di questa particolare atmosfera che è preclusa anche a molti padovani che non sono a conoscenza del luogo.

Ci troviamo a ridosso della zona delle piazze: alle famose piazza delle erbe, dei frutti, del duomo e dei Signori, si affianca anche *piazza Capitaniato*, collegata a piazza dei Signori dall'arco sottostante alla torre dell'orologio. Affrontiamo di nuovo uno spazio meno caotico e tuttavia affascinante: la pavimentazione ad acciottolato e i grandi alberi che la costeggiano in lunghezza richiamano elementi naturali che potrebbero far pensare ad una specie di giardino urbano. Proprio qui si trovano Palazzo Liviano e la Sala dei Giganti e la Sala delle Edicole, entrambe mirabilmente affrescate.

Il quarto punto di interesse proposto è costituito dalla *Chiesa e pinacoteca di S. Tommaso Becket*. Ci si allontana dagli itinerari classici che dalle piazze portano direttamente a Prato della Valle spostandosi verso la riviera Mussato. Questa chiesa in stile barocco risale al XVII secolo e presenta al suo interno tele di Bonazza, Bonaccorsi, Ferrari, Pellizzari e un crocefisso attribuito a Donatello. La sagrestia ospita dal 1966 la Pinacoteca, così chiamata a dispetto del fatto che la raccolta in essa custodita non comprenda solo tele ma anche tessuti, arredi liturgici e reperti archeologici. Una fra le tele più apprezzate è una Madonna del Vivarini. Collocare un cache qui permette al visitatore di addentrarsi nelle stradine di una delle parti più antiche della città e di entrare in contatto con testimonianze della cultura locale che, data la loro estraneità al sistema museale cittadino, sono meno conosciute.

Molto vicina è *Piazza Castello*, a sua volta alberata e finita un po' ai margini della vita sociale della città. Si trova infatti all'estremo di via XX settembre che conduce direttamente a via Umberto I e da lì in Prato della Valle. Al giorno d'oggi è proprio via Umberto I la sede del passaggio di coloro che si recano in Prato, mentre le vie circostanti tendono ad essere

dimenticate. Questo contesto in particolare merita attenzione in quanto ospita alcune attività commerciali di pregio che scontano però la marginalità assunta dalla loro posizione.

Padova è famosa anche per il suo Orto Botanico, il più antico del mondo fra quelli universitari. Ospita però molti altri giardini degni di nota, anche se meno famosi. Uno di questi è il *Roseto di santa Giustina*, situato a ridosso delle mura cittadine cinquecentesche nell'area del bastione di santa Giustina. La visita al giardino è gratuita e consente non solo di godere dei fiori che lo animano, ma anche di apprezzare da vicino le antiche mura. Un'accortezza dovuta in questo caso è la collocazione del cache al di fuori del giardino che è visitabile solo in determinati periodi dell'anno. Nonostante questo ritengo che sia comunque il caso di includerlo come tappa del GeoTour al fine di portarlo a conoscenza di un vasto numero di persone che potranno eventualmente decidere di goderne in una visita successiva se non lo troveranno aperto alla prima occasione.

Immagine 1: piantina del roseto di santa Giustina, fonte padovanet.it

È molto difficile passare in questa zona della città senza poi ritrovarsi davanti al Santo. Accanto alla basilica si trova però un altro gioiellino degno di nota. A differenza dei luoghi proposti finora, questo è già stato nominato nel corso del presente elaborato. *La Loggia e l'Odeo Cornaro* sono infatti inseriti nel sistema museale degli Eremitani, ma non gode dello stesso numero di visite sul quale possono invece contare le principali attrazioni del gruppo. Il complesso ispirato alla tipologia della villa romana fu commissionato da un importante mecenate padovano del '500. L'ambiente è importante per l'intrinseco legame che ha con l'arte e la cultura della città: la Loggia, infatti, era stata pensata come scenografia fissa per rappresentazioni teatrali, mentre l'Odeo, di poco successivo, era stato destinato ad ospitare musica e disquisizioni filosofiche. Entrambi sono poi testimonianza di vari artisti molto attivi nel padovano. Anche in questo caso le visite non sono sempre possibili, in virtù

della scelta dell'amministrazione di regolare gli accessi per meglio tutelarne le delicate strutture. Tuttavia rimane aperta la possibilità di collocare il cache al suo esterno.

Per finire, ci sposteremo in una zona meno turistica della città. Fra Piazzale Pontecorvo e l'Ospedale Civile si colloca *Parco Treves*. Restituito da poco alla cittadinanza dopo essere stato chiuso a lungo per restauri questo è il primo parco di Padova ad essere stato realizzato secondo un preciso progetto. La tipologia è quella del giardino all'inglese, connotato dall'irregolarità e dal piacere per la scoperta di elementi diversi gli uni dagli altri. La scelta di questo parco in particolare mira a dare lustro all'opera che si potrebbe definire dimenticata di un grandissimo architetto che tanto ha dato a Padova: Giuseppe Jappelli, al quale dobbiamo nientemeno che il Caffè Pedrocchi e il Teatro Verdi. Vista la particolarità del giardino potrebbe essere interessante inserirvi più di un cache. Ultimo, ma non trascurabile elemento a favore dell'inclusione di questo parco nel progetto è la presenza in questa zona di un'altra eccellenza cittadina: la pasticceria Biasetto, guidata da Luigi Biasetto, pasticcere campione del mondo nel 1997.

Un'ultima nota riguardo a questa parte del percorso riguarda la presenza di altri geocaches sul territorio: è stata mia precisa volontà, dove possibile, selezionare luoghi che non fossero già collegati in qualche modo a dei caches, questo al fine di evitare confusione nel visitatore e di sfruttare al meglio la risorsa del Geocaching distribuendola in maniera intelligente sul territorio evitando di creare degli agglomerati a sfavore di altre aree lasciate sfornite.

Cittadella, Piazzola sul Brenta e Tombolo

Questi sono i comuni selezionati per far parte del circuito settentrionale. Cittadella è sicuramente il centro più conosciuto dei tre e quello più colonizzato dalla pratica del Geocaching, anche se nella sua forma spontanea. Piazzola sul Brenta e Tombolo sono invece quasi completamente esenti dal fenomeno e rientrano nel gruppo dei comuni della provincia con un basso numero di arrivi e presenze turistici.

Cittadella è una delle città murate presenti in Veneto. Risalente al 1200, il suo centro storico è piccolo, ordinato e compatto, nel senso che oltre alle mura e al duomo include anche diversi palazzi ed edifici di valore artistico. I geocaches presenti al momento al suo interno sono 5: uno per ognuna delle porte della cinta muraria e uno al centro. Ritengo comunque interessante includerla nel progetto per il suo valore storico e artistico, e per la sua

posizione strategica che la rende un buon punto di partenza per chi volesse recarsi a Bassano del Grappa, Marostica, Vicenza e Treviso. Per risolvere la questione della sovrapposizione con caches preesistenti suggerirei di collocare due o tre caches del GeoTour uno nella piazza centrale da dove è possibile avere uno sguardo d'insieme sugli edifici principali della città, uno, se possibile, sul camminamento delle mura, per invogliare i turisti a percorrerlo e uno all'esterno della cinta muraria, per scoraggiare chiunque volesse considerare meritevole solo il centro storico, in prossimità della Villa Ca' Nave e dell'Oratorio del Salvatore, testimone della vita delle famiglie nobili della zona. La villa, collocata a ridosso di una delle strade che portano a Cittadella è visitabile previa prenotazione tramite l'ufficio IAT.

Di un'altra villa si parla, ben più conosciuta almeno ai padovani, nel comune di *Piazzola sul Brenta*. Villa Contarini nasce sulle rovine di un castello risalente all'anno mille. Passando di proprietà diverse volte è nel 1600 che passa dall'essere una residenza di campagna all'attuale grandiosità, quasi regale, che la contraddistingue. La villa e il parco costituiscono un ottimo ambiente per il Geocaching in quanto fusione di storia, arte e natura del territorio e centro molto attivo perla vita della comunità locale: qui infatti si svolgono mostre, spettacoli, concerti di respiro internazionale e un imponente mercato dell'antiquariato che richiama visitatori da tutta la provincia. La grandezza dell'area e l'eterogeneità degli elementi che la caratterizzano consentono di collocare diversi caches che guidino alla scoperta di questo luogo.

Immagine 2: veduta aerea di villa Contarini e di parte del parco, fonte castelbolognese.org

Per finire, è tutto naturalistico l'interesse che conduce a *Tombolo*, il cui territorio non presenta rimarcabili esempi di arte, ma una particolare riserva naturale regionale: la *Palude di Onara*. La presenza sul terreno di polle di risorgiva crea dei caratteristici microclimi particolarmente freddi che rendono possibile la vita e quindi, per noi umani, l'osservazione di specie animali e vegetali che altrimenti non potrebbero vivere nella regione. La zona viene salvaguardata attraverso un sistema di passerelle in legno che consente di transitare senza arrecare danni. Come accade nelle riserve naturali siciliane, i geocaches potrebbero rappresentare una forma non invasiva che permetta ai visitatori di interagire con l'ambiente visitandolo e comprendendolo senza comprometterne i delicati equilibri.

Teolo, Monselice, Arquà, Torreglia e Cervarese Santa Croce

Questo circuito raccoglie comuni per lo più molto conosciuti e che non hanno bisogno di molte presentazioni: *Monselice*, la sua Rocca, il castello e il Monte Ricco, *Arquà Petrarca*, punto di osservazione privilegiato sulla pianura circostante e dimora del poeta di cui porta il nome, *Teolo*, con le sue terme… ma non solo. Proprio sul territorio di questo comune si trova infatti l'Abbazia di Praglia, monastero benedettino fondato fra l'XI e il XII secolo, anche se l'edificio attuale deriva da lavori di ricostruzione più tardivi, situati fra il XV e XVI secolo, è tutt'oggi un importante centro di raccoglimento e preghiera ma anche di conservazione di antiche arti e mestieri perpetuati dai monaci e svelati al pubblico tramite visite ai laboratori e vendita dei prodotti. La comunità monastica, infatti, pur rimanendo orgogliosamente isolata e indipendente si apre al territorio e ai visitatori munendosi anche di una foresteria e garantendo itinerari di visita al suo interno. Ovviamente, nel rispetto della particolarità del luogo e della sensibilità di persone che potrebbero non essere assolutamente interessate ad entrare nel monastero, il cache del GeoTour andrà posizionato nei pressi dell'Abbazia, consentendo a tutti il log e la libera scelta di approfondire la visita o proseguire.

A *Torreglia*, o meglio, nella sua frazione Luvigliano, si trova la splendida Villa dei Vescovi, edificata nel '500 come residenza estiva vescovile. Riccamente affrescata, le sue logge aprono lo spazio interno a una particolare compenetrazione con l'esterno, un paesaggio molto ampio, data la posizione rialzata della villa. Al momento è già presente sul posto un cache della serie R.EM, situazione che verrà approfondita in seguito.

Cervarese Santa Croce è geograficamente il punto di raccordo fra il ciclo settentrionale e questo che interessala zona del Parco Regionale dei Colli Euganei, ma è stato trattato per ultimo in quanto fanalino di coda della serie in termini di notorietà. È molto interessante invece inserirlo nel progetto in virtù del museo museo archeologico della civiltà fluviale del Bacchiglione che vi si trova. Finora infatti le tappe proposte non hanno evidenziato uno dei tratti caratteristici del territorio veneto e padovano: la navigazione fluviale. I numerosi corsi d'acqua che solcano il nostro territorio sono stati per secoli le principali vie di comunicazione e mercantili fra le varie città. Il museo è ospitato nell'antico castello che venne costruito sulla riva del Bacchiglione per controllarne e regolarne i traffici mercantili. Intorno ad esso fiorì una vitale rete di attività quali osterie e locande, a testimonianza di quanto l'attività fosse florida e redditizia. Il museo è la modalità scelta dalla Provincia di Padova per riportare in auge il castello dopo un lungo periodo di declino. Un cache in prossimità del museo sarà l'occasione per entrare in contatto anche con questo aspetto dell'animo e della storia di Padova.

Este, Montagnana e Lozzo Atestino

Ultima sezione proposta per il GeoTour padovano è quella meridionale, che interessa gli antichi borghi di Este, Montagnana e Lozzo Atestino. Anche in questo caso è stato riproposto lo schema che combina località più note con una dotata di minor forza.

Montagnana rientra, come Cittadella, fra le città murate. Di origine medievale, nel corso dei secoli numerosi palazzi di pregio architettonico ed artistico sono sorti all'interno della cerchia muraria. Anche in questo caso la delimitazione fisica del centro storico ha portato allo sviluppo di un conglomerato urbano compatto, contraddistinto da numerosi esempi di arte e cultura che si sono man mano accumulati in uno spazio limitato. L'impressione che si ricava dalla visita non è tuttavia quella di disordine, ma di un luogo dove antico e moderno sono concatenati, spuntando l'uno dall'altro.

Este risale ad insediamenti preromani. Presenta diversi elementi di interesse, fra i quali spiccano il castello Carrarese e il museo nazionale Atestino, che propone al suo interno reperti di Este romana e preromana e testimonianze dei Veneti antichi.

Lozzo Atestino, è il comune turisticamente più debole dei tre. Il suo grande punto di forza è il Castello di Valbona. Questo è un antico maniero del XIII secolo che oggi ospita un pub, un ristorante ed è adibito all'organizzazione di eventi pubblici e privati.

Per quanto riguarda la presenza di altri geocaches nelle zone indicate è doveroso segnalare una particolarità relativa a tutti i comuni compresi nei circuiti dei Colli Euganei e meridionale: a parte Teolo e Cervarese Santa Croce sono tutti interessati dalla presenza della serie R.EM. Questo significa diverse cose. Innanzitutto è indice dell'importanza che effettivamente questi luoghi rivestono nel delineare un'immagine del territorio del padovano e della sua cultura, e anche il fatto che, trattandosi di aree di dimensioni ridotte non è pensabile la creazione di due percorsi di Geocaching in concorrenza tra loro. In realtà non ci si troverebbe in una reale situazione di concorrenza, giacché l'aderenza a uno dei due percorsi non esclude la partecipazione all'altro, ma l'immagine creata da una tale ridondanza sarebbe sicuramente di confusione e disorganizzazione. Per evitare questo problema le soluzioni sono due:

1. Si mantengono entrambi i progetti ma si riduce il Geotour esclusivamente ai nuclei di Padova città e al gruppo settentrionale, o si cercano nuovi comuni da includere nel progetto in sostituzione di quelli scelti dai GAL.
2. Si agisce in collaborazione con i gestori del progetto R.EM. includendo i caches dei luoghi individuati in comune nel GeoTour. Questo porterebbe vantaggio sia al GeoTour che in pratica si ritroverebbe con alcune tappe del percorso già collaudate e funzionanti, sia al progetto di Geocaching dei GAL veneti che in questo modo godrebbe nella sua interezza della particolare visibilità garantita dal sistema che ruota intorno ai GeoTour.

Riassumendo, le tappe proposte si distribuiscono in questo modo sul territorio.

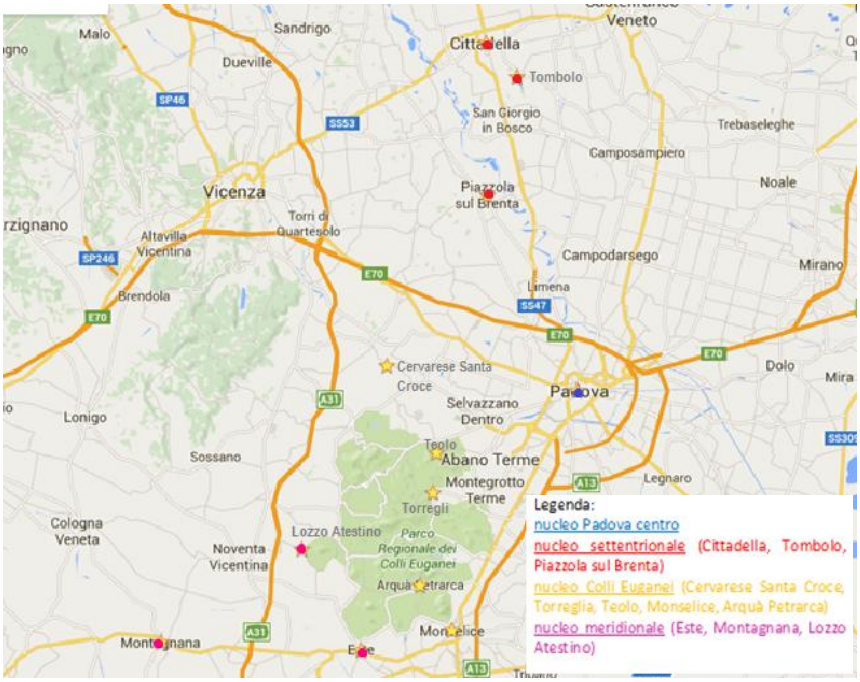


Immagine 3: tappe proposte per un GeoTour Patavino, fonte elaborazione propria

La raffigurazione spaziale di quanto descritto evidenzia però un problema: le distanze. Nel preambolo alla presentazione delle tappe si era fissata l'accessibilità come un requisito essenziale, ma qui sembra non essere rispettata. Le distanze in sé non sono proibitive: prendendo come riferimento Cittadella e Montagnana, che segnano gli estremi geografici del percorso, ci si può spostare dall'una all'altra in un'ora di macchina. Analoghi sono i tempi di percorrenza da Padova a Cittadella (40 minuti) e da Padova a Montagnana (50 minuti), tuttavia i percorsi da fare sono molti di più visto che bisogna visitare 11 comuni in totale; non solo: parlando di circuito turistico è obbligatorio considerare che molti dei potenziali fruitori non avranno la macchina, e non si può pretendere che passino metà della loro vacanza a cercare di capire come funzionano i mezzi pubblici e come utilizzarli. Se si spera di far funzionare il GeoTour è essenziale risolvere questo problema. In linea di massima due sono le soluzioni dirette adottabili: la creazione di una linea di trasporto pubblico che segua la direttrice nord sud che è stata data al percorso, o agevolazioni per il noleggio di mezzi di trasporto privato. Probabilmente la cosa migliore da fare sarebbe cercare di agire in entrambe le direzioni, in modo tale da accontentare sia i turisti che preferiscono essere completamente indipendenti, sia quelli che non si fidano a muoversi in autonomia su strade che non conoscono. A tal proposito richiamo alla mente la situazione

della riserva di Bosco di Ficuzza, che trovandosi spostata rispetto alle altre due riserve con cui costituisce il Sicily GeoTour, si trova svantaggiata sotto il punto di vista di numero di log. Personalmente non credo sia un caso che finora l'unico ad aver portato a termine l'intero percorso sia un uomo in viaggio con il suo camper.

Proprio sul discorso delle agevolazioni per il noleggio di mezzi propri si innesta un discorso importantissimo nel complesso di questo progetto: gli sponsor. Il caso scozzese presentato in apertura del capitolo è un ottimo esempio di come la pratica della ricerca di sponsor fra gli esercenti del territorio coinvolto possa dare un impulso molto forte all'intero progetto, in termini di accoglienza da parte della comunità locale, di immagine di destinazione organizzata ed unitaria percepita dal turista, di ritorno economico sul territorio e di consapevolezza di chi lo vive che il turismo può essere una risorsa preziosa e delle pratiche attuate dall'amministrazione per far sì che ciò accada. Ricordiamoci infatti, che anche i migliori strumenti, se sconosciuti, sono destinati a rimanere inutilizzati in un cassetto a ricoprirsi di polvere. Il successo non solo del progetto, ma anche della destinazione turistica deriva dalla collaborazione di tutti. La ricerca di sponsor disposti a finanziare il progetto e/o ad agevolare i turisti che vi prenderanno parte consentirà di affrontare le spese di avviamento e di gestione con maggior facilità, di ampliare l'offerta al turista e di convogliare l'immagine di un territorio vivo e sensibile alla cultura, all'arte e all'ospitalità. Per i soggetti aderenti il ritorno in immagine e pubblicità è potenzialmente molto alto: tutti i dati riportati riguardo alle dimensioni del target del Geocaching e al clima preferenziale creato intorno ai GeoTour, si estende a tutto ciò che li compone, ivi compresi gli sponsor, che verranno opportunamente segnalati sulle pagine Internet ed eventualmente in altri modi. La partecipazione secondo me dovrebbe essere aperta a tutti coloro che si dimostrino disponibili: non solo attività ricettive e di ristorazione, ma anche noleggio di mezzi di trasporto e negozi vari. Il GeoTour è infatti uno strumento di sviluppo di turismo virtuoso, che apporti benefici alla comunità su cui insiste. È quindi un bene di tutti ed è giusto che a tutti sia data la possibilità di partecipare. A questo aggiungo che se si riuscisse a creare una discreta rete di agevolazioni si andrebbe a collocare il GeoTour in una specie di confort zone che faccia sentire il turista coccolato e probabilmente più propenso a lasciarsi coinvolgere nell'offerta. La possibilità di riutilizzare la modalità di bollini premio per le spese nelle attività aderenti al fine di agevolare il completamento del percorso, va valutata, e potrebbe

rivelarsi una buona idea per risolvere il problema delle distanze da percorrere e dell'eventuale senso di scoraggiamento che il turista potrebbe vivere all'idea di non riuscire a portare a termine il circuito.

Un ulteriore stratagemma per evitare in ogni modo che il turista possa percepire la missione come irrealizzabile è quello di definire diversi livelli di completamento così come è stato fatto nei casi studiati, il Sicily GeoTour e l'Explore Royal Deeside. Anche per il percorso patavino si può stabilire una quota minima che dia accesso ad una qualche forma di gratificazione. Al fine di non perdere di vista l'obiettivo di distribuire i visitatori anche al di fuori del centro di Padova, suggerisco di prevedere il regalo del geocoin a chi completi almeno due cicli su quattro del GeoTour, chi ne completa tre, potrebbe per esempio beneficiare di sconti su visite ai musei cittadini, piuttosto che su pernottamenti in città. Per coloro i quali completano l'intero tour potrebbe essere piacevole affiancare un geocoin specifico ad una visita privata a uno spazio normalmente non aperto ai turisti. Aperture di questo genere sono già state realizzate dal comune di Padova, attraverso giornate dedicate alla visita di edifici di valore storico e artistico oggi appartenenti ad associazioni o privati cittadini. Un premio quindi non solo materiale e legato alla logica del souvenir, ma una vera e propria coccola, un ringraziamento speciale della città a chi ha dedicato il suo tempo e le sue energie a conoscerla meglio.

Questo progetto si trova al momento a livello embrionale. Andrà proposto alle autorità competenti ed eventualmente sviluppato sulla base di ulteriori studi. Fra le componenti che non sono state prese in esame ne troviamo infatti di estremamente rilevanti quali il numero complessivo di caches, i giorni previsti per il completamento del percorso, oltre a elementi quali un nome e un logo efficaci, cifre concrete relative a costi e ritorni attesi, obiettivi specifici relativi all'incremento dei turisti in un dato periodo di tempo e molto altro ancora. Allo stato attuale delle cose questo elaborato costituisce una presentazione preliminare di uno strumento che andrà valutato ed eventualmente sviluppato e realizzato.

CAPITOLO 5 - CONCLUSIONI E NUOVI INIZI

Il lavoro svolto fin qui si è configurato come una raccolta di dati e analisi di attività già esistenti al fine di portare anche sul territorio della provincia di Padova lo strumento del GeoTour. Ovviamente, l'aspirazione è quella di tendere sempre ad un miglioramento che, a mio parere è da ricercarsi nel coinvolgimento degli enti e professionisti per il turismo, nel campo del Geocaching e del GeoTour. Finora, almeno in Italia, la compenetrazione fra il gioco sul territorio e i meccanismi di pianificazione dell'esperienza turistica è avvenuta in condizioni non appropriate, lontane dalle logiche di destination management che consentono a progetti di questo tipo di agire più efficacemente sul territorio. Non è sufficiente, infatti, che l'azione venga guidata esclusivamente secondo le logiche dello sviluppo rurale che è uno degli obiettivi del GeoTour e del Geocaching in generale, ma non ne è il fulcro. Non basta approntare qualcosa che richiami l'attenzione. La risorsa attrattiva va trasformata, fatta evolvere, inserita in un contesto consono a farla diventare un prodotto turistico. La realtà in questo settore è estremamente multi sfaccettata, troppo per essere lasciata in uno stato monodimensionale o bidimensionale.

Quella presentata nel quarto capitolo al momento non è che una proposta, ma è mia intenzione presentarla agli enti di governo cittadino per cercare di promuoverne lo sviluppo. Sarà in quella fase che verranno determinati il numero e il tipo dei caches, la loro localizzazione, la definizione di un budget di spesa e che verrà avviata la concreta ricerca che sostengano il progetto sia economicamente, sia con un contributo più pratico e diretto al miglioramento dell'esperienza di visita dei turisti che il GeoTour richiamerà.

Al di là di quelle che saranno le esigenze e peculiarità una volta che il progetto dovesse partire, la fattibilità a livello teorico è indubbia:

1. *Visibilità*: il Geocaching raggiunge un numero molto elevato di persone, gli utenti registrati sono 15 milioni al momento in cui parliamo.
2. *Comunità*: i giocatori sono raccolti in una comunità. Certo, non tutti si sentono coinvolti allo stesso modo, ma questo meccanismo crea comunque dei legami fra geocachers che amplificano la risonanza e la forza dei messaggi lanciati sul sito ufficiale del gioco.

3. *Brand*: strettamente collegato al punto precedente e dovuto all'abilità nel marketing dimostrata dall'azienda proprietaria del gioco, Groundspeak, la fedeltà al brand Geocaching è molto alta. Non si va alla ricerca di un qualunque oggetto dotato di coordinate GPS, ma solo di quelli ufficiali, che possono essere sfoggiati con orgoglio nel proprio portfolio di caccia. Inoltre, puntando proprio sull'ufficialità e sul senso di appartenenza alla comunità, molti gadget e attrezzi sono stati lanciati sul mercato e proprio questi, inseriti nel contesto del GeoTour come premi o anche solo oggetti personalizzati secondo il tour che se ne serve e quindi percepiti come rari e collezionabili, possono funzionare come leve per invogliare le persone a partecipare e come ulteriore fonte di guadagno per il promotore grazie alla loro vendita.
4. *Puntualità e misurabilità*: l'utilizzo di tecnologie di geo-localizzazione e la gestione delle attività attraverso internet si configura come un metodo per controllare effettivamente quante persone si impegnano nell'attività di ricerca sul territorio e per tracciarne gli spostamenti. Questi ultimi, non solo possono essere rintracciati, ma anche guidati grazie alla proposta di un percorso pianificato e concretamente spiegato al giocatore nella sua unitarietà, il che si traduce in parole povere alla possibilità di condurre i turisti esattamente dove si vuole che vadano, con tutti i benefici che questa funzione comporta a livello di salvaguardia e sviluppo del territorio e di ricadute economiche sul di esso.
5. *Inter connettività con la comunità locale*: oltre alla possibilità di guidare i turisti sul territorio per far sì che siano attivi anche in zone normalmente escluse dai percorsi classici, il GeoTour può invogliare i cittadini a partecipare alla sua creazione. Certo, è fondamentale spiegare loro in cosa consiste questo nuovo mezzo in maniera tale che possano comprendere quanto questo non sia solo l'ennesima iniziativa prettamente turistica, ma un vero e proprio piano per mettere il turismo al servizio degli stakeholders e non solo quelli direttamente coinvolti nel settore. Si pensi anche a supermercati, farmacie, così come gioiellerie, negozi di scarpe o di abbigliamento: per ognuno di essi un incremento nel traffico delle persone presenti nella loro zona è direttamente proporzionale all'aumento dei possibili clienti.

6. *Rispetto del territorio*: i caches variano molto nelle loro forme e dimensioni, si possono quindi adattare alla situazione in cui vengono collocati e, grazie alla natura del gioco, sono perfettamente mimetizzati in esso. Tali fattori rendono il gioco realizzabile anche in aree protette. In ogni caso, il risultato sarà un'infrastruttura invisibile che guida i movimenti dei turisti e racconta loro storie e particolarità dei luoghi in cui si trovano e delle persone che li abitano.
7. *Distribuzione dei costi e ritorno di investimento*: le spese da sostenere per la creazione, il mantenimento e la promozione sono distribuibili fra più soggetti: l'Unione Europea in primis ha già dimostrato di essere sensibile all'argomento sostenendo, senza allontanarsi dai casi in Italia, il Sicily GeoTour e premiando il progetto R.EM proposto dalla collaborazione di diversi GAL del Veneto che comprende un percorso di Geocaching come strumento di valorizzazione del territorio. A questo si aggiunga, in virtù dell'indotto che può essere generato da questa pratica e la visibilità che acquisterebbero diventando parte di essa, l'interesse di molti soggetti locali a partecipare attivamente alle spese potendo così essere esplicitamente segnalati per la loro sensibilità nei materiali dedicati al tour, oppure per la loro partecipazione attraverso agevolazioni ai geocacher che si tradurrebbe in un aiuto materiale all'amministrazione nella soluzione di problemi concreti relativi al progetto (la necessità di fornire adeguati mezzi di trasporto richiamata nel capitolo precedente ne è un valido esempio).

Chiaramente tutto questo va calato nella realtà in cui concretamente si realizzerà il GeoTour, molte cose andranno riviste e sistemate. Perché tutto funzioni al meglio è indispensabile lavorare in un'ottica che definirei sartoriale: nulla viene calato sul territorio, ma, al contrario, le linee guida delineate saranno la base per un prodotto realizzato su misura per la realtà coinvolta.

Un trampolino di lancio

Trovo difficile apporre la parola fine a qualcosa che è solo l'inizio di quello che potrebbe diventare un progetto concreto, vivo e vibrante. Per questo, la conclusione di questo elaborato non sarà un punto di arrivo, ma di partenza.

Ho concentrato la mia analisi sulla città di Padova perché è il territorio a cui appartengo, e che vivo, di cui conosco direttamente debolezze, punti di forza e potenzialità; ma anche in funzione delle sue limitate dimensioni che la rendono più adatta allo svolgimento di un piano di studio. Tuttavia esiste una realtà ben più vasta e che tanto beneficio trarrebbe da un piano che consentisse una distribuzione più capillare dei turisti al suo interno. Non nominarla sarebbe segno di grande miopia e di mancata comprensione delle potenzialità che lo strumento analizzato ha da offrire. Mi riferisco al Veneto e alla questione del sovraffollamento di Venezia. La città è indubbiamente sottoposta a uno stress fisico e psicologico non indifferente a causa di frotte di turisti che vi si riversano. L'eccesso di turisticità del centro urbano è immediatamente visibile dalla difficoltà con cui in certi periodi ci si sposta sia a piedi, sia coni mezzi pubblici, sia dalla prevalenza in certe zone di attività commerciali prettamente turistiche a discapito di quelle necessarie ai cittadini. Una situazione delicata quindi, che rischia di trasformare il turismo da risorsa a rovina. Venezia in sé non ha certamente bisogno di una pratica che le apporti più turisti, piuttosto di una che li disciplini, che li distribuisca sul suo territorio e al di fuori di esso e che possa promuovere un turismo di qualità, soprattutto a livello di trasformazione delle escursioni giornaliere in pernottamenti. Lo studio proposto per Padova potrebbe quindi essere ampliato su scala regionale, prevedendo un percorso che stimoli i turisti a lasciare Venezia per dirigersi verso l'entroterra; a lasciare le grandi città per scoprire anche il territorio rurale circostante. La più volte citata serie R.EM è un esempio in piccolo di quello che potrebbe diventare un progetto di questo tipo. Il percorso esistente tuttavia non è a mio parere sufficientemente esteso né forte (a livello di immagine e di promozione) e andrebbe implementato, o affiancato da un tour che abbia una fortissima capacità di attrattiva. Il GeoTour così applicato porterebbe i turisti a scoprire la ricchezza del territorio veneto nel suo insieme. Certo è che dimensioni di questo tipo comportano maggiori problematicità da affrontare. Negli Stati Uniti e in Canada, dove la pratica del GeoTour è più diffusa, è più facile avanzare proposte di questo genere, giacché i turisti ed enti promotori sono già abituati a questa modalità di visita ed attrezzati per affrontarla al meglio. Qui in Italia, invece, la strada è appena stata delineata. Intraprendere un progetto di tale respiro potrebbe quindi essere rischioso, ma potrebbe anche essere la giusta soluzione a un problema che si protrae ormai da anni. È mio parere che la chiave vincente possa essere

rappresentata da una stretta collaborazione con la popolazione locale. Se, infatti, tramite la spontanea partecipazione degli esercenti sarà messa a disposizione dei turisti una solida e fitta rete di assistenza, servizi e agevolazioni, sarà possibile offrire una elevatissima qualità del sistema che farà sentire a proprio agio i visitatori e parallelamente permetterà ai sostenitori del progetto di avere ottime possibilità di ricadute economiche. L'unitarietà e la solidità dell'intero percorso e del processo organizzativo che ne è alla base è fondamentale: maggiori le distanze e gli attori coinvolti, maggiori le possibilità di discrepanze. Invece, il turista non dovrà mai sentirsi disperso o spaesato, ma accolto, guidato e cullato da un sistema inequivocabile. Non dovranno esserci parti oggettivamente più meritevoli di altre, o continueranno ad esistere delle nicchie di concentrazione turistica e delle zone dimenticate. Questo non vuol dire procedere a una standardizzazione del territorio e della sua cultura, ma al mantenimento di caratteristiche specifiche di accessibilità, accoglienza e avventura che stimolino i visitatori a proseguire il loro viaggio in una continua scoperta.

Il premio offerto dovrà essere all'altezza degli standard perseguiti. Come ho già espresso riguardo al caso patavino, non vorrei limitarmi al geocoin per due semplici motivi:

- è un premio standard, offerto da molti GeoTours
- ha una connotazione emotiva e una finalità collezionistica solo per i geocachers, ma chi scoprisse il Geocaching proprio attraverso la proposta della Regione Veneto probabilmente non sarebbe molto soddisfatto di questo tipo di premio.

Insisto sulla connotazione emotiva perché proprio le emozioni sono in grado di incidere molto più a fondo nella memoria rispetto a quanto possa fare un semplice oggetto. Inoltre, date le dimensioni che il tour assumerebbe e le risorse necessarie a percorrerlo nella sua interezza, trovo opportuno premiare coloro i quali dovessero riuscire nell'intento con qualcosa di speciale ed unico: un pernottamento in una città veneta a scelta (in questo caso andrebbe compilata una lista di hotel aderenti disponibili ad erogare il servizio), biglietti per uno spettacolo in uno dei grandi teatri veneti, una cena in ristoranti caratteristici… le possibilità in questo campo sono molteplici e, sempre attraverso la pratica della partnership, sarebbero economicamente sostenibili. Soprattutto, unite al resto del

progetto, creerebbero una potente immagine del Veneto come destinazione turistica coesa, accogliente ed emozionante.

APPENDICI

Raccolta delle tabelle e dei grafici analizzati ed elaborati per il capitolo 2

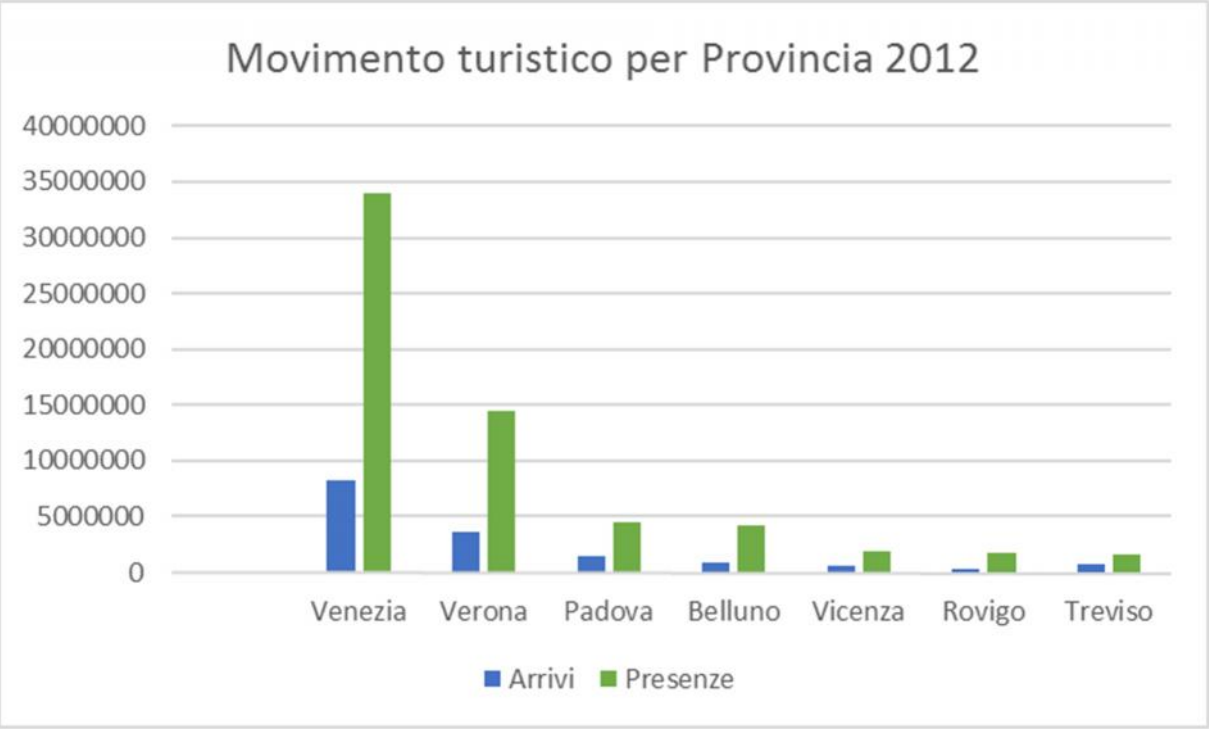
Tabelle Elaborazioni della Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat - Regione Veneto

Grafici: elaborazioni proprie.

Movimento turistico in Veneto, elaborazione per provincia.

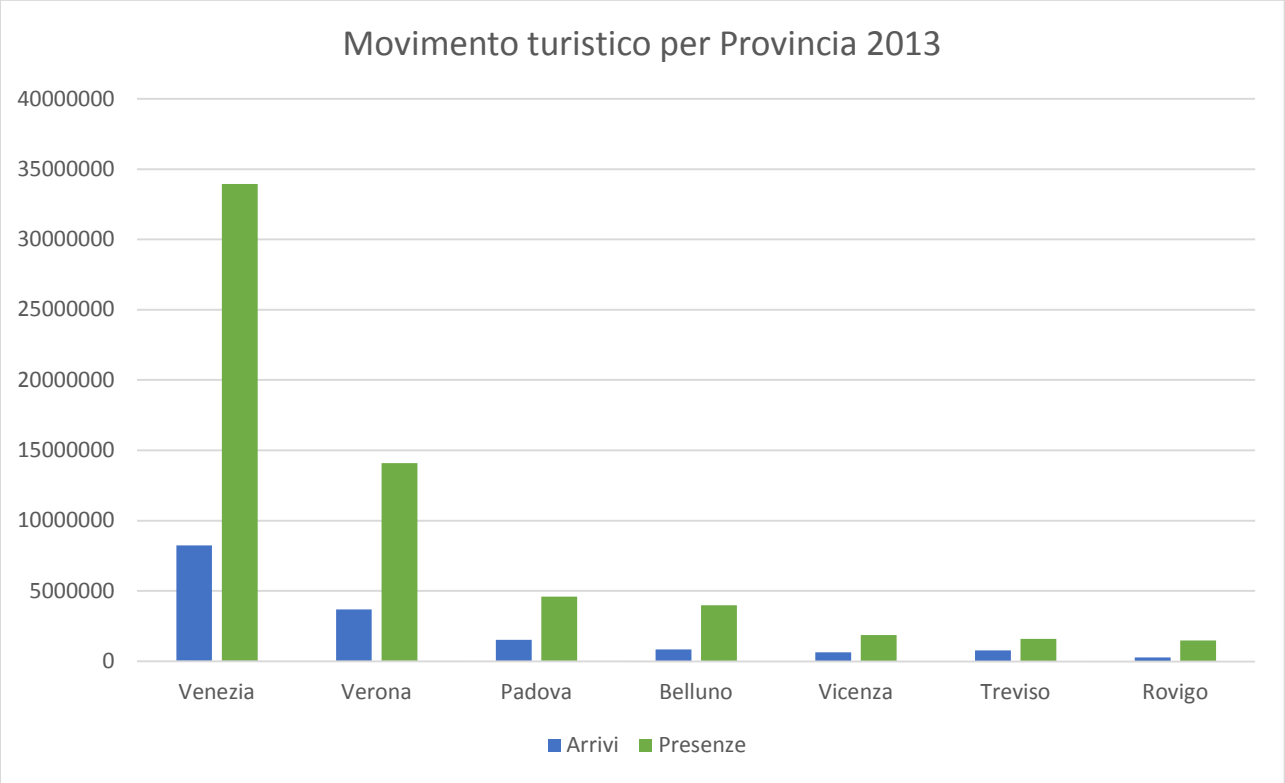
Anno 2012

	TOTALE	
	Arrivi	**Presenze**
Venezia	8207371	34037263
Verona	3655199	14431079
Padova	1446808	4471228
Belluno	847474	4175874
Vicenza	618047	1914400
Rovigo	276576	1698828
Treviso	767050	1622985



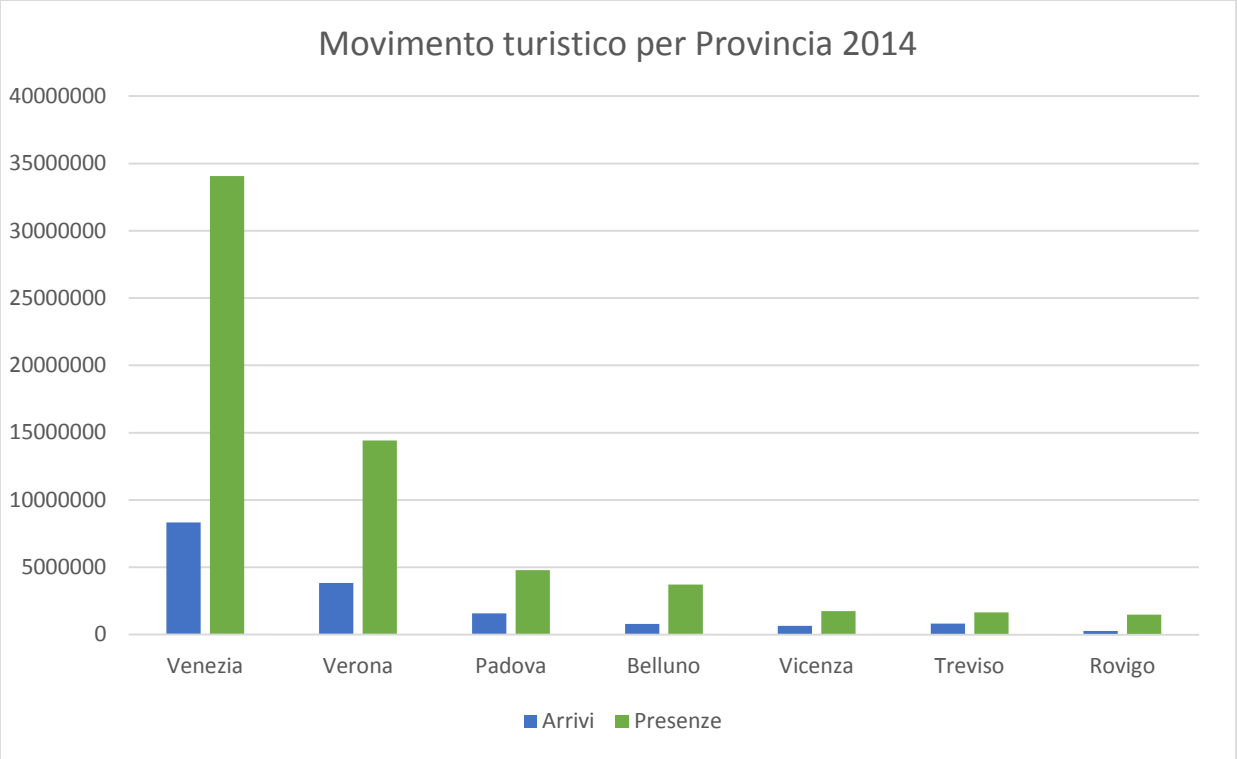
Anno 2013

	TOTALE	
	Arrivi	**Presenze**
Venezia	8240596	33938624
Verona	3695038	14094314
Padova	1521794	4596931
Belluno	845794	3987658
Vicenza	643772	1853805
Treviso	767750	1581430
Rovigo	270228	1480519

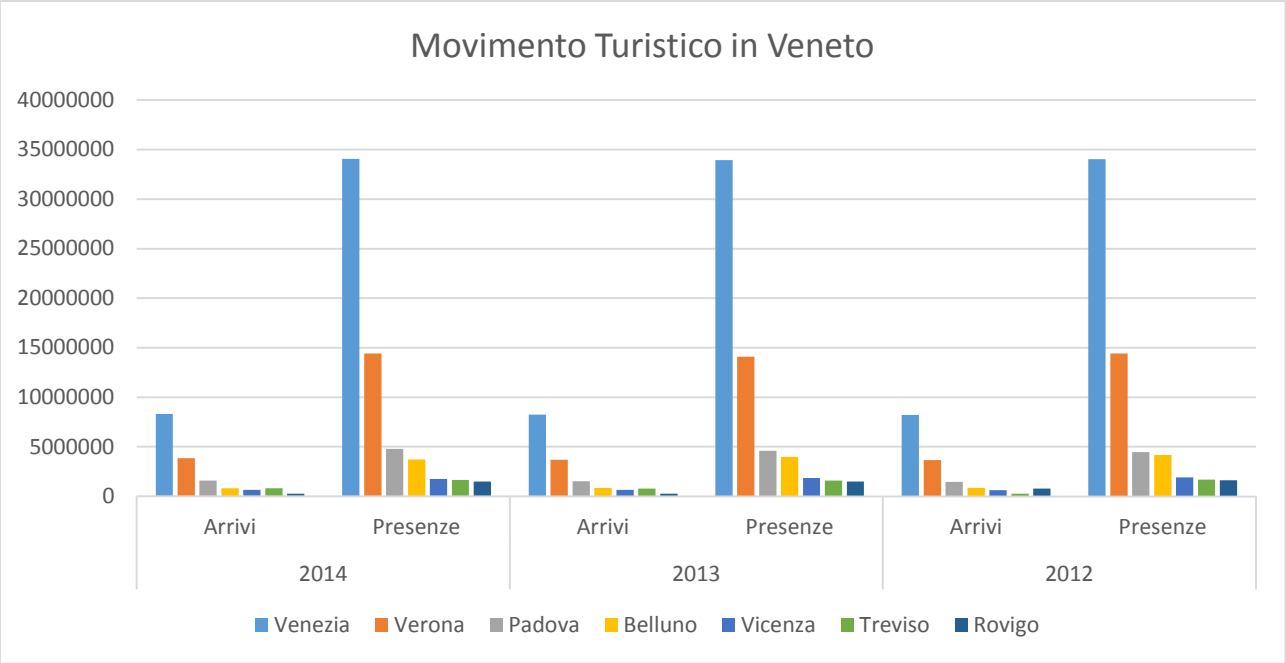


Anno 2014

	TOTALE	
	Arrivi	**Presenze**
Venezia	8323059	34051434
Verona	3835525	14429063
Padova	1586119	4796013
Belluno	797673	3707145
Vicenza	638853	1754453
Treviso	807091	1638701
Rovigo	274159	1483157



Triennio 2012-2014



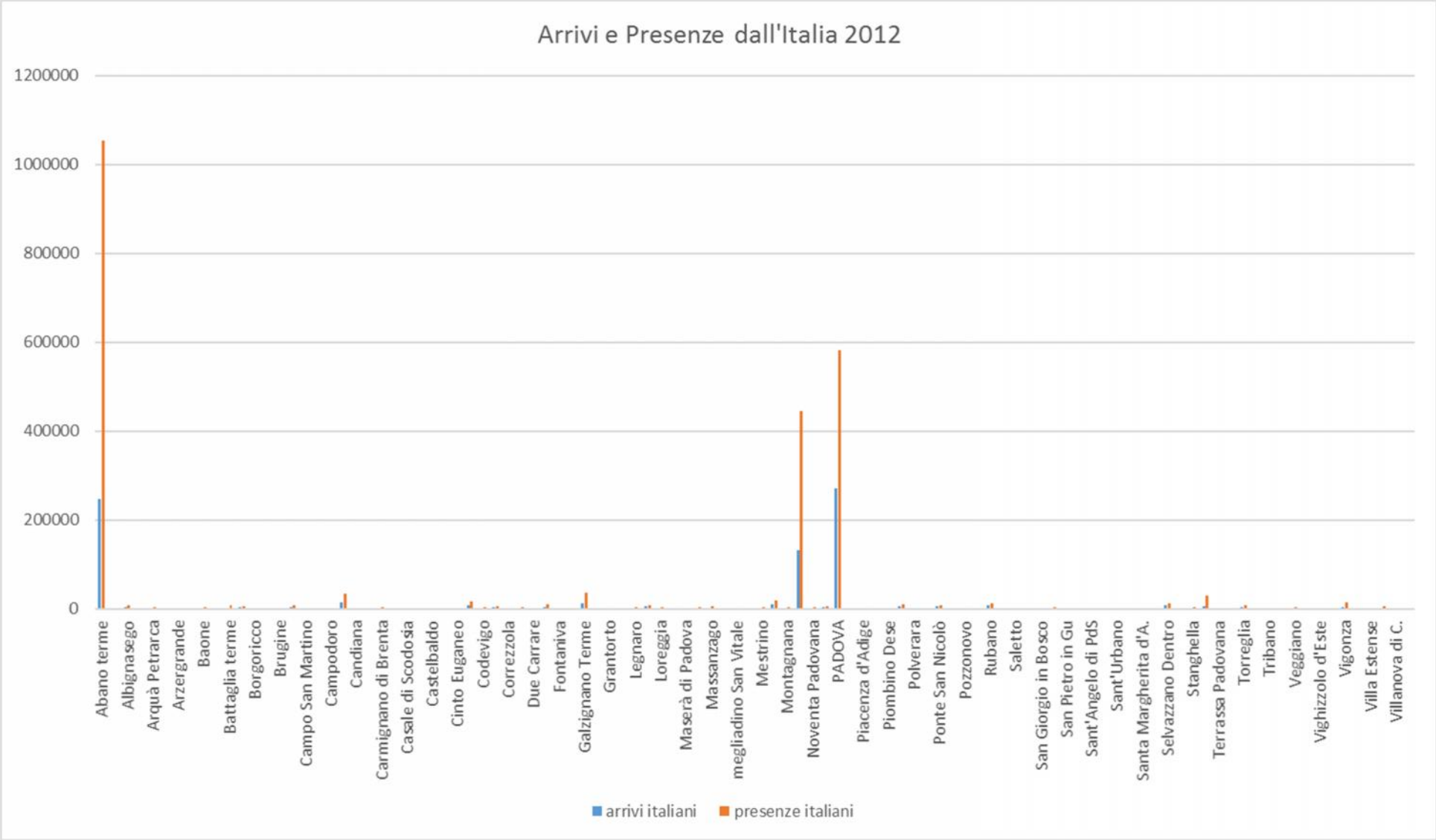
Arrivi e presenze sul territorio di Padova e provincia per comune

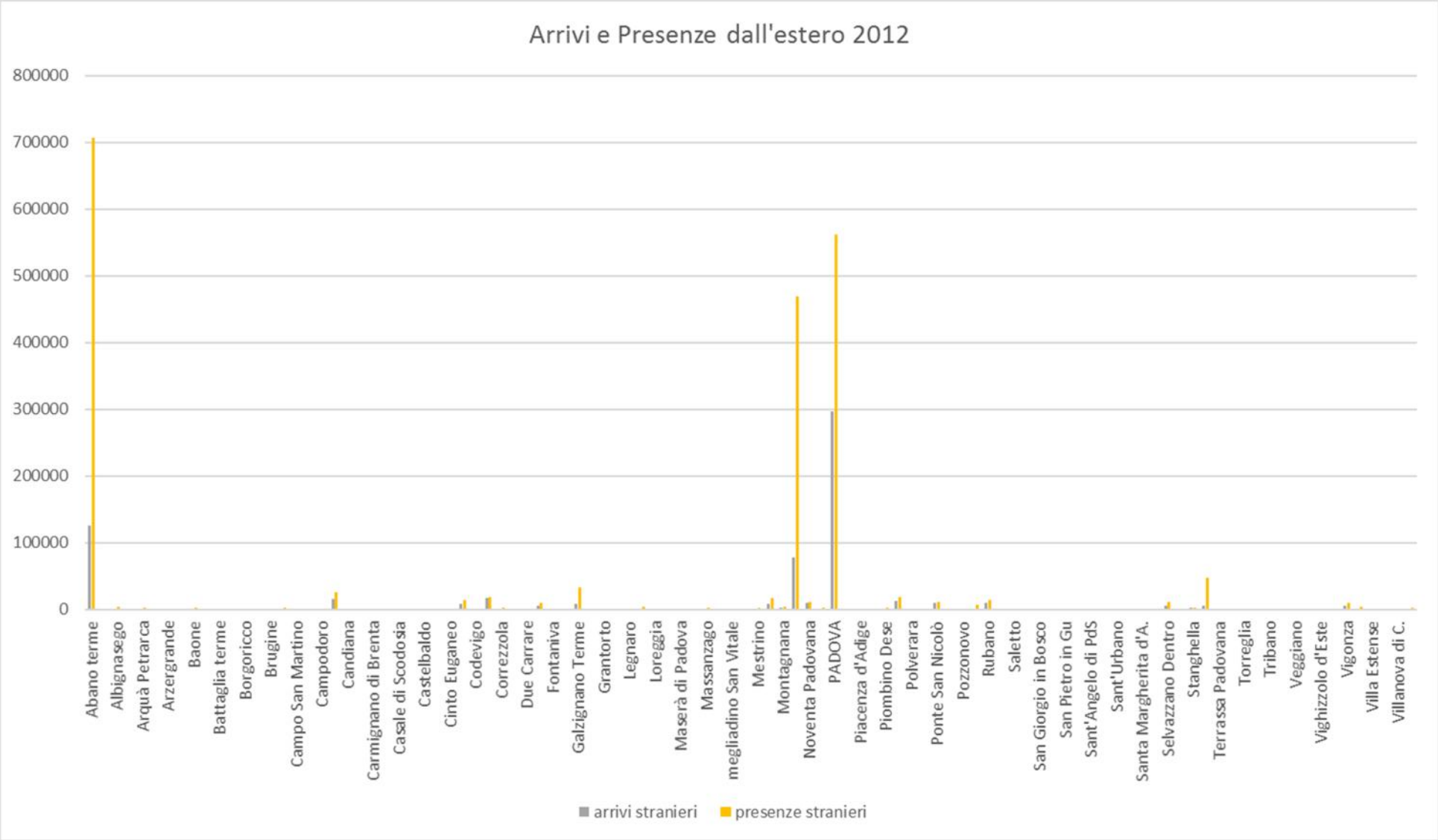
Anno 2012

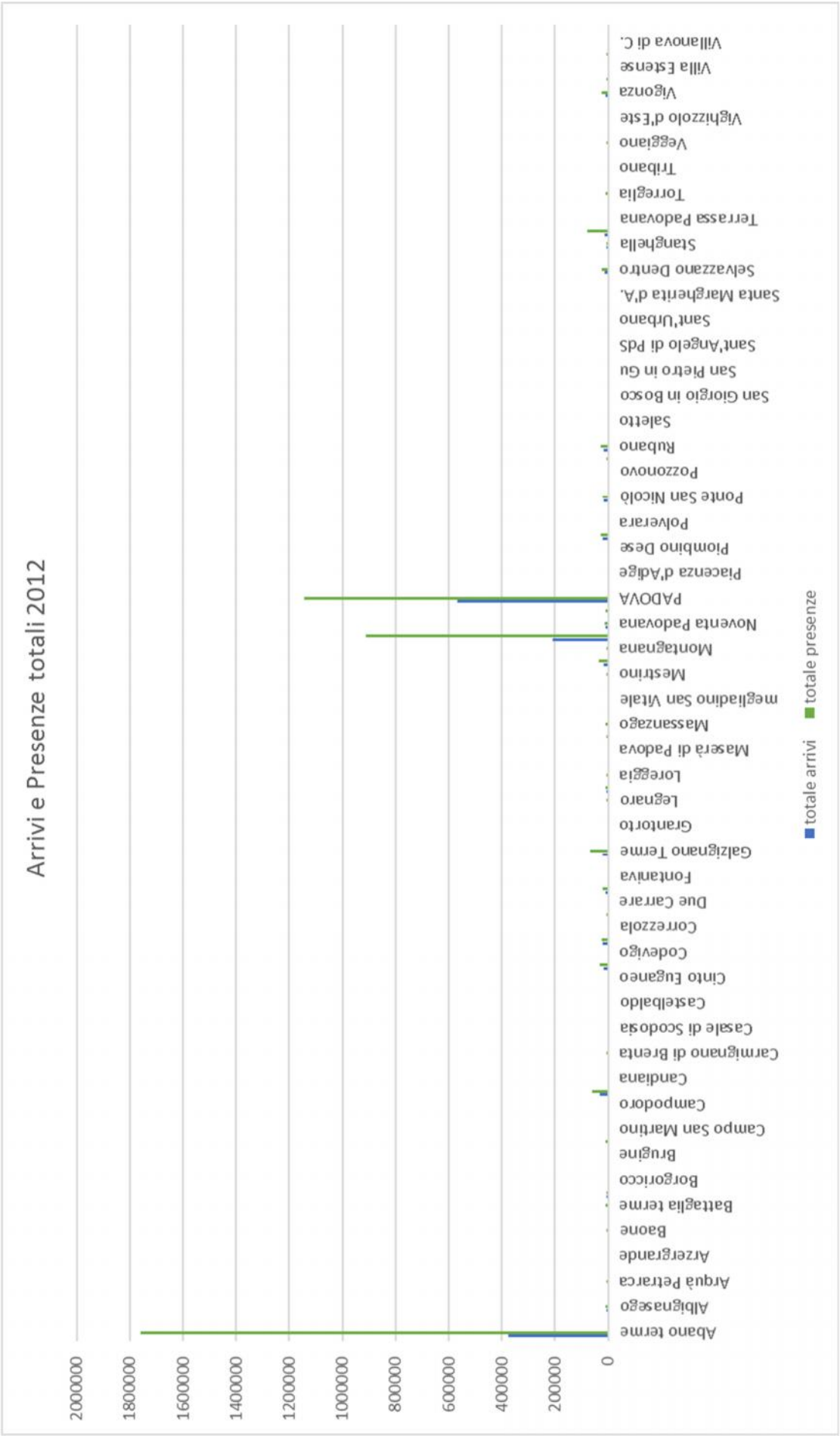
comune	arrivi italiani	presenze italiani	arrivi stranieri	presenze stranieri	totale arrivi	totale presenze
Abano terme	247782	1052830	126036	706587	373818	1759417
Agna	*	*	*	*	*	*
Albignasego	4335	7360	1304	3065	5639	10425
Anguillara Veneta	*	*	*	*	*	*
Arquà Petrarca	1007	4051	487	2870	1494	6921
Arre	*	*	*	*	*	*
Arzergrande	*	*	*	*	*	*
Bagnoli di Sopra	15	65	8	45	23	110
Baone	1436	3838	503	2470	1939	6308
Barbona	*	*	*	*	*	*
Battaglia terme	723	6712	209	1355	932	8067
Boara Pisani	3749	5961	640	838	4389	6799
Borgoricco	742	2135	170	695	912	2830
Bovolenta	*	*	*	*	*	*
Brugine	17	17	0	0	17	17
Cadoneghe	2838	8060	847	2460	3685	10520
Campo San Martino	*	*	*	*	*	*
Campodarsego	*	*	*	*	*	*
Campodoro	*	*	*	*	*	*
Camposampiero	14232	33255	15882	25229	30114	58484
Candiana	*	*	*	*	*	*
Carceri	*	*	*	*	*	*
Carmignano di Brenta	1192	2826	503	1308	1695	4134
Cartura	*	*	*	*	*	*
Casale di Scodosia	*	*	*	*	*	*
Casalserugo	268	997	44	215	312	1212
Castelbaldo	*	*	*	*	*	*
Cervarese Santa Croce	51	214	9	64	60	278
Cinto Euganeo	54	98	73	675	127	773
Cittadella	8623	16404	8665	13355	17288	29759
Codevigo	826	2842	374	808	1200	3650
Conselve	3716	5629	17280	18629	20996	24258
Correzzola	674	1697	145	1514	819	3211
Curtarolo	1559	3531	165	341	1724	3872
Due Carrare	318	1451	117	546	435	1997
Este	3965	10113	5475	9487	9440	19600
Fontaniva	221	513	97	196	318	709
Galliera Veneta	*	*	*	*	*	*

Galzignano Terme	12985	36146	7520	32136	20505	68282
Gazzo	*	*	*	*	*	*
Grantorto	52	143	29	88	81	231
Granze	*	*	*	*	*	*
Legnaro	1244	3054	300	1341	1544	4395
Limena	4645	7875	1094	3031	5739	10906
Loreggia	2095	3234	366	618	2461	3852
Lozzo Atestino	*	*	*	*	*	*
Maserà di Padova	*	*	*	*	*	*
Masi	1881	3393	289	706	2170	4099
Massanzago	2158	5662	1153	2613	3311	8275
Megliadino San Fidenzio	*	*	*	*	*	*
megliadino San Vitale	*	*	*	*	*	*
Merlara	*	*	*	*	*	*
Mestrino	2202	3937	870	2020	3072	5957
Monselice	10201	17737	7311	15994	17512	33731
Montagnana	1857	3825	1843	3259	3700	7084
Montegrotto Terme	131825	443639	77426	468793	209251	912432
Noventa Padovana	1030	2500	9242	11257	10272	13757
Ospedaletto euganeo	2683	5623	780	1856	3463	7479
PADOVA	269803	581940	296172	562067	565975	1144007
Pernumia	*	*	*	*	*	*
Piacenza d'Adige	*	*	*	*	*	*
Piazzola sul Brenta	376	1024	74	212	450	1236
Piombino Dese	90	1100	103	1643	193	2743
Piove di Sacco	5815	9369	12458	17555	18273	26924
Polverara	*	*	*	*	*	*
Ponso	*	*	*	*	*	*
Ponte San Nicolò	5470	7638	9800	10854	15270	18492
Pontelongo	*	*	*	*	*	*
Pozzonovo	*	*	*	*	*	*
Rovolon	187	614	893	6375	1080	6989
Rubano	8353	12862	9696	13220	18049	26082
Saccolongo	*	*	*	*	*	*
Saletto	*	*	*	*	*	*
San Giorgiodelle Pertiche	*	*	*	*	*	*
San Giorgio in Bosco	*	*	*	*	*	*
San Martiino di Lupari	1624	2753	92	317	1716	3070

San Pietro in Gu	*	*	*	*	*	*
San Pietro Viminario	*	*	*	*	*	*
Sant'Angelo di PdS	*	*	*	*	*	*
Sant'Elena	195	276	124	253	319	529
Sant'Urbano	*	*	*	*	*	*
Santa Giustina in Colle	63	951	4	34	67	985
Santa Margherita d'A.	*	*	*	*	*	*
Saonara	*	*	*	*	*	*
Selvazzano Dentro	7374	11485	5471	10387	12845	21872
Solesino	*	*	*	*	*	*
Stanghella	1458	2746	2547	2825	4005	5571
Teolo	6078	30205	5245	47467	11323	77672
Terrassa Padovana	*	*	*	*	*	*
Tombolo	*	*	*	*	*	*
Torreglia	2425	7058	439	1272	2864	8330
Trebaseleghe	1175	2243	291	908	1466	3151
Tribano	84	296	8	17	92	313
Urbana	393	927	103	685	496	1612
Veggiano	48	3929	7	39	55	3968
Vescovana	550	788	14	48	564	836
Vighizzolo d'Este	*	*	*	*	*	*
Vigodarzere	*	*	*	*	*	*
Vigonza	4099	13929	4479	9776	8578	23705
Villa del Conte	1041	2189	355	3857	1396	6046
Villa Estense	*	*	*	*	*	*
Villafranca Padovana	1298	5062	453	914	1751	5976
Villanova di C.	*	*	*	*	*	*
Vo'	146	577	254	2100	400	2677


Arrivi e Presenze dall'Italia 2012
1200000
1000000
800000
600000
400000
200000
0
Abano terme
Albignasego
Arquà Petrarca
Arzergrande
Baone
Battaglia terme
Borgoricco
Brugine
Campo San Martino
Campodoro
Candiana
Carmignano di Brenta
Casale di Scodosia
Castelbaldo
Cinto Euganeo
Codevigo
Correzzola
Due Carrare
Fontaniva
Galzignano Terme
Grantorto
Legnaro
Loreggia
Maserà di Padova
Massanzago
megliadino San Vitale
Mestrino
Montagnana
Noventa Padovana
PADOVA
Piacenza d'Adige
Piombino Dese
Polverara
Ponte San Nicolò
Pozzonovo
Rubano
Saletto
San Giorgio in Bosco
San Pietro in Gu
Sant'Angelo di PdS
Sant'Urbano
Santa Margherita d'A.
Selvazzano Dentro
Stanghella
Terrassa Padovana
Torreglia
Tribano
Veggiano
Vighizzolo d'Este
Vigonza
Villa Estense
Villanova di C.
arrivi italiani
presenze italiani


Arrivi e Presenze dall'estero 2012
800000
700000
600000
500000
400000
300000
200000
100000
0
Abano terme
Albignasego
Arquà Petrarca
Arzergrande
Baone
Battaglia terme
Borgoricco
Brugine
Campo San Martino
Campodoro
Candiana
Carmignano di Brenta
Casale di Scodosia
Castelbaldo
Cinto Euganeo
Codevigo
Correzzola
Due Carrare
Fontaniva
Galzignano Terme
Grantorto
Legnaro
Loreggia
Maserà di Padova
Massanzago
megliadino San Vitale
Mestrino
Montagnana
Noventa Padovana
PADOVA
Piacenza d'Adige
Piombino Dese
Polverara
Ponte San Nicolò
Pozzonovo
Rubano
Saletto
San Giorgio in Bosco
San Pietro in Gu
Sant'Angelo di PdS
Sant'Urbano
Santa Margherita d'A.
Selvazzano Dentro
Stanghella
Terrassa Padovana
Torreglia
Tribano
Veggiano
Vighizzolo d'Este
Vigonza
Villa Estense
Villanova di C.
arrivi stranieri
presenze stranieri

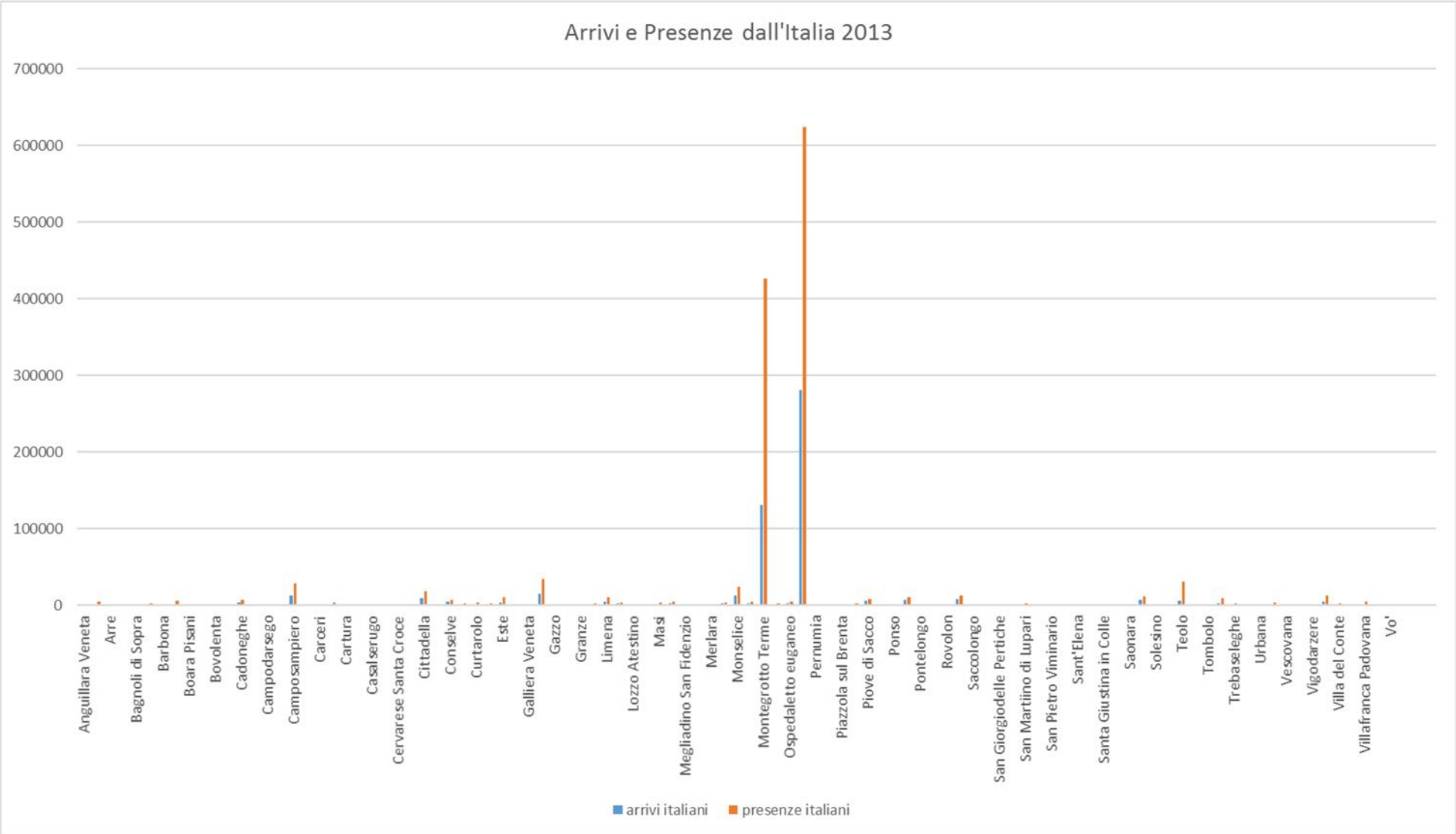

Arrivi e Presenze totali 2012
2000000
1800000
1600000
1400000
1200000
1000000
800000
600000
400000
200000
0
Abano terme
Albignasego
Arquà Petrarca
Arzergrande
Baone
Battaglia terme
Borgoricco
Brugine
Campo San Martino
Campodoro
Candiana
Carmignano di Brenta
Casale di Scodosia
Castelbaldo
Cinto Euganeo
Codevigo
Correzzola
Due Carrare
Fontaniva
Galzignano Terme
Granforto
Legnaro
Loreggia
Maserà di Padova
Massanzago
megliadino San Vitale
Mestrino
Montagnana
Noventa Padovana
PADOVA
Piacenza d'Adige
Piombino Dese
Polverara
Ponte San Nicolò
Pozzonovo
Rubano
Saletto
San Giorgio in Bosco
San Pietro in Gu
Sant'Angelo di Pds
Sant'Urbano
Santa Margherita d'A.
Selvazzano Dentro
Stanghella
Terrasa Padovana
Torreglia
Tribano
Veggiano
Vighizzolo d'Este
Vigonza
Villa Estense
Villanova di C.
totale arrivi
totale presenze

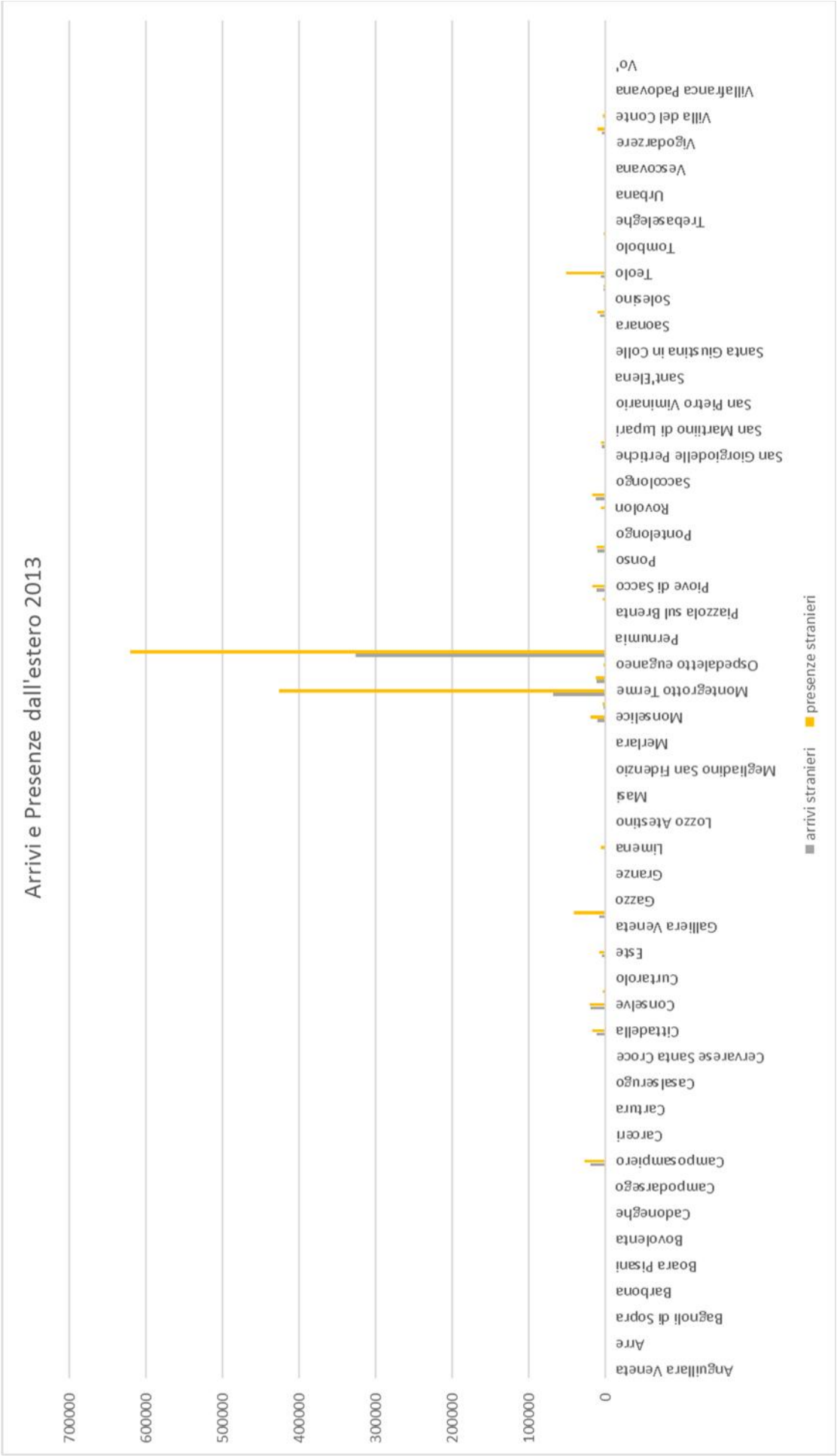
Anno 2013

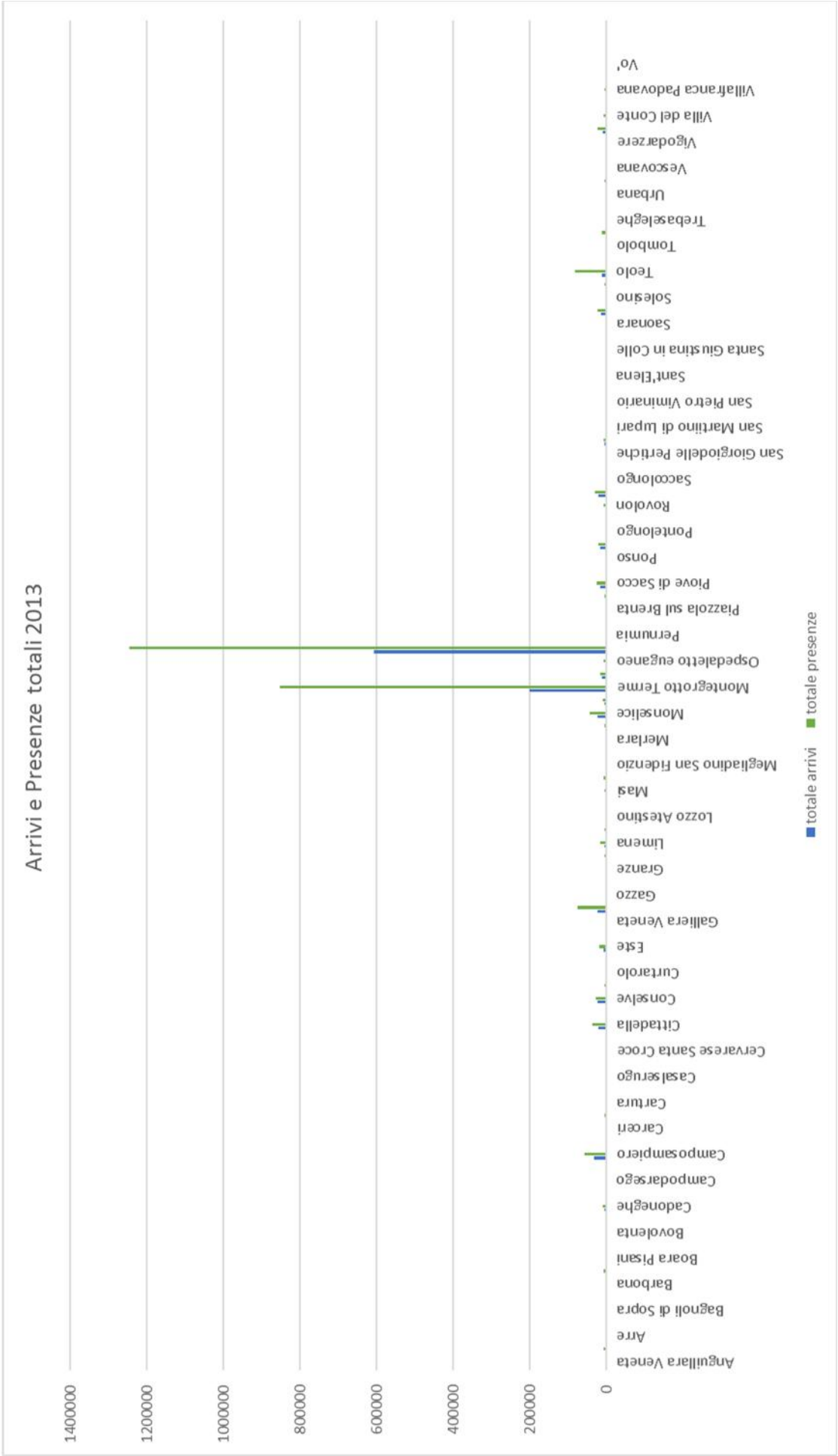
comune	arrivi italiani	presenze italiani	arrivi stranieri	presenze stranieri	totale arrivi	totale presenze
Abano terme	255899	1037556	140631	767509	396530	1805065
Agna	*	*	*	*	*	*
Albignasego	4162	8445	1454	3395	5616	11840
Anguillara Veneta	*	*	*	*	*	*
Arquà Petrarca	1291	4363	358	1633	1649	5996
Arre	*	*	*	*	*	*
Arzergrande	*	*	*	*	*	*
Bagnoli di Sopra	0	2	0	0	0	2
Baone	1135	2686	124	624	1259	3310
Barbona	*	*	*	*	*	*
Battaglia terme	612	5914	198	1281	810	7195
Boara Pisani	*	*	*	*	*	*
Borgoricco	912	1624	168	435	1080	2059
Bovolenta	*	*	*	*	*	*
Brugine	2	2	0	0	2	2
Cadoneghe	3233	7316	616	1510	3849	8826
Campo San Martino	*	*	*	*	*	*
Campodarsego	*	*	*	*	*	*
Campodoro	*	*	*	*	*	*
Camposampiero	12925	29043	19657	27717	32582	56760
Candiana	*	*	*	*	*	*
Carceri	*	*	*	*	*	*
Carmignano di Brenta	988	3019	453	1091	1441	4110
Cartura	*	*	*	*	*	*
Casale di Scodosia	*	*	*	*	*	*
Casalserugo	302	760	63	312	365	1072
Castelbaldo	*	*	*	*	*	*
Cervarese Santa Croce	57	534	14	72	71	606
Cinto Euganeo	1	7	32	486	33	493
Cittadella	9036	18559	11072	17524	20108	36083
Codevigo	720	1330	231	513	951	1843
Conselve	4609	6872	19114	20329	23723	27201
Correzzola	936	1785	1198	2945	2134	4730
Curtarolo	1517	2968	126	272	1643	3240
Due Carrare	343	1916	113	859	456	2775
Este	3516	10016	4145	8100	7661	18116
Fontaniva	401	666	74	208	475	874
Galliera Veneta	*	*	*	*	*	*
Galzignano Terme	14812	33623	8496	41121	23308	74744

Gazzo	*	*	*	*	*	*
Grantorto	25	56	8	21	33	77
Granze	*	*	*	*	*	*
Legnaro	1122	2686	263	1245	1385	3931
Limena	4508	10465	1314	5746	5822	16211
Loreggia	2033	3165	299	648	2332	3813
Lozzo Atestino	0	0	16	352	16	352
Maserà di Padova	*	*	*	*	*	*
Masi	1710	3700	611	899	2321	4599
Massanzago	1822	4209	899	1737	2721	5946
Megliadino San Fidenzio	*	*	*	*	*	*
Megliadino San Vitale	*	*	*	*	*	*
Merlara	*	*	*	*	*	*
Mestrino	1826	3324	825	1719	2651	5043
Monselice	13097	23828	9890	19217	22987	43045
Montagnana	1985	4905	2070	3644	4055	8549
Montegrotto Terme	130875	426594	68347	426032	199222	852626
Noventa Padovana	1141	2621	11496	13059	12637	15680
Ospedaletto euganeo	2611	5186	721	2743	3332	7929
PADOVA	281402	624405	326056	621014	607458	1245419
Pernumia	*	*	*	*	*	*
Piacenza d'Adige	*	*	*	*	*	*
Piazzola sul Brenta	209	1031	32	123	241	1154
Piombino Dese	641	1855	464	2960	1105	4815
Piove di Sacco	5377	8346	11789	17016	17166	25362
Polverara	3	12	2	14	5	26
Ponso	*	*	*	*	*	*
Ponte San Nicolò	6447	10015	10170	11198	16617	21213
Pontelongo	*	*	*	*	*	*
Pozzonovo	*	*	*	*	*	*
Rovolon	273	944	723	6311	996	7255
Rubano	7755	12136	12936	16715	20691	28851
Saccolongo	*	*	*	*	*	*
Saletto	*	*	*	*	*	*
San Giorgiodelle Pertiche	*	*	*	*	*	*
San Giorgio in Bosco	827	1442	4735	5636	5562	7078
San Martiino di Lupari	1399	2664	65	206	1464	2870
San Pietro in Gu	*	*	*	*	*	*

San Pietro Viminario	*	*	*	*	*	*
Sant'Angelo di PdS	*	*	*	*	*	*
Sant'Elena	*	*	*	*	*	*
Sant'Urbano	*	*	*	*	*	*
Santa Giustina in Colle	80	532	6	57	86	589
Santa Margherita d'A.	*	*	*	*	*	*
Saonara	20	73	2	10	22	83
Selvazzano Dentro	7425	11531	6689	10705	14114	22236
Solesino	*	*	*	*	*	*
Stanghella	903	1534	2650	2766	3553	4300
Teolo	5912	30978	5645	51478	11557	82456
Terrassa Padovana	*	*	*	*	*	*
Tombolo	*	*	*	*	*	*
Torreglia	2186	9201	539	1809	2725	11010
Trebaseleghe	1185	1999	279	833	1464	2832
Tribano	239	424	59	90	298	514
Urbana	246	514	54	312	300	826
Veggiano	22	3691	2	133	24	3824
Vescovana	303	407	30	104	333	511
Vighizzolo d'Este	*	*	*	*	*	*
Vigodarzere	272	511	28	51	300	562
Vigonza	4753	12309	4377	9915	9130	22224
Villa del Conte	1246	2764	442	3813	1688	6577
Villa Estense	*	*	*	*	*	*
Villafranca Padovana	1225	4551	197	400	1422	4951
Villanova di C.	*	*	*	*	*	*
Vo'	114	456	154	944	268	1400


Arrivi e Presenze dall'Italia 2013
700000
600000
500000
400000
300000
200000
100000
0
Anguillara Veneta
Arre
Bagnoli di Sopra
Barbona
Boara Pisani
Bovolenta
Cadoneghe
Campodarsego
Camposampiero
Carceri
Cartura
Casalserugo
Cervarese Santa Croce
Cittadella
Conselve
Curtarolo
Este
Galliera Veneta
Gazzo
Granze
Limena
Lozzo Atestino
Masi
Megliadino San Fidenzio
Merlara
Monselice
Montegrotto Terme
Ospedaletto euganeo
Pernumia
Piazzola sul Brenta
Piove di Sacco
Ponso
Pontelongo
Rovolon
Saccolongo
San Giorgiodelle Pertiche
San Martiino di Iupari
San Pietro Viminario
Sant'Elena
Santa Giustina in Colle
Saonara
Solesino
Teolo
Tombolo
Trebaseleghe
Urbana
Vescovana
Vigodarzere
Villa del Conte
Villafranca Padovana
Vo'
arrivi italiani
presenze italiani


Arrivi e Presenze dall'estero 2013
700000
600000
500000
400000
300000
200000
100000
0
Anguillara Veneta
Arre
Bagnoli di Sopra
Barbona
Boara Pisani
Bovolenta
Cadoneghe
Campodarsego
Camposampiero
Carceri
Cartura
Casalserugo
Cervarese Santa Croce
Cittadella
Conselve
Curtarolo
Este
Galliera Veneta
Gazzo
Granze
Limena
Lozzo Atestino
Masi
Megliadino San Fidenzio
Merlara
Monselice
Montegrotto Terme
Ospedaletto euganeo
Pernumia
Piazzola sul Brenta
Piove di Sacco
Ponso
Pontelongo
Rovolon
Saccolongo
San Giorgio delle Pertiche
San Martino di Lupari
San Pietro Viminario
Sant'Elena
Santa Giustina in Colle
Saonara
Solesino
Teolo
Tombolo
Trebaseleghe
Urbana
Vescovana
Vigodarzere
Villa del Conte
Villafranca Padovana
Vo'
arrivi stranieri
presenze stranieri

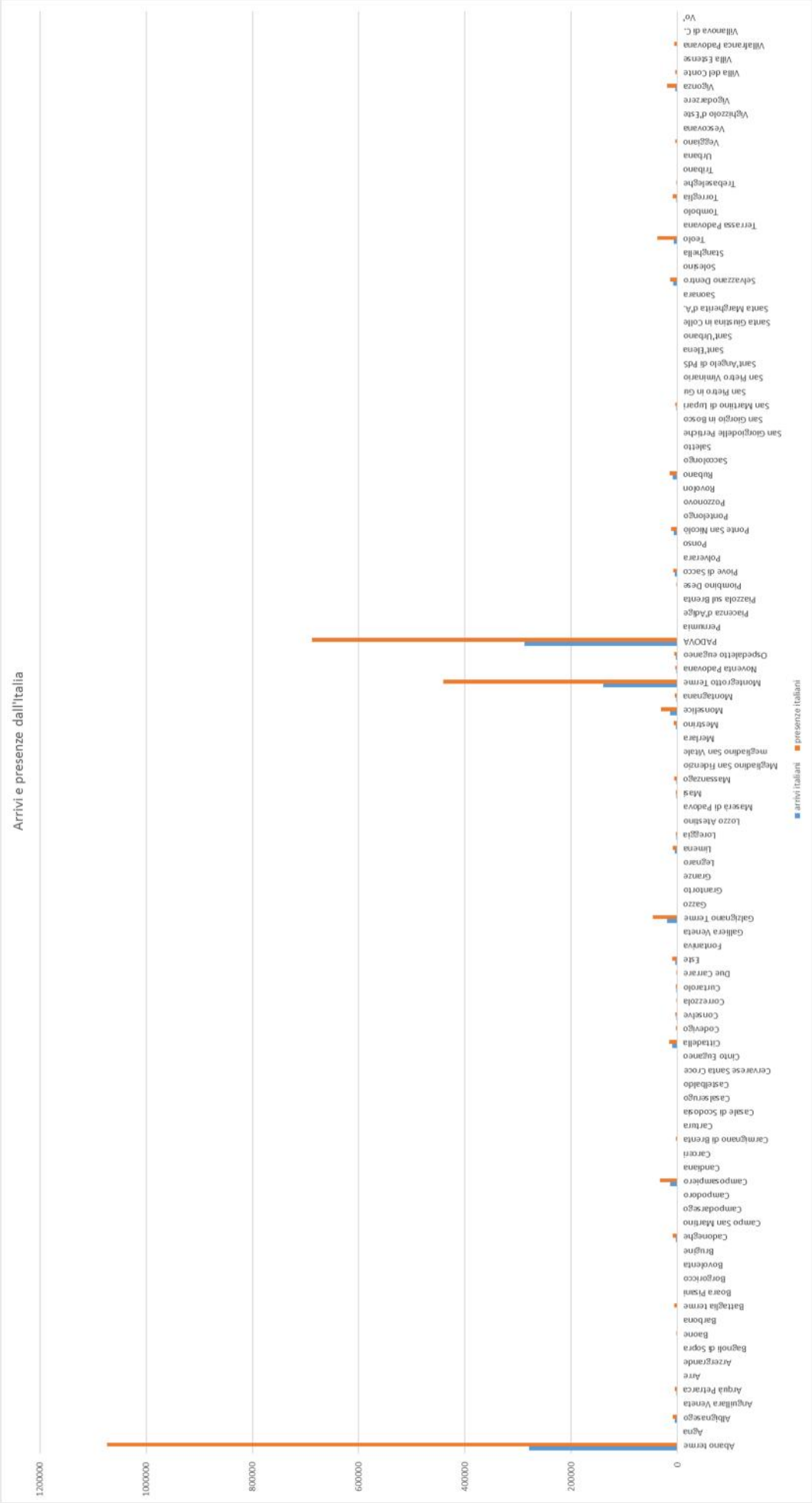

Arrivi e Presenze totali 2013
1400000
1200000
1000000
800000
600000
400000
200000
0
Anguillara Veneta
Arre
Bagnoli di Sopra
Barbona
Boara Pisani
Bovolenta
Cadoneghe
Campodarsego
Camposampiero
Carceri
Cartura
Casalserugo
Cervarese Santa Croce
Cittadella
Conselve
Curtarolo
Este
Galliera Veneta
Gazzo
Granze
Limena
Lozzo Atestino
Maserà
Megliadino San Fidenzio
Merlara
Monselice
Montegrotto Terme
Ospedaletto euganeo
Pernumia
Piazzola sul Brenta
Piove di Sacco
Ponso
Pontelongo
Rovolon
Saccolongo
San Giorgio delle Pertiche
San Martino di Lupari
San Pietro Viminario
Sant'Elena
Santa Giustina in Colle
Saonara
Solesino
Teolo
Tombolo
Trebaseleghe
Urbana
Vescovana
Vigodarzere
Villa del Conte
Villafranca Padovana
Vo'
totale arrivi
totale presenze

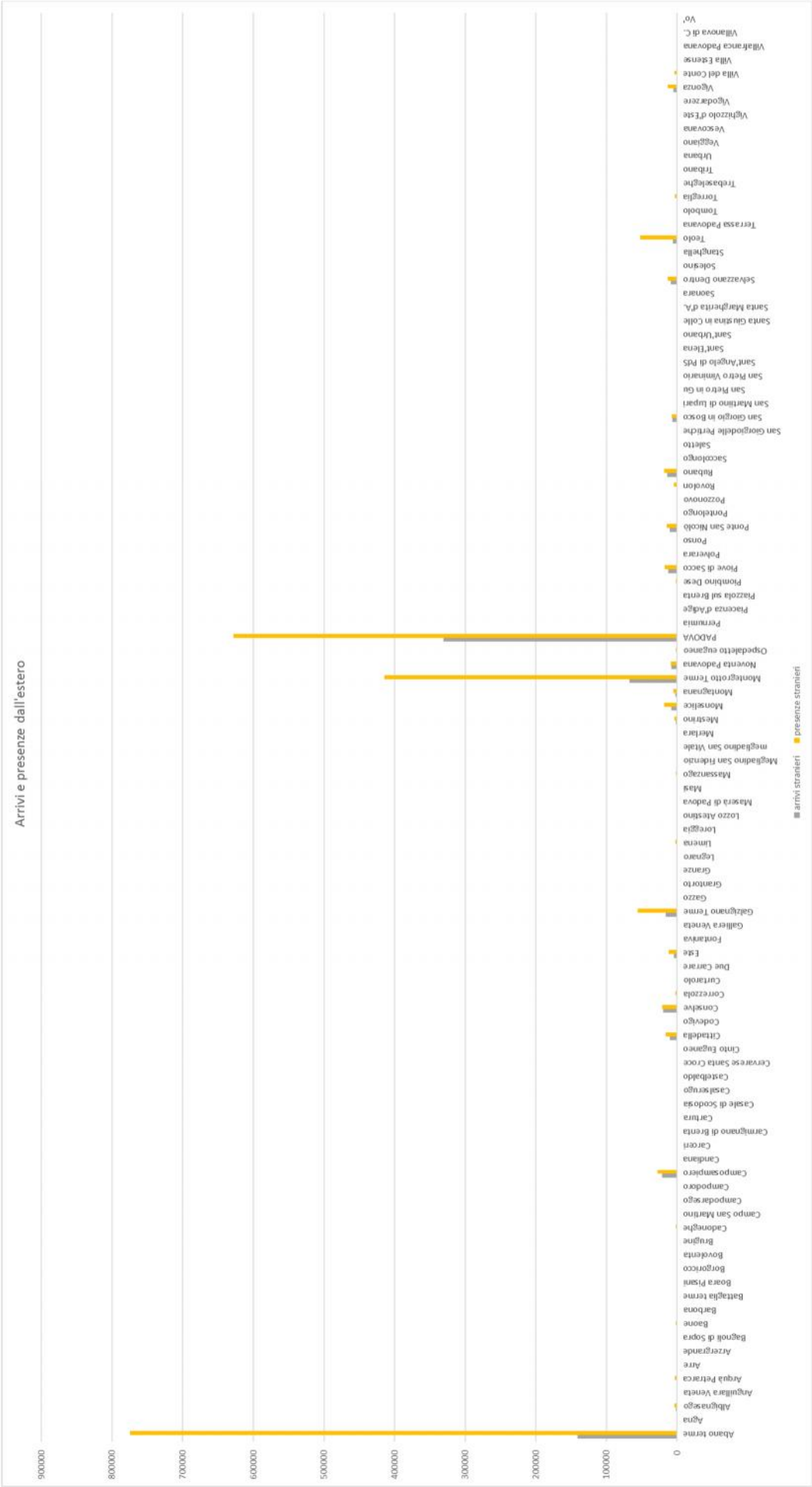
Anno 2014

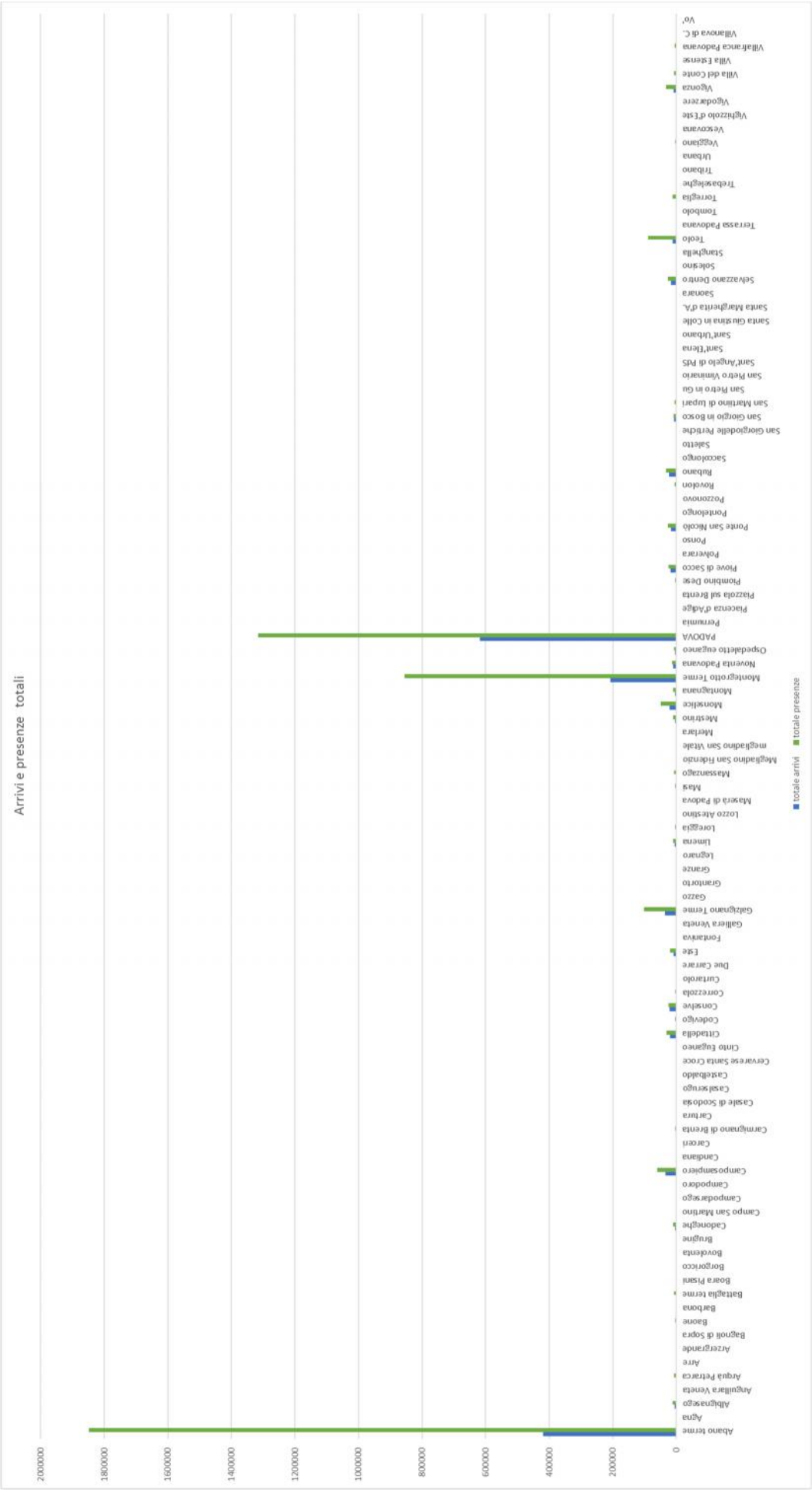
comune	arrivi italiani	presenze italiani	arrivi stranieri	presenze stranieri	totale arrivi	totale presenze
Abano terme	278605	1073419	141411	774313	420016	1847732
Agna	*	*	*	*	*	*
Albignasego	4807	9039	1544	3635	6351	12674
Anguillara Veneta	*	*	*	*	*	*
Arquà Petrarca	1955	4802	747	3075	2702	7877
Arre	*	*	*	*	*	*
Arzergrande	*	*	*	*	*	*
Bagnoli di Sopra	7	16	51	352	58	368
Baone	1327	2303	377	1949	1704	4252
Barbona	*	*	*	*	*	*
Battaglia terme	874	5982	259	1391	1133	7373
Boara Pisani	*	*	*	*	*	*
Borgoricco	772	1397	95	211	867	1608
Bovolenta	*	*	*	*	*	*
Brugine	*	*	*	*	*	*
Cadoneghe	2898	8458	521	1632	3419	10090
Campo San Martino	7	69	1	14	8	83
Campodarsego	*	*	*	*	*	*
Campodoro	*	*	*	*	*	*
Camposampiero	13384	32955	21367	27883	34751	60838
Candiana	*	*	*	*	*	*
Carceri	*	*	*	*	*	*
Carmignano di Brenta	865	2542	414	1391	1279	3933
Cartura	*	*	*	*	*	*
Casale di Scodosia	*	*	*	*	*	*
Casalserugo	371	1178	93	1159	464	2337
Castelbaldo	*	*	*	*	*	*
Cervarese Santa Croce	129	802	117	671	246	1473
Cinto Euganeo	149	286	131	380	280	666
Cittadella	9466	15761	10133	15969	19599	31730
Codevigo	826	2842	374	808	1200	3650
Conselve	1890	3736	19751	21636	21641	25372
Correzzola	1276	2175	1346	2237	2622	4412
Curtarolo	1464	2634	90	216	1554	2850
Due Carrare	318	1451	117	546	435	1997
Este	3726	9141	4944	11593	8670	20734
Fontaniva	325	623	81	197	406	820
Galliera Veneta	*	*	*	*	*	*

Galzignano Terme	19098	46083	16177	55739	35275	101822
Gazzo	*	*	*	*	*	*
Grantorto	39	195	12	27	51	222
Granze	*	*	*	*	*	*
Legnaro	859	1315	232	1095	1091	2410
Limena	4899	8931	1247	2233	6146	11164
Loreggia	1862	2981	466	1011	2328	3992
Lozzo Atestino	26	603	8	1136	34	1739
Maserà di Padova	*	*	*	*	*	*
Masi	1636	3044	340	737	1976	3781
Massanzago	2096	5395	593	1611	2689	7006
Megliadino San Fidenzio	*	*	*	*	*	*
megliadino San Vitale	*	*	*	*	*	*
Merlara	*	*	*	*	*	*
Mestrino	2585	6402	1659	4307	4244	10709
Monselice	13777	30577	8281	18687	22058	49264
Montagnana	2282	5256	2232	5484	4514	10740
Montegrotto Terme	139840	440595	67799	414756	207639	855351
Noventa Padovana	1494	3828	8320	9322	9814	13150
Ospedaletto euganeo	2804	5814	488	1833	3292	7647
PADOVA	287412	687871	331063	627800	618475	1315671
Pernumia	*	*	*	*	*	*
Piacenza d'Adige	*	*	*	*	*	*
Piazzola sul Brenta	224	717	38	100	262	817
Piombino Dese	604	1830	385	1786	989	3616
Piove di Sacco	4911	7688	12715	17644	17626	25332
Polverara	0	0	6	180	6	180
Ponso	*	*	*	*	*	*
Ponte San Nicolò	6243	11539	10664	14697	16907	26236
Pontelongo	*	*	*	*	*	*
Pozzonovo	*	*	*	*	*	*
Rovolon	303	1068	701	4657	1004	5725
Rubano	8565	14748	14373	18138	22938	32886
Saccolongo	*	*	*	*	*	*
Saletto	*	*	*	*	*	*
San Giorgiodelle Pertiche	*	*	*	*	*	*
San Giorgio in Bosco	696	1397	6521	7735	7217	9132

San Martiino di Lupari	1758	3459	474	1398	2232	4857
San Pietro in Gu	*	*	*	*	*	*
San Pietro Viminario	*	*	*	*	*	*
Sant'Angelo di PdS	*	*	*	*	*	*
Sant'Elena	*	*	*	*	*	*
Sant'Urbano	*	*	*	*	*	*
Santa Giustina in Colle	112	217	18	42	130	259
Santa Margherita d'A.	*	*	*	*	*	*
Saonara	22	30	1	2	23	32
Selvazzano Dentro	7211	13118	9135	13419	16346	26537
Solesino	*	*	*	*	*	*
Stanghella	383	611	1196	1311	1579	1922
Teolo	6447	37461	6070	52047	12517	89508
Terrassa Padovana	*	*	*	*	*	*
Tombolo	*	*	*	*	*	*
Torreglia	1610	8749	644	3163	2254	11912
Trebaseleghe	1165	1994	320	1058	1485	3052
Tribano	243	624	15	75	258	699
Urbana	174	471	84	238	258	709
Veggiano	19	3770	2	318	21	4088
Vescovana	287	429	85	208	372	637
Vighizzolo d'Este	*	*	*	*	*	*
Vigodarzere	514	951	264	719	778	1670
Vigonza	3713	19003	5626	13534	9339	32537
Villa del Conte	1241	3563	489	4269	1730	7832
Villa Estense	*	*	*	*	*	*
Villafranca Padovana	955	5635	149	535	1104	6170
Villanova di C.	*	*	*	*	*	*
Vo'	55	954	93	1288	148	2242


Arrivi e presenze dall'Italia
1200000
1000000
800000
600000
400000
200000
0
Abano terme
Agna
Albignasego
Anguillara Veneta
Arquà Petrarca
Arre
Arzergrande
Bagnoli di Sopra
Baone
Barbona
Battaglia terme
Boara Pisani
Borgoricco
Bovolenta
Brugine
Cadoneghe
Campo San Martino
Campodarsego
Campodoro
Camposampiero
Candiana
Carceri
Carmignano di Brenta
Cartura
Casale di Scodosia
Casalserugo
Castelbaldo
Cervarese Santa Croce
Cinto Euganeo
Cittadella
Codevigo
Conselve
Correzzola
Curtarolo
Due Carrare
Este
Fontaniva
Galliera Veneta
Garziguano Terme
Gazzo
Granarolo
Granze
Legnaro
Limena
Loreggia
Lozzo Atestino
Maserà di Padova
Masi
Massanzago
Megliadino San Fidenzio
megliadino San Vitale
Merlara
Mestrino
Monselice
Montagnana
Montegrotto Terme
Noventa Padovana
Ospedaletto euganeo
PADOVA
Pernumia
Piacenza d'Adige
Piazzola sul Brenta
Piombino Dese
Piove di Sacco
Polverara
Ponso
Ponte San Nicolò
Pontelongo
Pozzonovo
Rovolon
Rubano
Saccolongo
Saletto
San Giorgio delle Pertiche
San Giorgio in Bosco
San Martino di Iupari
San Pietro in Gu
San Pietro Viminario
Sant'Angelo di Piò
Sant'Elena
Sant'Urbano
Santa Giustina in Colle
Santa Margherita d'A.
Saonara
Selvazzano Dentro
Solesino
Stanghella
Teolo
Terrassa Padovana
Tombolo
Torreglia
Trebaseleghe
Tribano
Urbana
Veggiano
Vescovana
Vighizzolo d'Este
Vigodarzere
Vigonza
Villa del Conte
Villa Estense
Villafranca Padovana
Villanova di C.
Vo'
arrivi italiani
presenze italiani

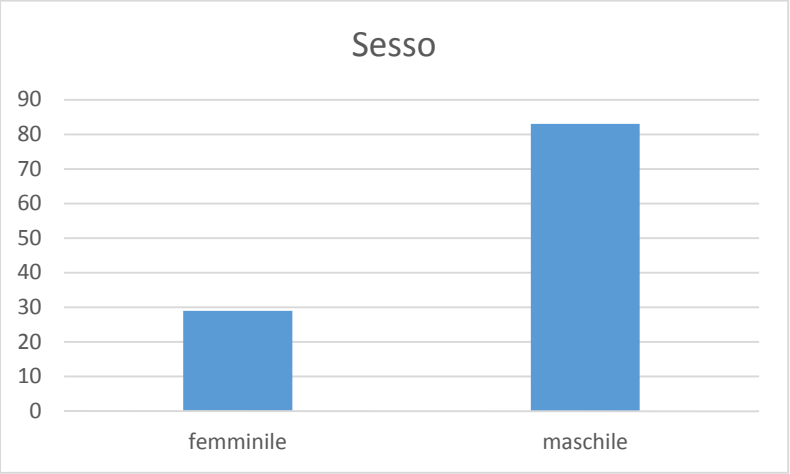

Arrivi e presenze dall'estero
900000
800000
700000
600000
500000
400000
300000
200000
100000
0
Abano terme
Agna
Albignasego
Anguillara Veneta
Arqua Petrarca
Arre
Arzergrande
Bagnoli di Sopra
Baone
Barbona
Battaglia terme
Boara Pisani
Borgoricco
Borvolenta
Brugine
Cadoneghe
Campo San Martino
Campodarsego
Campodoro
Camposampiero
Candiana
Carceri
Carmignano di Brenta
Cartura
Casale di Scodosia
Casalserugo
Castelbaldo
Cervarese Santa Croce
Cinto Euganeo
Cittadella
Codevigo
Conselve
Correzzola
Curtarolo
Due Carrare
Este
Fontaniva
Galliera Veneta
Galzignano Terme
Gazzo
Grantorto
Granze
Legnaro
Limena
Loreggia
Lozzo Atestino
Masera di Padova
Maxi
Massanzago
Megliadino San Fidenzio
megliadino San Vitale
Merlara
Mestrino
Monselice
Montagnana
Montegrotto Terme
Noventa Padovana
Ospedaletto euganeo
PADOVA
Perarumia
Piacenza d'Adige
Piazzola sul Brenta
Piombino Dese
Piove di Sacco
Polverara
Ponso
Ponte San Nicolo
Pontelongo
Pozzonovo
Rovolon
Rubano
Saccolongo
Saletto
San Giorgiodelle Pertiche
San Giorgio in Bosco
San Martino di Lupari
San Pietro in Gu
San Pietro Viminario
Sant'Angelo di Piò
Sant'Elena
Sant'Urbano
Santa Giustina in Colle
Santa Margherita d'A.
Saonara
Selvazzano Dentro
Solesino
Stanghella
Teolo
Terrasse Padovana
Tombolo
Torreglia
Trebaseleghe
Trebano
Urbana
Veggiano
Vescovana
Vighizzolo d'Este
Vigodarzere
Vigonza
Villa del Conte
Villa Estense
Villafranca Padovana
Villanova di C.
Vo'
arrivi stranieri
presenze stranieri

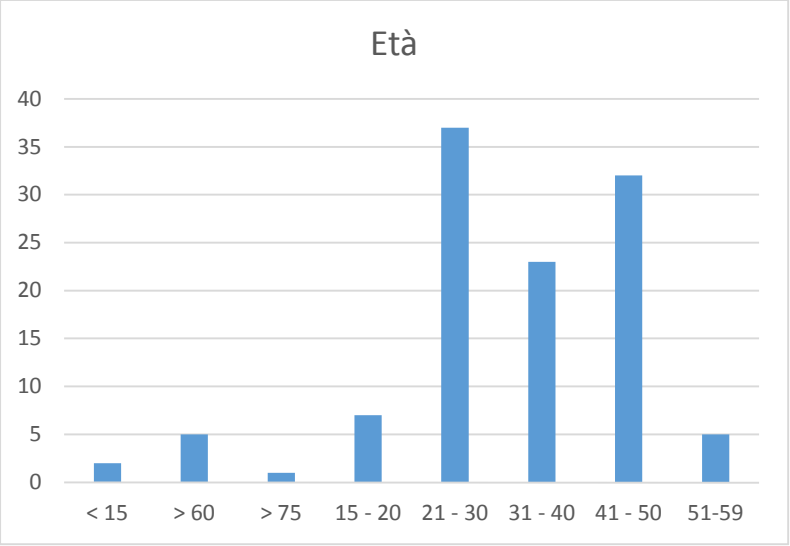

Arrivi e presenze totali
2000000
1800000
1600000
1400000
1200000
1000000
800000
600000
400000
200000
0
Abano terme
Agna
Albignasego
Anguillara Veneta
Arquà Petrarca
Arre
Arzergrande
Bagnoli di Sopra
Baone
Barbona
Battaglia terme
Boara Pisani
Borgoricco
Bovolenta
Brugine
Cadoneghe
Campo San Martino
Campodarsego
Campodoro
Camposampiero
Candiana
Carceri
Carmignano di Brenta
Carturo
Casale di Scodosia
Casalserugo
Castelbaldo
Cervarese Santa Croce
Cinto Euganeo
Cittadella
Codevigo
Conselve
Correzzola
Curtarolo
Due Carrare
Este
Fontaniva
Galliera Veneta
Galzignano Terme
Gazzo
Granforto
Granze
Legnaro
Limena
Loreggia
Lozzo Atestino
Masera di Padova
Maò
Massanzago
Megliadino San Fidenzio
megliadino San Vitale
Merlara
Mestrino
Monselice
Montagnana
Montegrotto Terme
Noventa Padovana
Ospedaletto euganeo
PADOVA
Pernumia
Piacenza d'Adige
Piazzola sul Brenta
Piombino Dese
Piove di Sacco
Polverara
Ponso
Ponte San Nicolò
Pontelongo
Pozzonovo
Rovolon
Rubano
Saccolongo
Saletto
San Giorgio delle Pertiche
San Giorgio in Bosco
San Martino di Lupari
San Pietro in Gu
San Pietro Viminario
Sant'Angelo di Piò
Sant'Elena
Sant'Urbano
Santa Giustina in Colle
Santa Margherita d'A.
Saonara
Selvazzano Dentro
Solesino
Stanghella
Teolo
Terrasse Padovana
Tombolo
Torreglia
Trebaseleghe
Tribano
Urbana
Veggiano
Vescovana
Vighizzolo d'Este
Vigodarzere
Vigonza
Villa del Conte
Villa Estense
Villafranca Padovana
Villanova di C.
Vo'
totale arrivi
totale presenze

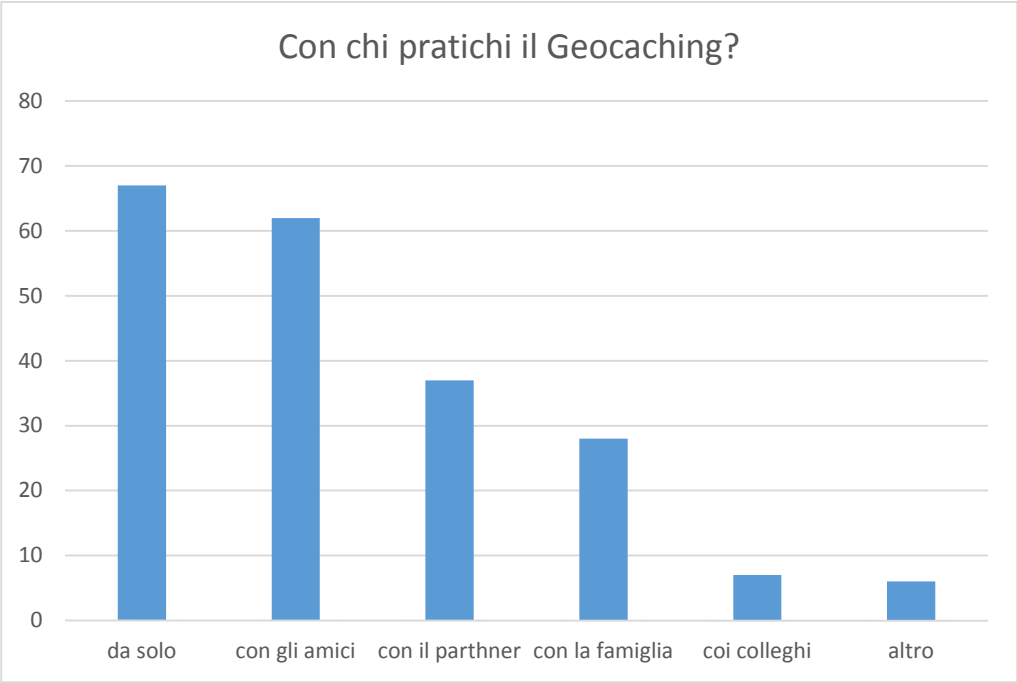
Raccolta dei materiali utilizzati per il capitolo 3

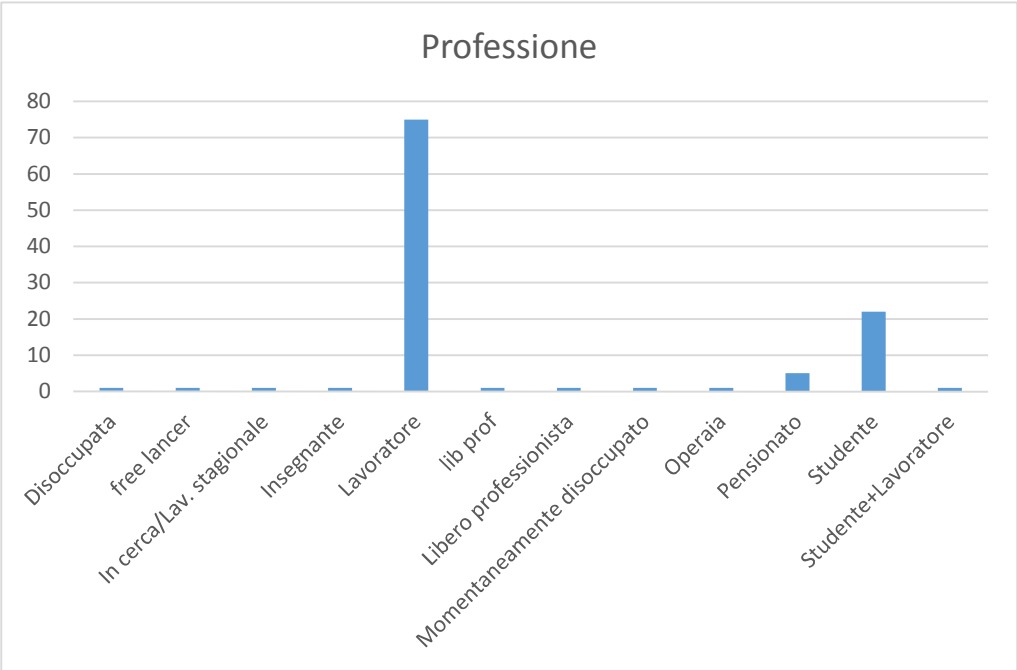
Inchiesta sul profilo del geocacher italiano

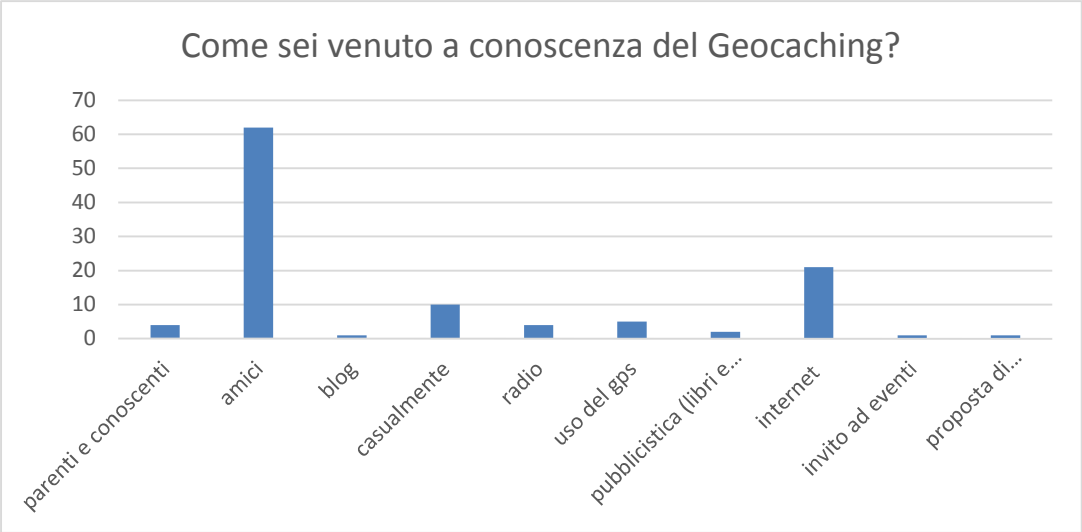
Inchiesta realizzata in collaborazione col team di geocaching-italia realizzata nella forma di un questionario online e proposta agli utenti selezionando solo geocachets. Per fare questo il link al questionario è stato riportato nel sito web geocaching-italia e nella pagina facebook dedicata. Già solo attraverso quest'ultima, il campione potenziale era composto da 600 utenti. Di questi, solo 112 hanno risposto, un insufficiente per fornire dei dati attendibili. I risultati vengono quindi presentati come fotografia parziale dell'utente medio italiano.

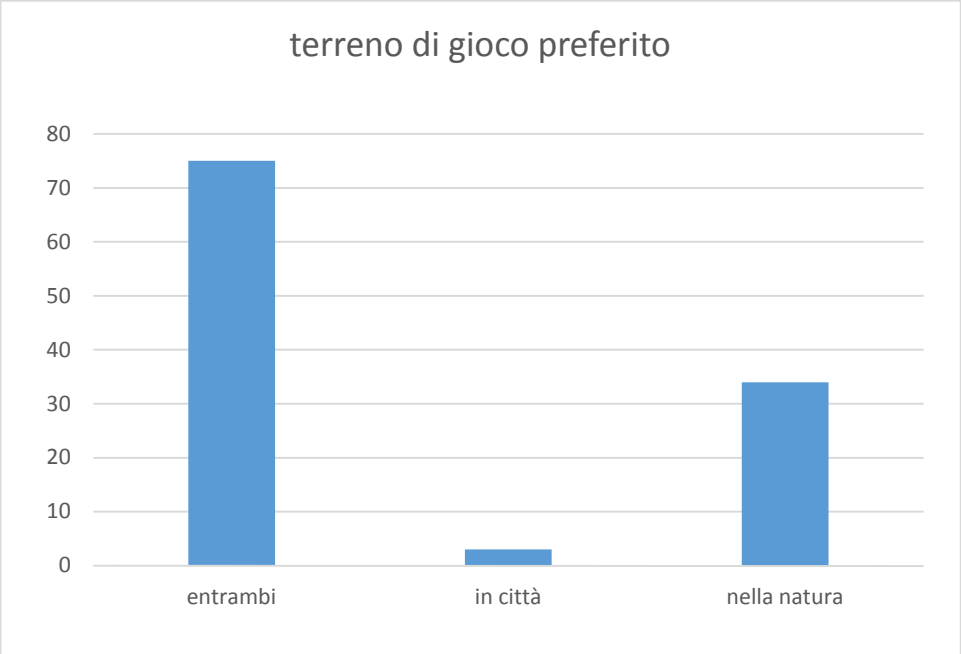


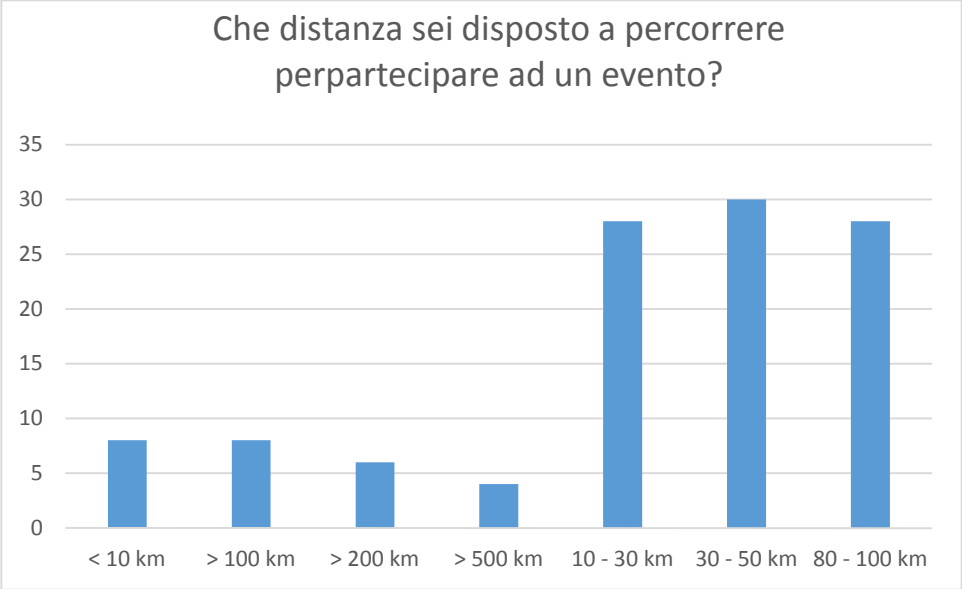


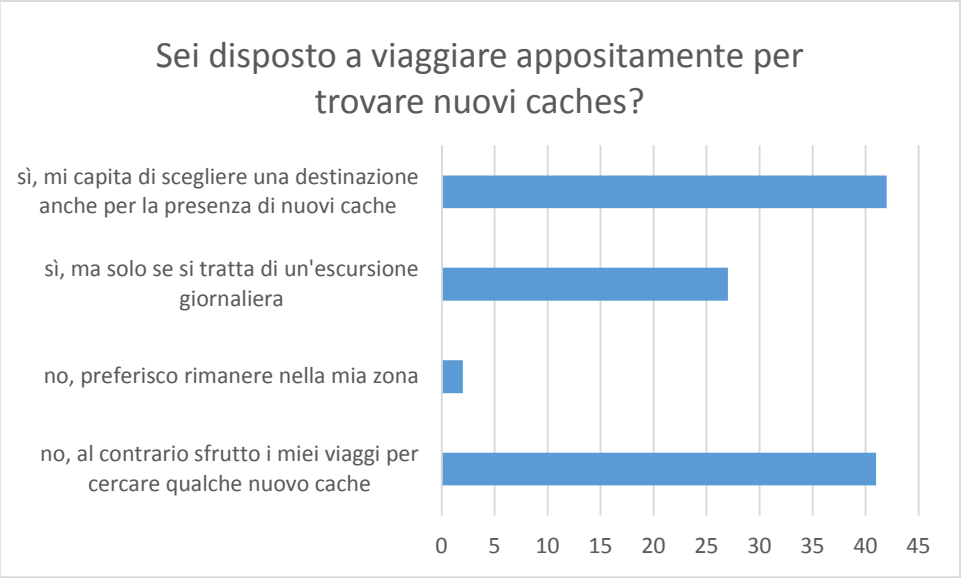

Con chi pratichi il Geocaching?
80
70
60
50
40
30
20
10
0
da solo
con gli amici
con il parthner
con la famiglia
coi colleghi
altro

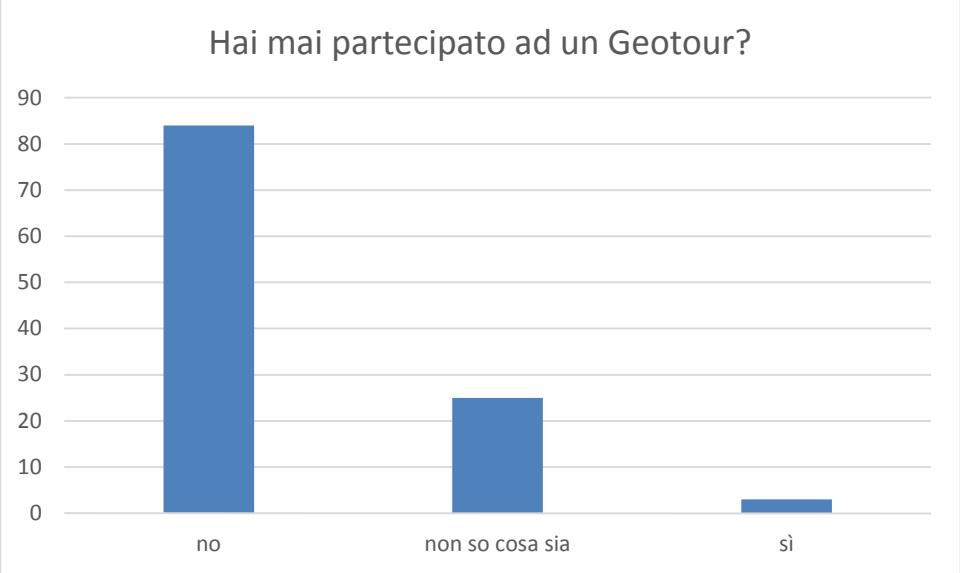

Professione
80
70
60
50
40
30
20
10
0
Disoccupata
free lancer
In cerca/Lav. stagionale
Insegnante
Lavoratore
lib prof
Libero professionista
Momentaneamente disoccupato
Operaia
Pensionato
Studente
Studente+Lavoratore

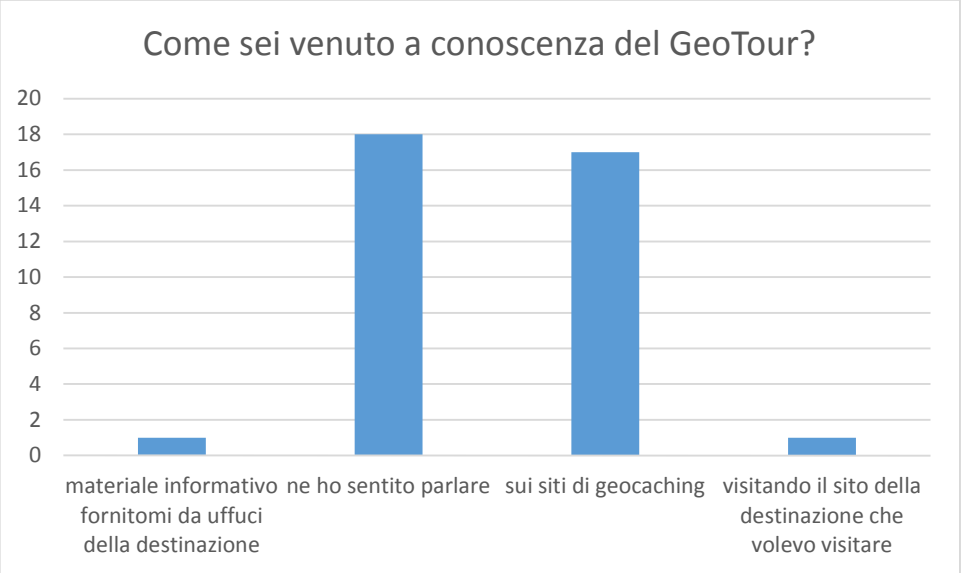

Come sei venuto a conoscenza del Geocaching?
70
60
50
40
30
20
10
0
parenti e conoscenti
amici
blog
casualmente
radio
uso del gps
pubblicistica (libri e...
internet
invito ad eventi
proposta di...


terreno di gioco preferito
80
70
60
50
40
30
20
10
0
entrambi
in città
nella natura


Che distanza sei disposto a percorrere perpartecipare ad un evento?
35
30
25
20
15
10
5
0
< 10 km
> 100 km
> 200 km
> 500 km
10 - 30 km
30 - 50 km
80 - 100 km


Sei disposto a viaggiare appositamente per trovare nuovi caches?
sì, mi capita di scegliere una destinazione anche per la presenza di nuovi cache
sì, ma solo se si tratta di un'escursione giornaliera
no, preferisco rimanere nella mia zona
no, al contrario sfrutto i miei viaggi per cercare qualche nuovo cache
0
5
10
15
20
25
30
35
40
45


Hai mai partecipato ad un Geotour?
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0
no
non so cosa sia
sì


Come sei venuto a conoscenza del GeoTour?
20
18
16
14
12
10
8
6
4
2
0
materiale informativo fornitomi da uffuci della destinazione
ne ho sentito parlare
sui siti di geocaching
visitando il sito della destinazione che volevo visitare

Intervista a Giuditta Mauri, responsabile del progetto Sicily GeoTour

Il Sicily GeoTour trova il suo preambolo nel Piano di Sviluppo Rurale 2007-2013 della Regione Sicilia, che individuò nel Geocaching un valido ed efficace strumento di marketing da mettere al servizio della riqualificazione e del rilancio del territorio rurale. Venne così indetto un bando al fine di selezionare un progetto innovativo che permettesse di mettere a frutto questa risorsa. Il bando venne vinto da Demetra Specialist S.r.l. tramite aggiudicazione provvisoria nel 2014 e definitiva nel 2015. Si occupa del progetto Giuditta Mauri, responsabile del settore marketing e ricerca e fondatrice di geocachingitaly.it. Proprio lei ha gentilmente risposto ad alcune domande per permettere di capire meglio

1. **Come siete venuti a conoscenza del Geocaching?**

L'idea di ricorrere al Geocaching nel caso specifico del Sicily GeoTour è venuta direttamente dalla Regione Sicilia. Personalmente conoscevo già questa attività, un giorno di 10 anni fa, durante un lavoro sul campo, mi sono imbattuta in un contenitore che recava dei riferimenti al Geocaching, mi sono informata un po' e mi sono appassionata, iniziando a praticarlo.

2. **Come siete venuti a conoscenza dei GeoTours? Cosa vi ha portato a sceglierlo? A quale scopo?**

Il GeoTour è stata una mia proposta in virtù della forte pubblicizzazione garantita da Grounspeak a questo tipo di progetti e per la sua natura di strumento di marketing puntuale e misurabile. Puntuale in quanto consente di portare le persone esattamente dove tu desideri; misurabile perché tramite il sistema dei log online è possibile capire in maniera abbastanza dettagliata quante persone vengono attirate e come ne usufruiscono. Infine, è utile ricordare che il Geocaching è un hobby, generalmente le persone sono abbastanza portate a spendere per le loro passioni, quindi la presenza, ancor meglio se strutturata del Geocaching sul territorio fa sperare in un buon ritorno per l'economia locale.

3. **Come si inserisce il GeoTour della Sicilia nella gamma dei servizi generalmente offerti da Demetra?**

In realtà per Demetra si è trattato di un episodio sporadico, il business dell'azienda è un altro.

4. **A cosa è dovuta la scelta di operare sul territorio siciliano?**

Come già accennato, Demetra ha partecipato ad un bando di concorso promosso dalla Regione Sicilia in merito allo sviluppo del territorio rurale.

5. **Come mai la scelta della location è ricaduta proprio su queste tre riserve?**

Il Sicily GeoTour fa parte del più ampio progetto Geocaching Sicilia che riguarda 10 riserve naturalistiche. Per il GeoTour è stata operata la scelta di concentrarsi sull'area di Palermo. Nello specifico è stato creato un pacchetto che sfruttasse la notorietà di una delle riserve per trainare le altre due. La Riserva dello Zingaro è sicuramente la più famosa delle tre selezionate, quella che si promuove già da sé. Collegandola a quella di Monte Cofano e di Bosco della Ficuzza attraverso un percorso unitario si punta a convogliarvi almeno una parte dei visitatori dello Zingaro e di invogliare i geocachers a non fermarsi alla riserva più conosciuta.

6. **In funzione della complessità del progetto e del suo costo di realizzazione, su una scala da 1 a 7, quanto vi ritenete soddisfatti del supporto tecnico offerto dal team di Geocaching.com?**

Sicuramente 7. L'assistenza è di altissimo livello, il personale competente e gentile. Sono molto organizzati e metodici. Il loro aiuto è prezioso in molti ambiti, a partire dalla ricerca di un nome efficace, di un logo, fino alla fornitura dei materiali, anche personalizzati e molto altro. La loro è una consulenza ad ampio raggio che mira ad aiutare a confezionare un prodotto efficace e soddisfacente. Per finire, il loro intervento si protrae oltre alle fasi iniziali, coinvolgendo la promozione del GeoTour attraverso i loro portali e canali social dedicati e promuovendo il contatto tra i realizzatori dei vari GeoTours nel mondo al fine di incrementare gli scambi di conoscenze ed esperienze.

7. **Alla luce di questa esperienza, siete interessati alla creazione di nuovi GeoTours?**

Sicuramente relativamente a geocachingitaly.it, mentre per Demetra, come già accennato, non si è trattato che di un evento sporadico. Al momento ci sono già altri tre progetti in fase di studio di fattibilità.

8. **Per la sua realizzazione sono stati chiesti (ed eventualmente ottenuti) fondi europei?**

Sì, per il progetto la Regione Sicilia ha ricevuto fondi stanziati dall'Unione Europea.

9. **Considerando che è solo il primo anno di attività, su una scala da 1 a 7, quanto siete soddisfatti del numero di log relativi ai caches del Sicily GeoTour?**

il Sicily GeoTour è attivo dal30 settembre 2015, ovverosia da pochi mesi in un periodo ormai al di fuori della stagione turistica. Il numero di visite quindi non è elevatissimo, soprattutto in virtù delle previsioni per l'alta stagione, ma, tutto sommato, è sicuramente un buon inizio visto che ci sono stati numerosi log e che molti utenti venivano dall'estero. A tal proposito si segnala che un gruppo di geocacher lombardi ha deciso di passare una settimana di vacanza in Sicilia a inizio febbraio 2016 appositamente per affrontare il Sicily GeoTour, organizzando anche un evento in data 6 febbraio 2016. In questo modo il progetto si autoalimenta e promuove anche grazie all'iniziativa diretta degli utenti.

Tabella riassuntiva dei log geocache per geocache del Sicily GeoTour

RISERVA	CACHE	N. FOUND IT	N. DON'T FOUND	Tot log (anche collocazione e manutenzione)	Tot log utenti
Riserva Naturale dello Zingaro	SGT - Zingaro Ingresso Sud	3	4	10	81
	SGT - Riserva dello Zingaro	13	0	14	
	SGT - Museo Naturalistico	11	0	12	
	SGT - Zingaro Ingresso Nord	7	0	8	
	SGT - Il Carrubo	6	0	7	
	SGT - Museo della Civiltà Contadina	7	0	8	
	SGT - Grotta dell'Uzzo	4	1	9	
	SGT - Museo dell'Intreccio	6	2	9	
	SGT - Museo delle Attività Marinare	9	0	10	
	SGT - Casa Forestale	8	0	9	
Riserva Naturale di Monte Cofano	SGT - Grotta Mangiapane	6	0	7	106
	SGT - Signs of life	4	0	7	
	SGT - Trottoir a vermeti	11	1	13	
	SGT - Torre di San Giovanni	14	0	15	
	SGT - The lovers	11	1	13	
	SGT - Grotta del Crocifisso	11	0	12	
	SGT - Passo della Zita	12	0	13	
	SGT - Monte Cofano	11	0	12	
	SGT - Torre della Tonnara	13	0	14	
	SGT - Sentiero Scaletta	11	0	12	
Riserva Naturale Bosco di Ficuzza	SGT - Real Casina di Caccia	3	0	4	27
	SGT - Centro Recupero Fauna Selvatica	1	0	2	
	SGT - Invito a Rocca Ramusa	2	0	3	
	SGT - Acqua ammucciata	2	0	3	
	SGT - Grotta del Romito	1	0	2	
	SGT - Laghetti Coda di Riccio	2	0	3	
	SGT - Invito a Rocca Busambra	2	0	3	
	SGT - Rocca Busambra	1	0	1	
	SGT - Valle della Cerasa	2	0	3	
	SGT - Pizzo di Casa e Pizzo Marabito	2	0	3	
	SGT - Capreria	1	1	3	
	SGT - Pulpito del Re	1	0	2	
	SGT - Peschiera del Re	1	0	2	
	SGT - Gorgo del Drago	1	0	2	
	SGT - Vallone dell'Arciere	4	0	5	
		Found	Not found	Tecnici	tot log
		204	10	41	225

Raccolta dei materiali utilizzati per il capitolo 4

Intervista a Giovanni Donadelli, collaboratore per l'università di Padova al Progetto R.EM. responsabile della sezione Geocaching.

1. **Come è nata l'idea dell'utilizzo del Geocaching? Se la proposta è partita da un giocatore, come è stata accolta dagli altri membri del team di lavoro?**

Uno dei GAL facente parte della squadra di lavoro creatasi per sostenere e sviluppare il progetto, quello finlandese, ha suggerito il Geocaching come strumento adatto a promuovere la riscoperta di territori esenti dai circuiti classici. Il personale italiano, che non ne era conoscenza, ha cercato informazioni al riguardo ed è risalito fino ad un format di eventi di Geocaching con finalità didattica, curato dal Dipartimento di Geologia dell'Università di Padova. La formula dell'evento, in questo caso, si è dimostrata vincente, in quanto ha fornito una buona visibilità all'iniziativa.

2. **Ritiene che il progetto abbia portato nuovi visitatori sulla zona coinvolta?**

L'incremento di visitatori è stato buono all'inizio, purtroppo però si è trattato di una corsa all'FTF [15]. In pratica non c'è stato un forte richiamo di nuovi visitatori, molti erano appassionati del gioco che vivono o che conoscono la zona e che hanno cercato di ottenere questo trofeo. Con l'avanzare del tempo è il collegamento ad eventi che richiama molti partecipanti. Un'ulteriore difficoltà si riscontra nel mantenimento di tutti i cache in attività. Essendo collocate su un territorio abbastanza ampio, era stato richiesto ad alcuni giocatori che avevano più facile accesso ai cache di agire come custodi, verificandone lo stato di attività e di salute. Tuttavia, avvicendamenti o semplici modifiche ai loro stili di vita hanno fatto sì che non tutti abbiano potuto continuare il loro lavoro. Così alcuni cache sono in stato di deterioramento, altri sono disabilitati.

[15] First To Find, è molto comune fra i geocacher, l'ambizione ad essere il primo a ritrovare un cache, rivendicandone una specie di proprietà morale. Si tratta più che altro dell'onore essere il primo scopritore di un nuovo cache.

3. **Come viene promosso il progetto?**

Al momento la promozione della serie R.EM è bloccata. La si rilancia periodicamente tramite l'organizzazione di eventi.

4. **Gli IAT conoscono la serie R.EM?**

Gli IAT non sono stati direttamente informati del progetto. Probabilmente avranno intercettato le pubblicizzazioni degli eventi, ma difficilmente saranno a conoscenza del progetto nella sua forma permanente.

5. **Il Dipartimento Regionale per il Turismo è stato coinvolto nel progetto? Se sì, in che misura?**

Così come gli IAT, anche il Dipartimento Regionale per il Turismo non è stato coinvolto nell'iniziativa e non è quindi direttamente a conoscenza della serie R.EM.

6. **Si ritiene soddisfatto di come sta funzionando il progetto?**

Il progetto, pur nella sua vita "a fasi" è soddisfacente. Certo, ha dei limiti, dettati, fra l'altro, da tempi molto stretti per la realizzazione, il difficile mantenimento in attività di alcuni cache, e della disattivazione di alcuni di essi. Volendo nominare qualcosa di deludente, questa è sicuramente la pratica del Geocaching mordi-e-fuggi: invece dell'amore della ricerca e della scoperta dell'ambiente circostante, prevale il Geocaching dei numeri, volto all'accumulo di log. Così facendo, la propensione alla ricerca di cache situati in zone facilmente accessibili e di passaggio come i centri urbani, stacca con grande distanza quella alla ricerca di cache impegnativi, che possano richiedere anche una giornata dedicata alla loro scoperta.

7. **È a conoscenza del GeoTour? Se sì, come mai non è stata scelta questa modalità per attuare il percorso di Geocaching?**

Sì, lo conosco e l'avevo anche proposto in sede di progettazione ritenendolo uno strumento adatto allo scopo. Si è invece scelto di non adoperarlo a causa dei costi troppo alti (si partiva da una base di circa 4000 dollari) e per i tempi ristretti.

8. **Se venisse attivato un GeoTour in zona, sarebbe interessato ad una collaborazione?**

Sarebbe bello. Probabilmente andrebbe delineata un'area di azione più ristretta per consentire di concentrare al meglio le forze.

Tabella riassuntiva dei log geocache per geocache della serie R.EM

cache	***foud it***	***not found***	***tot log***
R.EM. - MRS - Cima Dodici	*1*	*1*	*2*
R.EM. - MRS – Il Monte Zebio	*4*	*0*	*4*
R.EM. - MRS – Casera Zingarella	*1*	*2*	*3*
R.EM. - MRS – Valstagna	*1*	*0*	*1*
R.EM. - MRS – I Quattro Larici	*50*	*2*	*52*
R.EM. - MRS – Laiten	*29*	*1*	*30*
R.EM. - MRS – La casa di Giacomo	*11*	*0*	*11*
R.EM. - MRS – Osteria del Termine	*5*	*1*	*6*
R.EM. - MRS – Malga Portule	*2*	*0*	*2*
R.EM. - Monselice	*31*	*2*	*33*
R.EM. - MRS – Il Moor	*7*	*0*	*7*
R.EM. - MRS - Piana di Marcesina	*4*	*0*	*4*
R.EM. - MRS - Ortigara	*5*	*0*	*5*
R.EM. - Villa Ca' Conti	*15*	*1*	*16*
R.EM. – Il Castello Marchionale di Este	*26*	*3*	*29*
R.EM. – Villa Gualdo	*4*	*0*	*4*
R.EM. – La Rocca Pisani di Lonigo	*22*	*1*	*23*
R.EM. - Tra ville e drammaturghi	*28*	*4*	*32*
R.EM. – Museo Civico della Laguna Sud	*94*	*12*	*106*
R.EM. – Valle Averto	*40*	*1*	*41*
R.EM. – Golena Onari	*17*	*1*	*18*
R.EM. – I cippi di confine di Anguillara Veneta	*9*	*8*	*17*
R.EM. – Il centro di Cavarzere	*1*	*5*	*6*
R.EM. – Alla scoperta delle antiche bonifiche	*24*	*4*	*28*
R.EM. – Il Borgo di Costozza	*9*	*2*	*11*
R.EM. – La ghiacciaia di villa Repeta	*11*	*2*	*13*
R.EM. – Torre di Guardia sul Bisato	*15*	*0*	*15*
R.EM. – Il miracolo del bimbo muto	*19*	*1*	*20*
R.EM. – Nel paese dello zucchero	*42*	*0*	*42*
R.EM. – La magia delle valli	*17*	*2*	*19*
R.EM. – La dimora dei monaci benedettini	*24*	*0*	*24*
R.EM. – Villa Pisani Bolognesi Scalabrin Vescovana	*21*	*0*	*21*
R.EM. – Villa Widmann	*18*	*2*	*20*
R.EM. – I Mulini di Pontemanco	*38*	*2*	*40*
R.EM. – Ponte Canale delle Tre Canne	*15*	*0*	*15*
R.EM. – Pernumia	*26*	*2*	*28*
R.EM. – Ex maceratoio di Megliadino San Vitale	*4*	*1*	*5*
R.EM. – Abbazia di Carceri	*31*	*0*	*31*
R.EM. - Il Castello di San Zeno di Montagnana	*25*	*0*	*25*
R.EM. - Monte Ceva	*8*	*2*	*10*
R.EM. – Alla scoperta del fiume Brenta	*9*	*0*	*9*

R.EM. – Lungo la via dello zucchero e del sale	*32*	*0*	*32*
R.EM. – Alla scoperta della civiltà contadina	*14*	*4*	*18*
R.EM. – Ca' Franzosi	*5*	*1*	*6*
R.EM. – La contra' dei "Munari"	*4*	*3*	*7*
R.EM. – Villa Vescovi	*21*	*5*	*26*
R.EM. – Il Castello di San Martino della Vaneza	*34*	*0*	*34*
R.EM – Il Museo della Navigazione Interna	*47*	*1*	*48*
R.EM. - Castello di Valbona	*17*	*0*	*17*
R.EM. – Villaga	*2*	*2*	*4*
R.EM. – Chiesa di San Marco	*13*	*1*	*14*
R.EM. – Villa Fogazzaro e Museo delle Campane	*3*	*1*	*4*
R.EM. – Villa Barbarigo	*10*	*4*	*14*
R.EM. – Villa Pojana	*12*	*0*	*12*
R.EM. – La fontana delle muneghe	*10*	*3*	*13*
R.EM. – Museo delle antiche vie di San Salvaro	*6*	*1*	*7*
R.EM. – Giardino Villa Barbarigo-Pizzon-Ardemanni	*44*	*0*	*44*
R.EM. - Abbazia di Praglia	*25*	*7*	*32*
R.EM. - Chiesa di San Domenico	*189*	*14*	*203*
	tot found	*tot not f.*	*tot*
	1251	*112*	*1363*

Sitografia

http://www.geocaching-italia.com/

http://www.geocachingsicilia.com/

http://visitroyaldeeside.com/

http://www.galpatavino.it/

http://www.padovanet.it/

http://www.turismopadova.it/

http://www.magicoveneto.it/

http://ecopolis.legambientepadova.it/

dati.istat.it

http://www.sistan.it/

www.ontit.it

http://www.provincia.pd.it/

http://www.ghiandaepomodoro.it

http://www.asso-casevacanze.com/

http://ecopolis.legambientepadova.it/

http://www.fsbusitaliaveneto.it/

http://www.villacontarini.eu/

Pubblicazioni online

IndagineMuseiVeneti http://www2.regione.veneto.it/

I numeri di Padova 2014 http://www.padovanet.it/