

Turismo Padova Terme Euganee News  
 Supplemento al Padova Today  
 numero 2 Marzo Aprile 2004  
 Aut. Trib. di Pd N. 1095 del 21/11/1988  
 Sped. in Abb. Post. 70% Fil. Pd

# TURISMO PADOVA TERME EUGANEE

# News

Periodico di informazione dell'Azienda Speciale Turismo Padova Terme Euganee

**Intervista**

## Turismo, le scelte della Provincia

### Intervista al Presidente Vittorio Casarin

**C**ome è cambiato il turismo nella nostra provincia in questi anni?

Nel 2001 le Aziende di promozione Turistica sono cessate per volontà di legge regionale e le funzioni relative all'accoglienza, informazione ed assistenza turistica sono passate alle Province. La Provincia di Padova ha scelto di costituire un'Azienda speciale per poter meglio e più velocemente rispondere alla domanda turistica del nostro territorio. Con 10 Uffici di Informazione Turistica presenti su tutta la provincia, l'Azienda è in grado di fornire una capillare assistenza al turista italiano e straniero e a supportarlo con idonea depliantistica.

A livello nazionale il turismo nel 2003 ha registrato alcune difficoltà di cui in parte si è risentito anche nel nostro territorio, cosa ha fatto la Provincia di Padova per mantenere i traguardi di eccellenza sin qui raggiunti?

Le iniziative curate dall'Assessorato per promuovere il proprio territorio sono tantissime, soprattutto nel campo dell'editoria e della ricettività. Solo a titolo d'esempio ricordiamo che è stata realizzata la "Carta dell'ospitalità del turista" in collaborazione con le Associazioni di categoria e dei consumatori con l'obiettivo di fornire ai clienti degli Alberghi alcune informazioni indispensabili per un soggiorno sereno ed una serie di importanti indirizzi utili; ma ve ne sono tante altre.

Potrebbe farci un breve elenco?

In collaborazione con l'azienda "Turismo Padova Terme Euganee" e

con altri soggetti pubblici e privati, in particolar modo la Camera di Commercio, sono state realizzate la Guida Verde di Padova (edita dal Touring Club), la Guida fotografica agli Alberghi di Padova e delle Terme Euganee, la Guida alle



strutture Congressuali, Le "Terme Vicine" orario integrato tra trasporti turismo e commercio e la "Guida ai B&B" e alle altre strutture ricettive extralberghiere rappresentativa di un vero e proprio exploit di queste nuove forme di accoglienza.

La Provincia di Padova ha puntato molto su questo settore?

Senza dubbio: nel 1999 i Bed&Breakfast erano 6 ed ora sono 166 e le unità abitative non classificate erano 2 e oggi sono 115, portando il totale delle strutture extra non classificate dalle 8 del 1999 alle 281 del dicembre 2003. I sei Ostelli, inoltre, sono stati dotati di 155 biciclette per favorire il turismo giovanile e la riscoperta degli itinerari naturalistici di cui è ricco il nostro territorio provinciale.

Saranno attivate ulteriori sinergie fra capoluogo e terme euganee?

Questa è l'intenzione: di concerto con le amministrazioni dei comuni termali stiamo studiando alcune strategie, i prossimi mesi saranno decisivi in tal senso. Noi abbiamo la più grande stazione termale euro-

pea, specializzata in fangoterapia, che consente al turista una vacanza di salute e relax per il corpo e lo spirito. 240 piscine termali, dove rilassarsi, reparti di cure specializzate, alberghi moderni e funzionali dotati di tutti i confort, dove però

turistica va non solo salvaguardata, ma modernizzata collegandola ai grandi eventi che la città può offrire...

A tal proposito, può parlarci di qualche iniziativa in particolare?

In collaborazione con l'Azienda sono maturate molte ed importanti iniziative alcune anche a valenza internazionale. In particolare ricordiamo la Mostra "Giotto's Message", fiore all'occhiello della promozione della cultura trecentesca padovana. La struttura realistica della mostra con il modello ligneo in scala 1:4, la riproduzione fotografica del ciclo degli affreschi di Giotto offre uno straordinario impatto visivo e riesce a comunicare l'emozione che da sempre accompagna la visita della

Sopra: Il Presidente Vittorio Casarin alla presentazione della Guida Verde di Padova del TCI.

Sotto: alcune immagini della mostra Giotto's Message a Taipei, Cordoba e Mosca



l'accoglienza è ancora un valore, una tradizione da mantenere ed alimentare con cura. Inoltre, nel bacino termale è possibile praticare quasi tutti gli sport, in particolare il golf, ed è possibile effettuare deliziose escursioni, accompagnati da guide specializzate, a piedi e a cavallo. Questa immensa risorsa



grande opera giottesca. L'operazione ha così il potere di promuovere la conoscenza della Cappella degli Scrovegni ed il nome della città di Padova nel mondo. La Mostra è stata portata a Taipei, a Santiago del Cile, Cordoba e particolare successo ha ottenuto a Bruxelles in occasione del semestre di presidenza europea. Prossimamente la mostra sarà allestita a Mosca e San Pietroburgo.

# Guida Verde TCI

Finalmente pubblicata la "Guida Verde" del Touring Club Italiano dedicata a Padova e provincia. E' stata presentata ufficialmente il 12 dicembre e distribuita nella prima tiratura (che prevede circa 10 mila copie) in tutte le librerie. Una coproduzione TCI, Comune di Padova, Provincia, Camera di Commercio, Azienda Turismo Padova Terme Euganee, Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo che raccoglie in 144 pagine, 150 foto, 20 cartine

di itinerari e svariate topografie la città e la provincia di Padova. A sottolineare l'importanza editoriale di questa iniziativa, va segnalato l'intervento diretto del direttore generale del TCI Guido Venturini all'affollata conferenza stampa di presentazione.

"Padova e provincia - Colli, terme euganee, ville, vie d'acqua, città fortificate" fa parte della prestigiosa collana delle Guide d'Italia del Touring, Club Italiano un classico per chi viaggia e non si

accontenta del turismo spicciolo, ma insegue negli itinerari culturali anche suggestioni particolari ed emozioni diverse. La guida infatti offre al lettore percorsi ragionati, schede tematiche, box di approfondimento, oltre alla consueta indispensabile bussola dei luoghi da visitare.

Per la città sono tre gli itinerari pedonali che la redazione del Touring ha individuato: primo fra tutti quello delle Piazze; il secondo caratterizzato dai due uomini che hanno reso Padova immortale nel



mondo - Giotto e Galileo - e quindi Scrovegni e Università ed infine la Cittadella Antoniana, dove i lettori potranno trovare un grande disegno assonometrico della Basilica del Santo, realizzato appositamente per questa edizione. Si tratta di disegni tridimensionali che svelano un edificio d'insieme assolutamente impareggiabile.

Ed ecco poi la provincia con gli itinerari di scoperta, con schede di approfondimento dedicate alle escursioni; la Bassa con le sue fortificazioni e i territori meno conosciuti dai turisti come il Conselvano e la Saccisica; le zone che si affacciano sul corso del Brenta.



## Guida ai Bed & Breakfast

Presentata la nuova edizione 2004

È uscita di recente la Guida ai B&B edizione 2004, realizzata da Turismo Padova Terme Euganee in collaborazione con Provincia di Padova, Consorzio Giotto, Consorzio Terme Euganee, Parco Regionale dei Colli Euganei e Confesercenti. La guida si propone come uno strumento utile e di facile consultazione per il turista che desidera conoscere le bellezze del territorio padovano, scoprire cultura e tradizioni di alcune località e vivere l'esperienza di una ospitalità in famiglia.

Le motivazioni principali nella scelta del B&B da parte del viaggiatore sono il clima accogliente e il prezzo accessibile, ma spesso per l'ospite non è facile orientarsi nella ricerca tra le varie sistemazioni ed alloggi. Ecco quindi la Guida, che raccoglie e dà sistematicità a tutta l'offerta extralberghiera a livello provinciale.

Nella prima parte viene approfondita l'offerta attraverso tutto il territorio padovano, suddiviso in zone evidenziate da colori diversi per individuare facilmente l'area in cui si trova la struttura ricettiva prescelta; nella seconda parte

sono elencate foresterie per turisti, unità ammobiliate, affittacamere, country house, case religiose di ospitalità, campeggi, attività ricettive in esercizi di ristorazione, case per ferie, unità ammobiliate ad uso turistico, residence e ostelli.

L'ospitalità in casa è una tipologia di ricettività turistica per la quale tutte le Regioni hanno legiferato in maniera autonoma, definendo però obiettivi simili.

Qualificare il proprio territorio offrendo una maggiore opportunità di scelta e ampliando il numero di posti letto, attraverso una strategia di diversificazione del portafoglio dell'offerta ricettiva;

Creare motivazioni per attrarre nuovi flussi turistici attraverso la piena valorizzazione delle risorse locali, anche quelle più nascoste e meno servite;

Dare un ruolo alle comunità e ai residenti, coinvolgendoli su un progetto che dia importanza alla cultura e all'identità di cui sono diretti portatori e protagonisti e che integri il loro reddito familiare.

I dati relativi alle presenze turistiche del 2003 nella provincia di Padova confermano il trend positivo, con 28.177 arrivi registrati nel settore extralberghiero, con un aumento del 7,3%: "Un risultato notevole - ha sottolineato l'assessore Lonardi - che aiuta a mantenere alto il livello della nostra capacità di ricezione turistica".

La guida si trova in distribuzione presso gli uffici informazioni e accoglienza turistica (IAT) dell'Azienda "Turismo Padova Terme Euganee" e presso gli uffici del Parco Regionale dei Colli Euganei.



Tutte le sezioni contengono numerosi box di approfondimento: si va dal Pedrocchi al restauro della cappella degli Scrovegni, dalla storia dell'Ateneo alla festa di Sant'Antonio, arrivando anche all'architettura rurale (come quella dei casoni) e alle proprietà curative delle Terme Euganee. Non mancano nemmeno indicazioni di carattere enogastronomico e proposte sull'artigianato.

Così Padova e il suo territorio entrano a pieno titolo nella prestigiosa "collana verde" del Touring.

## Borghi e Castelli tra Padova e Verona

"Borghi e Castelli tra Padova e Verona" è la denominazione scelta per un itinerario che parte da Monselice e attraverso Este, Montagnana, Bevilacqua, Cologna Veneta e San Bonifacio arriva a Soave. Il progetto complessivo ideato, promosso e realizzato con il contributo di Crediveneto di Montagnana, coinvolge le amministrazioni provinciali di Padova e Verona e le amministrazioni dei Comuni che segnano l'itinerario. L'obiettivo è la definizione di un'identità forte e precisa per l'area e la creazione di un prodotto turistico integrato, dove le tipicità del territorio diventino risorse turistiche da valorizzare e promuovere.



L'elemento di forte innovazione che caratterizza il progetto Borghi e Castelli è il collegamento tra i Comuni delle due Province di Padova e Verona: una nuova chiave di lettura per il territorio, che va verso quella logica di integrazione delle risorse a livello locale riconosciuta dalla Legge Quadro sul Turismo con la definizione dei Sistemi Turistici Locali. La denominazione e il marchio che promuovono il prodotto turistico dell'asse Monselice-Soave sono stati scelti dopo un'accurata indagine preliminare sul territorio ed entrambi sono evocativi delle proprie origini medievali (Scaligeri e Carraresi). Il progetto complessivo si articola in una serie di azioni da sviluppare secondo un piano triennale, così sintetizzabili: creare il prodotto turistico "Borghi e Castelli", coordinare e dare sistematicità alle iniziative organizzate sul territorio, comunicare e promuovere le risorse e le attività avviando una collaborazione fattiva tra enti, istituzioni e operatori economici che si occupano di turismo, al fine di incrementare il flusso dei visitatori e la loro permanenza nel territorio.

## Colli da Gustare, Colli da bere

Turisti e visitatori manifestano sempre di più il desiderio di entrare in contatto con la tipicità dei luoghi e la riscoperta dei sapori semplici e a volte dimenticati. Per questo l'Assessorato all'Agricoltura della Provincia di Padova, l'Associazione Strada dei Vini Doc dei Colli Euganei, l'Azienda Turismo e il Parco Regionale dei Colli Euganei hanno presentato la pubblicazione: "Colli da gustare, Colli da bere".

La guida, che a breve sarà tradotta anche in lingua tedesca, si propone, invitando a conoscere il territorio, con una serie di notizie sintetiche, con curiosità sui prodotti e con suggerimenti pratici su come preparare, anche nelle proprie case, i piatti "di una volta". Sempre nell'ottica della qualità e del miglioramento continuo, in collaborazione con la Provincia di Padova e l'Associazione Provinciale Pubblici Esercizi, la Strada del Vino sta mettendo a punto una serie di interventi formativi, dedicati agli operatori della ristorazione, per approfondire la conoscenza dei temi enogastronomici e vitivinicoli, accrescere il bagaglio di esperienze, essere all'altezza delle aspettative di clienti sempre più attenti ed informati.

La guida sarà disponibile presso tutti gli uffici di informazione turistica di Padova e provincia e presso i 70 soci che aderiscono alla Strada dei Vini Colli Euganei.

## Cultura & turismo

# Giotto porta Padova in Europa

È ancora Giotto il protagonista della promozione turistica di Padova e l'ultimo successo è stato riscosso proprio a Bruxelles.

La mostra "Giotto e il Trecento a Padova – La Cappella degli Scrovegni", nel quadro delle manifestazioni del Festival Europa in occasione del semestre di presidenza italiana, ospitata nelle sale del prestigioso spazio culturale ING della capitale belga a ridosso del palazzo reale, ha registrato 45 mila visitatori in due mesi, 550 al giorno di media, con picchi di mille nei giorni delle festività natalizie.

La forte sinergia tra Comune di Padova, Provincia di Padova, Regione del Veneto, Azienda Speciale Turismo Padova Terme Euganee, Consorzio Giotto, Consorzio Terme Euganee di Abano e Montegrotto, Camera di Commercio di Padova e Rovigo, Safilo Group e Assicurazioni Generali nell'operazione di promozione culturale e turistica di Padova e Provincia, si è dimostrata l'arma vincente

e va dato atto a Gian Lorenzo Martini, direttore dell'ufficio di Bruxelles della Regione Veneto, per il proficuo l'impegno profuso in tal senso. Alta cultura sostenuta da un poderoso schieramento di forze, dagli sponsor ai curatori, che ha permesso di ottenere un risultato di qualità e un ottimo successo di pubblico, che i principali quotidiani francofoni e fiamminghi non hanno mancato di sottolineare. L'urbs della scienza e della cultura, la Padova sede della più antica istituzione universitaria europea ha sfoggiato i suoi gioielli artistici senza trascurare, attraverso approfonditi workshop, le ricchezze ambientali del suo entroterra, in particolare la miniera di benessere delle terme di Abano e

Montegrotto. Lo scopo era quello di offrire una panoramica completa ed esauriente dei molti volti del turismo culturale e del benessere a Padova, come ha sottolineato più volte l'assessore Ubaldo Lonardi: "Abbiamo richiamato l'attenzione non solo su Giotto e Padova, ma anche sulle vicine terme con un



convegno svoltosi al Parlamento Europeo sulle ultime frontiere del termalismo esplorate dal Centro Studi Pietro d'Abano. Giotto ci ha dato l'occasione di incontrare anche i tour operator belgi e di incentivare la nostra promozione turistica con uno stand allestito in Gallerie de la Reine, nel cuore di Bruxelles."

Uno scambio culturale che conferma ancora una volta l'importanza delle relazioni tra mondi diversi, dove l'arte si rivela un efficace veicolo di avvicinamento di idee e popoli, di interscambi culturali, di proficui rapporti economici.

Padova e le Terme Euganee di Abano e Montegrotto hanno potuto con questa mostra valorizzare le proprie risorse in Europa e nel mondo, coinvolgendo un turismo cosmopolita capace di comprendere la stretta correlazione tra arte e benessere.

Questo successo è confermato anche dal nuovo calendario 2004 della mostra che la vede riallestita in Russia a Mosca dal 22 marzo per poi proseguire a San Pietroburgo e poi toccare nel periodo estivo altre importanti tappe internazionali come Lima (Perù) e La Plata (Argentina).

## A sinistra - Bruxelles

alcune immagini della mostra "Giotto e il Trecento a Padova" e dello stand promozionale



Terme di Abano e Montegrotto.

### Nuova campagna pubblicitaria 2004

Le Terme Euganee rilanciano la propria immagine con una nuova campagna pubblicitaria, ma non solo. Il Consorzio Terme Euganee di Abano e Montegrotto ha rivisitato il proprio marchio, sulla base di un ampio progetto di comunicazione integrata che ha l'obiettivo di creare e rafforzare l'identità di una immagine univoca per tutti gli attori del Consorzio quali servizi, strutture e hotel.



In tale prospettiva, le Terme Euganee di Abano e Montegrotto verranno comunicate come simbolo dell'efficacia delle cure termali, della qualità, della professionalità: un concetto positivo che riporta alla tradizione e all'eccellenza dell'offerta.

Su tutti gli strumenti di comunicazione (campagna stampa, affissione, cataloghi) il



marchio delle Terme Euganee sarà immediatamente riconoscibile grazie all'accostamento di colori azzurro-marrone che riportano ad acqua e terra: i due elementi che rendono uniche al mondo le cure termali di Abano e Montegrotto. In questa prospettiva va inteso anche il claim "Energia per anima e corpo", che accompagna verso una



percezione globale dell'eccellenza di Abano e Montegrotto quale luogo privilegiato per rigenerarsi fisicamente e spiritualmente. Da segnalare che in continuità con la nuova linea grafica del Consorzio Terme Euganee, l'Azienda Turismo - in collaborazione con l'Assessorato allo Sport della Provincia e con la Federazione Italiana Golf - ha prodotto un depliant sui campi di golf del nostro territorio per valorizzare una disciplina sportiva che, soprattutto nell'area termale, è un importante esempio dell'efficacia del binomio sport e turismo.

## Terme & turismo

Intervista all'assessore al turismo Cesare Pillon

# Abano, le terme del futuro

**S**i sta sempre più affermando la convinzione che il terma- lismo stia attraversando qualcosa di più sostanziale che una crisi passeggera. Si parla di crisi strutturale, che va affrontata con sistemi e modi diversi da quelli del passato. Che ne pensa?

Non siamo di fronte a catastrofi e tracolli tali da non avere il tempo per intervenire, ma egualmente occorre avere la consapevolezza che in tempi brevi si devono definire strategie e tattiche d'intervento, che non possono essere ricondotte al solo ambito promozionale, com'è avvenuto in passato. Occorre uscire dalla

logica del fai-da-te, ciascuno a difendere e promuovere solo il proprio orticello. Per incidere positivamente sui mercati, bisognerà tener conto del progressivo differenziarsi delle esigenze dei turisti; si dovranno definire soluzioni organizzative e non

solo: servono strumenti per individuare ed anche anticipare le tendenze.

**Non è un compito piuttosto arduo per le singole realtà termali?**

Certamente, ed infatti non è più pensabile far tutto in casa: servono collaborazione, coordinamento, sinergie; bisogna porsi l'obiettivo di un percorso progettuale unitario per tutto il territorio termale padovano. Occorre affidarsi ad esperti del settore, sia per le ricerche di mercato che per la costruzione di un marketing territoriale adeguato. Compito primario degli attori istituzionali e degli imprenditori è quello di costruire il dovuto consenso

a logiche di collaborazione. Ma si deve fare presto: direi che ci vuole un vero e proprio strappo col passato. In questo momento si stanno spre- cando risorse umane ed economiche (parliamo di 10 milioni di euro di- spersi in rivoli e rivoletti) per risultati marginali; se uniamo queste risorse e diamo loro un obiettivo preciso, allora faremo questo salto di qualità.



L'Assessore Cesare Pillon assieme al nuovo Presidente del Consorzio Terme Euganee Enzo Baretella al recente workshop di Mosca

**Ma in questa idea di nuove sinergie e collaborazioni fra comuni termali, la città di Padova può avere un ruolo?**

Non solo può, ma deve averlo. In passato il capoluogo non è mai stato considerato un partner naturale, invece ora ci rendiamo conto sempre più che è indispensabile immettere nella rete anche Padova ed anche i comuni del Parco dei Colli Euganei. Non possono più essere trattate come realtà staccate: esse costituiscono un unicum geografico, storico e culturale ed ormai le interdipendenze economiche sono evidenti.

**In sintesi, quali debbono essere gli obiettivi della strategia da lei delineata?**

Sostanzialmente quattro. Innanzitutto la definizione dell'idea di città termale, intesa in senso moderno; quindi, non solo gli stereotipi del passato (tranquillità, sicurezza, verde), ma anche spazi culturali e ricreativi all'altezza e molto diversificati, perché le terme non sono più solo una pensione per anziani. Fondamentale è anche l'adeguamento del prodotto offerto: ovviamente la fangoterapia deve restare il nostro cavallo di battaglia, ma anche le strutture devono essere all'altezza e non mi riferisco solo a quelle alberghiere, ma a quelle turistiche in



senso lato. Si deve poi prestare una particolare attenzione alla ricerca e riqualificazione delle risorse umane: occorre personale preparato ed anche retribuito in maniera congrua, affinché le giovani leve siano attratte dal lavoro in una località termale. Infine, ma certo non ultima, occorre particolare cura per la qualità del prodotto; stiamo perseguendo la certificazione Emas, ma una volta ottenuta sarà necessario impegnarsi per mantenerla, entrando in una sorta di circolo virtuoso.



# La Carta del Turista

Un vero e proprio vademecum dei diritti e doveri dell'ospitalità per il settore turistico e termale padovano.

L'opuscolo, presentato nella conferenza stampa del 19 febbraio, nasce dalla collaborazione tra l'assessorato al Turismo della Provincia di Padova e le associazioni di categoria e dei consumatori, con il contributo dell'Azienda Turismo Padova Terme Euganee, del Consorzio di promozione turistica "Giotto" e delle Terme Euganee.

Come ha spiegato il Presidente della Provincia Vittorio Casarin, che

ha partecipato alla presentazione: *"La carta del turista vuole essere uno strumento di comunicazione per affrontare le esigenze di chi viaggia, promuovendo una visione del nostro territorio non solo come momento di conoscenza delle sue bellezze naturali ed artistiche, ma anche come spazio di rispettosa accoglienza del patrimonio di cui il turista è portatore"*. Alla presentazione hanno partecipato l'assessore al turismo Ubaldo Lonardi, il segretario della Lega consumatori Maurizio Marini, il direttore dell'Azienda Turismo Padova Terme Euganee Stefan Marchioro e il presidente dell'As-

sociazione Albergatori padovani Gianernesto Zanin.

La carta contiene le norme etiche dell'ospitalità ed è una pratica guida tascabile che orienta gli ospiti in viaggio e soggiorno nel territorio padovano per metterli a

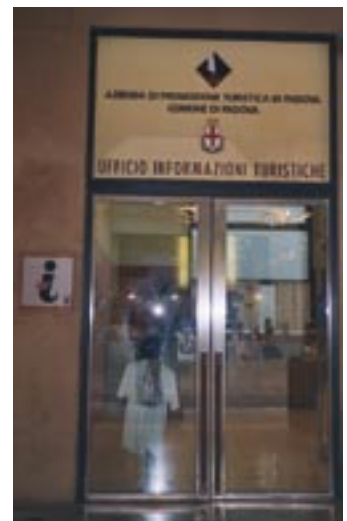


altro materiale illustrativo promozionale a carattere turistico, riferito alle località storico-artistiche, alle bellezze ambientali ed agli eventi culturali del territorio provinciale padovano. La realizzazione del progetto è stata voluta e sostenuta dal Consiglio di Amministrazione dell'Azienda Turismo, nell'ambito delle iniziative volte a rafforzare l'immagine

di una efficiente organizzazione del settore nel nostro territorio.

### Servizio di sistemazione alberghiera

Un nuovo servizio per il turista che visita il nostro territorio è stato messo a punto dall'Azienda Turismo Padova Terme Euganee. Si tratta del servizio di ricerca di sistemazione alberghiera, di cui il visitatore potrà usufruire da uno dei tre uffici IAT di Padova, siti presso la Stazione Fs, in Galleria Pedrocchi e in Piazza del Santo e per i B&B anche negli uffici turistici della zona termale. Basterà rivolgersi agli operatori degli uffici IAT, che rapidamente verificheranno la disponibilità ricettiva della struttura alberghiera scelta fermando la camera per conto del cliente, il quale avrà così la certezza immediata dell'alloggio senza doversi recare subito in albergo.



Naturalmente gli uffici saranno in grado di verificare anche altre eventuali sistemazioni, in caso di indisponibilità di una determinata struttura. Il servizio avrà un costo per l'utente di € 2. Questa nuova iniziativa, voluta dal Consiglio di Amministrazione dell'Azienda Turismo, è stata resa possibile grazie all'accordo con le Associazioni di categoria del settore turistico.

## Un nuovo look per il Padova Today

Giunto al suo 17° anno di vita, Padova Today ha deciso di darsi una lustratina. Da gennaio, infatti, il bimestrale di informazione turistica edito dall'Azienda Turismo in collaborazione con Provincia di Padova e Camera di Commercio esce con una nuova veste grafica.

Mantenuto intatto l'agile formato tascabile, il restyling riguarda la copertina, abbellita dal nuovo format della testata, ma anche l'impaginazione, ora più razionale ed immediata.

I contenuti rimangono comunque gli stessi: tantissime informazioni logistiche per visitare comodamente i siti turistici della provincia, date e luoghi delle manifestazioni culturali, indicazioni sugli eventi principali, con particolare attenzione alle risorse termali ed ambientali del territorio.

Inoltre, come sottolineano nell'editoriale il presidente della Provincia Vittorio Casarin e l'assessore provinciale al Turismo Ubaldo Lonardi, si tratta anche di un'occasione per festeggiare degnamente il primo anno di attività dell'Azienda speciale Turismo Padova Terme Euganee, che si sta rivelando uno strumento fondamentale per la promozione del sistema turistico



conoscenza di opportunità, diritti e doveri. Verrà distribuita a tutti gli hotel e ristoranti del territorio, con l'invito ad esporla alla reception o alla cassa. L'obiettivo è di migliorare la qualità complessiva del nostro circuito turistico.

A sottolineare l'importanza di questa carta è l'assessore Lonardi: *"Abbiamo creato dei punti fermi per migliorare il rapporto tra strutture ricettive e clientela, realizzando una specie di garanzia per il turista che si potrà così sentire 'protetto' da questo documento. Il rispetto di alcune regole nella conduzione di un esercizio, la conoscenza degli elementi percepiti come indice di ospitalità nelle diverse culture, l'affinamento delle capacità di ricevere nel modo migliore un turista fanno di quella sfida che è l'accoglienza uno dei momenti più importanti della gestione di una struttura ricettiva. E la carta del turista va proprio in questa direzione senza dimenticare il vecchio monito di Italo Calvino: 'Di una città non godi le sette o settanta meraviglie, ma la risposta che dà a una tua domanda'"*.

**Anche a Padova il City Sightseeing**

Che cos'è il City Sightseeing? È un nuovo servizio commerciale messo a disposizione dei turisti che intendono visitare Padova. Si tratta di un giro panoramico della città di circa 11,5 km - svolto da un apposito ed attrezzatissimo bus-navetta - che, partendo da via Cesarotti (di fianco alla Basilica del Santo), permetterà di ammirare in poco meno di un'ora le vedute dei luoghi più caratteristici di Padova. La novità di City Sightseeing è che, pur essendo un servizio indirizzato ai turisti, avrà le stesse caratteristiche di un autobus pubblico, con varie fermate; quella di via Cesarotti, infatti, fungerà da capolinea, ma i turisti potranno salire e scendere da 8 diversi bus-stop e il biglietto avrà una validità di 24 ore. Le fermate saranno ovviamente situate nei punti strategici, soprattutto sotto il profilo turistico: stazione Fs, Piazza Eremitani, Piazza Garibaldi, Piazza Signori, Piazza Erbe, Prato della Valle, etc. Il servizio City Sightseeing scatterà da questa primavera e funzionerà tutto l'anno. Il costo del biglietto - disponibile anche presso gli uffici informazioni turistiche - sarà di 13 euro a persona, con sconti per le famiglie ed i bambini.

**Dicono di noi**

**11.03.2003 Mondo in tasca**, Web magazine, nella sezione Antichi mestieri, con il titolo "Padova colta", nella sezione Antichi mestieri, con il titolo "Padova colta". <http://www.mondointasca.org/>  
**26.02.2004 Turismo.it**, Web Magazine, Padova Goliardia è cultura e intelligenza <http://www.turismo.it/articoli/2004/02/24/503720.php>  
**marzo 2004 Reizen**, rivista olandese, redazione su Padova e Vicenza, pag. 28-37  
**marzo 2004 Quotidiano Tages Anzeiger**, Padua: Edelsüsses Italien, 10 marzo 2004. Autrice Christina Leutwyler.  
**Inoltre il Mattino di Padova**, il **Corriere del Veneto**, il **Gazzettino**

# Italy Symposium

**"P**er l'economia turistica veneta, la prima in Italia per flussi e fatturato, si tratta di un'occasione storica: mai sino ad ora era infatti stato possibile un confronto diretto nel Veneto con l'intero mondo dell'outgoing statunitense". Con queste parole, l'assessore regionale al turismo **Floriano Pra** ha accolto l'arrivo in Veneto di circa 200 agenti di viaggio e 40 tour operator americani che, dal 6 al 9 febbraio, hanno dato vita ad "Italy Symposium 2004". Si trattava dell'annuale meeting degli operatori turistici d'Oltreoceano specializzati nella gestione dei flussi verso l'Italia, organizzato dalla Regione Veneto in collaborazione con Centro Estero delle Camere di Commercio del Veneto, Enit, Alitalia, e Italian Travel Promotion Council (ITPC). La manifestazione, ha previsto nei 4 giorni una serie di incontri di tipo economico, un workshop con i Consorzi di Promozione

Turistica veneti, ed una serie di "educational" che hanno portato gli agenti americani a visitare l'offerta veneta in tutte le province. Il "quartier generale" è stato Abano Terme: il simposio si è aperto venerdì 6 febbraio alle 11.00 con una conferenza stampa internazionale (giornalisti italiani ed americani) presso il Centro Congressi Pietro d'Abano, alla presenza dell'assessore Floriano Pra, del Presidente dell'Enit **Amedeo Ottaviani**, del Presidente del Centro Estero **Giuseppe Fini**, e del presidente dell'ITPC **Mauro Galli**. "Il fatto che gli operatori di un mercato così importante e così delicato, come quello americano, abbiano scelto il Veneto per l'Italy Symposium - ha sottolineato Pra - è un segnale importantissimo di una rinnovata attenzione verso le destinazioni venete in un momento in cui, pur tra mille difficoltà ed incertezze, si comincia ad intravedere una ripresa dell'interesse

degli americani per la vacanza all'estero".

Secondo stime di Confturismo, la spesa degli americani nel nostro Paese è scesa dai 2,5 miliardi di Euro del 2000 ai 2 miliardi del 2001 e poi a 1,3 miliardi del 2002. Oggi, secondo la Travel Industry Association of America, il mercato sta tornando vivace, ed è prevedibile un rafforzamento del settore che, entro il 2004, potrebbe tornare ai livelli del 2000. "In questo contesto - ha aggiunto Pra - ci giochiamo in quattro giorni una carta vincente: mettere a contatto diretto i nostri consorzi con i compratori americani, e portarli a conoscere direttamente il territorio". Il programma, si è concluso con educational su Padova, Terme Euganee, Venezia, Vicenza etc. Ad accogliere gli ospiti stranieri nella serata di gala all'Abano Grand Hotel c'erano anche l'assessore provinciale Ubaldo Lonardi e gli amministratori della zona termale.

## Workshop a Mosca

Dopo un tour mondiale (Barcellona, Berlino, Weimar, Friburgo, Taipei, Santiago, Cordoba, Assunzione e Bruxelles) la mostra itinerante su Giotto è dal 22 marzo scorso a Mosca, presso la Biblioteca Statale di Letterature Straniere M. Rudomino, dove è stata inaugurata dall'Ambasciatore Italiano **Gianfranco Facco Bonetti**, per poi proseguire a maggio per San Pietroburgo. Un successo dopo l'altro per una iniziativa ideata dall'azienda speciale Turismo Padova Terme Euganee e fortemente sostenuta dall'assessorato al Turismo della Provincia. Le previsioni per le due tappe russe sono di oltre 50 mila visitatori, che potranno fra l'altro ammirare lo splendido modello in scala 1:4 della Cappella degli Scrovegni amorevolmente seguito dal curatore della mostra, **Gianfranco Martinoni**.

Ma l'occasione è stata propizia anche per far conoscere Padova e la sua provincia: storia, cultura,

tradizioni e soprattutto le Terme Euganee di Abano e Montebelluna. Un workshop tra 16 dei nostri operatori - accompagnati dal direttore di Turismo Padova Terme Euganee **Stefan Marchioro** - e i



principali operatori turistici russi ha permesso di mettere a fuoco le richieste di un mercato immenso come quello dell'ex Urss, che oggi si sta aprendo al turismo internazionale. Il sostegno istituzionale all'iniziativa è stato dato - tra gli altri - dagli assessori provinciali **Ubaldo Lonardi** (turismo) e **Vera Slepj** (cultura), dall'assessore padovano **Giuliano Pisani** (cultura) e

da quello aponeuse **Cesare Pillon** (turismo). Grazie a questi incontri sarà possibile mettere a punto una strategia mirata per conquistare quote di mercato turistico in Russia. La delegazione padovana

era formata tra gli altri anche da **Marzio Rizzo** (Hotel Methis), **Chiara Borile** (Gruppo Borile), **Giorgio Marcato** e **Nereo Vedovato** (Gruppo Pastorello), **Paolo Galtarossa** (Hotel Milano ed Hotel Bologna di Abano), **Enzo Baretella** (Consorzio Terme Euganee), **Fabio Cremonese** (Immobiliare Smeraldo), **Gianni Potti** ed **Elisabetta Vignando** (Agenzie Action ed Esterna), **Maurizio Marcassa** ed **Antonio Temil** (Amici della Russia), nonché dai giornalisti **Albino Salmaso** (Il Mattino di Padova), **Mauro Giacon** (Il Gazzettino), **Gianluca Salvagno** (Corriere Veneto).



**Supplemento al PADOVA TODAY**  
Periodico di Informazione Turistica di Turismo Padova Terme Euganee

Realizzato con il contributo di



Redazione: Riviera dei Mugnai, 8 35137 Padova  
Tel 049/8767911 - Fax 049/650794  
[www.turismopadova.it](http://www.turismopadova.it) - [info@turismopadova.it](mailto:info@turismopadova.it)  
Fondatore: Arturo Zennaro  
Direttore responsabile: Francesco Cassandro  
Redazione: Mariacarla Crivellaro, Gigliola Lionello, Claudio Fasolo, Cristina Gibellato.  
Aut. Trib. Padova n. 1095 del 21/1/88

**Hanno Collaborato a questo numero:**  
Eugenia Benedetti, Vittorio Casarin, Piera Cavini, Mariacarla Crivellaro, Luca Crivellaro, Ubaldo Lonardi, Claudio Fasolo, Stefan Marchioro, Gianfranco Martinoni, Paola Mascarotto, Cesare Pillon, Laura Piovesan Schütz, Mara Salmaso, Marianna Sarubbi, Domenico Zancopè

**Si Ringraziano:** Action, PRConsulting, Consorzio Giotto, Consorzio Terme Euganee, l'Associazione Strada dei Vini DOC dei Colli Euganei

Realizzazione: Key Design 049/8979260  
Fax 049/8985936 e-mail: [keysas@tin.it](mailto:keysas@tin.it)  
Stampa: Grafiche Quaggio



Provincia di Padova