

**N. 1 2007**  
Luglio

Turismo Padova Terme Euganee News  
Supplemento al Padova Today numero 3  
Maggio - Giugno 2007  
Aut. Trib. di Pd N. 1095 del 21/11/1988  
Sped. in Abb. Post. 70% Fil. Pd



News

Periodico di informazione  
dell'Azienda Provinciale  
Turismo

# Progetto Strategico e prospettive per il turismo

## *Un bilancio al terzo anno di attività*

I primi sei mesi dell'anno, ormai trascorsi, per una realtà turistica come la nostra, non balneare, ne' montana, consentono di fare qualche considerazione, sperando che altre se ne aggiungano! Questo è il terzo anno, l'ultimo previsto fino ad ora, del **Progetto Strategico** per lo sviluppo turistico del nostro territorio, progetto lanciato dal Presidente **Vittorio Casarin** e accolto da tutti gli attori del nostro sistema turistico economico e turistico.



**Ubaldo Lonardi, Presidente di Turismo Padova Terme Euganee**

Abbiamo avuto a disposizione, per i tre anni, tre milioni di euro che Provincia, CCIAA e Fondazione Cassa di Risparmio hanno messo a disposizione per un investimento di promozione ragionato, condiviso ed ambizioso.

I risultati per quanto concerne l'aspetto degli arrivi e delle presenze, resi noti in questi giorni, mostrano segni positivi, più importanti per l'ambito Padovano, meno, ma sempre positivi, per l'ambito Terme. Ciò non significa che tutte le strutture ricettive, che sono una parte importantis-

simo del settore turistico ma non l'unica, vadano bene!

Mi auguro che quanto prima l'**Osservatorio Provinciale del Turismo**, nuova ed importantissima "struttura" del Progetto Strategico, sia integrato dei dati economici necessari per poter dare un quadro più preciso anche per quanto concerne l'andamento economico delle strutture alberghiere ed extralberghiere e di tutte quelle imprese che costituiscono l'ossatura del sistema turistico padovano.

Detto questo, ecco alcune riflessioni, per cominciare!

1) Quest'investimento del Progetto Strategico, unico nella nostra storia padovana, è stato reso possibile da una "**concezione**" unitaria del nostro territorio.

Avere a disposizione uno strumento unico (vedi Azienda) voluto dalla Provincia di Padova, cui la legge ha affidato la responsabilità dell'accoglienza, informazione e promozione locale, con il coinvolgimento al suo interno di tutti gli attori, pubblici e privati, del settore turistico (per me è l'esempio più importante di sussidiarietà istituzionale realizzato) ha consentito innanzitutto di non sprecare risorse in doppioni, di valorizzare al meglio le professionalità ed ha favorito quell'interscambio tra specificità diverse (terme-territorio, terme-città d'arte, per esempio etc.) che ha portato un sicuro arricchimento reciproco.

Oggi non si sentono più, almeno dalle persone attente all'evolversi quotidiano della realtà, quei giudizi sulle "separatze" così in voga qualche anno fa.

In verità qualche nostalgico che sostiene la separazione dell'ambito termale an-

che per quanto concerne l'ambito dell'accoglienza, dell'informazione e promozione locale, c'è.

Ma non ho ancora sentito una motivazione valida, reale a sostegno di ciò. E se ve ne sono, credo sia giusto comunque prenderle in considerazione per approfondirle con serietà.

2) Non vi è alcun dubbio che le nostre **TERME** stiano cambiando fisionomia. Ciò nonostante vi è la scelta compiuta dal tavolo strategico del turismo termale, di de-

lismo, all'interno di una dimensione europea che lo deve tutelare da ciò che termale non è.

Esempi pratici di queste affermazioni ve ne sono. Ne cito alcuni:

- terapia riabilitativa, soprattutto sportiva;
- centri wellness d'eccellenza;
- family terme hotel;
- terme - golf, etc..

Da un lavoro serio, puntiglioso e coraggioso di un rinnovato "**tavolo del turi-**



finire, promuovere e "difendere" la classicità delle cure termali: la **fangoterapia**. Ma la realtà, che lo si voglia o no, è un'altra. I dati resi noti sempre dall'**Osservatorio sui turisti italiani** (monitorati al millesimo!) e gli stranieri (monitorati a campione) lo dimostrano.

Ciò richiede, a mio parere, **uno sforzo agguintivo**, sia degli amministratori pubblici che degli imprenditori per comprendere innanzitutto questa dinamica e la sua proiezione a medio-termine, per definire quelle **linee di sviluppo di diversificazione** che possono accompagnare ad una **nuova più complessa configurazione termale**, in affiancamento, naturalmente alla difesa ad oltranza del nostro terma-

**smo termale**" possono emergere utili indicazioni per ridurre l'area di improvvisazione e rischio in cui l'imprenditorialità è spesso costretta a prendere decisioni importanti.

3) **Padova**: più di 1.000 posti letto in meno di due anni! Alcuni operatori paventavano che ciò avrebbe comportato solo una redistribuzione dello stesso numero di turisti con conseguente impoverimento di tutte le strutture alberghiere già esistenti. Per fortuna non è stato, fino ad oggi, così. 40.000 nuovi arrivi rispetto all'anno prima dell'apertura dei nuovi alberghi, l'aumento del 17% degli arrivi e

# Con 900 spot "Padova... Terra Madre" su SKY

*Immagini d'autore per i nuovi spot della campagna di comunicazione dedicata a Padova e alle Terme Euganee*

Per la prima volta il sistema turistico padovano ha affrontato, unitario e coordinato anche dal punto di vista della comunicazione, la pubblicità televisiva. Il successo della prima fase della campagna "Terra Madre" ha sostenuto il Progetto Strategico del Turismo nell'incrementare le attività di comunicazione con due spot televisivi che sono stati mandati in onda sui prin-

cipali canali SKY: un'importante vetrina per l'offerta turistica padovana, considerato che il numero degli abbonati a SKY è di **4 milioni** e che gli ascolti sono in continua crescita, per un totale di oltre **13 milioni di telespettatori**.

Dopo la pianificazione sui principali mensili e settimanali a tiratura nazionale e gli spot radiofonici su Radio 24 e Radio 101, vi sono infatti an-



## Padova in TV

*Per far conoscere il nostro territorio ad un pubblico più vasto*

Il territorio padovano racchiude in sé tesori che vale la pena di trasmettere in televisione e fare conoscere al più vasto pubblico possibile, per questo hanno avuto notevole rilevanza le trasmissioni **Si, viaggiare** del 25 e 31 maggio e **Festa Italiana**, ma anche le riprese della Televisione Nazionale Serba.

Le mura di Montagnana e i nobili lineamenti di Este sono stati l'oggetto delle puntate di **Si, Viaggiare**, rubrica del TG2 dedicata a viaggi e turismo. La conduttrice Silvia Vaccarezza ha visitato le due città medievali a fine aprile per scovare luoghi e prodotti da proporre agli ascolta-



tori nella puntata dedicata alle città. Chicche delle produzioni artigianali del posto sono stati infatti un prosciuttificio e la manifattura della ceramica, nei quali si è vista la passione dei produttori e la professionalità con cui vengono realizzati i prodotti tipici padovani.

Caterina Balivo di **Festa Italiana**, trasmissione in onda dal lunedì al venerdì dalle 15:50 alle 16:15 su RAI UNO, ha colto l'occasione della 10<sup>a</sup>

Festa del Prosciutto di Montagnana per presentare al pubblico questo prodotto di impareggiabile bontà, il Prosciutto Berico-Euganeo D.O.P. Grande spazio è stato inoltre dedicato alle riprese aeree della città, per mostrare la cinta muraria in tutta la sua bellezza. Tappa obbligata sono stati naturalmente i prosciutti-



fici, con la presentazione delle diverse fasi di lavorazione del prodotto, e i chioschi di degustazione in Piazza Vittorio Emanuele, con una presentazione del "dolce" prosciutto curata dagli studenti dell'Istituto Alberghiero Jacopo da Montagnana e la farcitura di un goloso panino da record, lungo ben 24 metri.

Alla fine di maggio sono stati ospitati da Turismo Padova Terme Euganee Dragan Gulic e Aleksandar Milic della **Televisione Nazionale Serba**, in Italia per raccogliere il materiale da poter usare per creare 10

documentari per la TV serba, segno dell'apertura di questo paese verso l'Italia. Il regista e conduttore ha ammirato con piacere e sorpresa le bellezze della nostra città: Orto Botanico, il teatro Anatomico e la cattedra di Galileo all'interno dell'Università, le piazze del centro storico, la Cappella degli Scrovegni e il Museo



del Precinema, apprezzando la cucina tipica padovana e la vita giovanile che riempie e anima Prato della Valle di sera. A concludere la visita del territorio il castello di Monselice, con la sua armeria e le nobili sale.

che due spot televisivi, programmati dall'11 marzo al 30 maggio su **20 canali tematici SKY**: da SKYTG 24 dedicato alle news ai principali canali di intrattenimento, da Mondì e Culture con i prestigiosi History Channel e National Geographic Channel ai canali dedicati al cinema, **900 spot di 30"** per consolidare i valori del marchio "Terra Madre" attraverso contenuti emozionali e narrativi che parlano al grande pubblico. La produzione, nata da un'iniziativa di co-marketing con il gruppo editoriale Class, è firmata dal regista **Tibor Michaels**, autore di numerosi cortometraggi, reportage e programmi televisivi. I due soggetti degli spot sono caratterizzati



da immagini evocative che raccontano il territorio padovano come un'esperienza unica: lo spot dedicato a Padova riprende e parafrasa, infatti, gli slogan della campagna stampa e sottolinea le molteplici identità di Padova "Terra Madre" di storia e arte, fede e poesia, gusto e natura, mentre le Terme Euganee di Abano e Montegrotto si presentano come "Terra Madre di salute e benessere", con l'invito a rigenerarsi con il tesoro unico al mondo delle sue acque e dei suoi fanghi curativi. Anche su SKY, lo slogan "Terra Madre" rispecchia le diverse identità di Padova, i molteplici interessi e le differenti offerte integrate in un'unica identità.

del 19% delle presenze nei primi 4 mesi del 2007 testimoniano questa crescita del flusso turistico, visibile, per altro ad occhio nudo a chi frequenti la città.

L'obiettivo di promozione che mirava innanzitutto ad un **migliore posizionamento nella "classifica turistica" della nostra città** e tutto il nostro territorio ha portato, a mio parere, frutti impensati! Abbandonare tutto ciò sarebbe, a mio parere, insensato!

4) È giunto il tempo, credo, di riflettere sull'importanza anche del **settore extralberghiero**. L'assenza di dati di ritorno (perché B & B, agriturismo, affittacamere, etc. non ci comunicano i dati?) rende difficile una valutazione di tale fenomeno che possiamo al momento stimare solo sul dato strutturale: il numero di B & B, tra i più alti in regione, i numerosi agriturismi, etc.

Ricordo, a sostegno di tale affermazione che più della metà dei 30.000.000 di presenze della Provincia di Venezia (la metà delle presenze di tutto il Veneto) derivano dall'extralberghiero e che, tra l'altro, le risorse pubbliche regionali vengono distribuite soprattutto su questi parametri. Pensare ad un **campeggio per la città, un'area camper stabile** che cancelli la vergogna della sua chiusura proprio nel mese di giugno, il "Giugno Antoniano", (come ogni anno succedeva) sono alcuni punti programmatici da sviluppare e, mi auguro, realizzare nei prossimi mesi.

I prossimi mesi quindi potranno essere molto importanti:

- gli Enti dovranno decidere se proseguire nello sforzo economico con cui hanno promosso e sostenuto il Progetto Strategico del Turismo;
- la Regione affronterà la modifica della Legge 33, Legge quadro sul turismo. Credo che esperienze positive da sostenere ne abbiamo, tutti insieme, molte. Continuando ad insistere sulla capacità di lavoro comune tra componenti diverse (politico-amministrative, economiche, associative) nonché con un coinvolgimento diretto dei singoli operatori di buona volontà, potremo **prolungare questo percorso positivo** verso il traguardo della nuova dimensione turistica della Provincia di Padova.

**Dr. Ubaldo Lonardi**  
Presidente Turismo Padova Terme Euganee

Per chi vuole scrivere:  
ubaldolonardi@turismopadova.it

# I prodotti tipici del nostro territorio

## La Gallina Padovana e le Strade del vino

La nota trasmissione **Mela-verde**, in onda ogni domenica su Retequattro, ha mandato in onda il 25 marzo scorso le riprese televisive realizzate a Padova (la **replica** sarà trasmessa domenica **8 luglio** alle h. 12.10).



L'iniziativa è realizzata nell'ambito del Progetto Strategico del Turismo in collaborazione con la Camera di Commercio di Padova e con il supporto del personale dell'Azienda Turismo Padova Terme Euganee.

Il caratteristico ciuffo di piume sulla testa, tipico della Gallina Padovana e di Polverara, ha conquistato il conduttore di *Mela-verde* **Edoardo Raspelli**, il critico gastronomico più



severo d'Italia, durante la presentazione della **Carta dell'Eccellenza Enogastronomica padovana** promossa dal Progetto Strategico del Turismo il 18 ottobre dello scorso anno; nell'occasione Raspelli ha affermato che la gallina padovana è l'asso nella manica della nostra enogastronomia, e così **Gabriella**

**Carlucci**, co-conduttrice della trasmissione, ha trascorso in marzo due giorni a Padova con la troupe di Retequattro alla scoperta degli animali della corte, delle razze ornamentali delle nostre campagne e delle tradizioni enogastronomiche locali. Nel corso della trasmissione è stato dato grande spazio all'intervista con il Prof. **Gabriele Baldan** dell'Istituto San Benedetto da Norcia, autore dell'importante opera di recupero e selezione delle razze Padovana e Polverara; ma *Mela-verde* è andata anche alla scoperta dell'allevamento presso la fattoria didattica Pinton, selezionata dal curatore della trasmissione Giacomo Tiraboschi, un allevamento di razze "ornamentali", galli e galline molto particolari, rari e curiosi ma anche gru, cicogne, cigni e anatre allevati esclusivamente con lo scopo di abbellire parchi e giardini. Non sono mancati inoltre i consigli enogastronomici, con la presentazione della tradizionale ricetta della carne di pollo "in Canevera".

I prodotti tipici del nostro territorio sono stati ancora una volta i protagonisti dell'educational tour sulla **Strada del Vino dei Colli Euganei** svoltosi tra il 25 e il 27 mag-



gio 2007 in occasione di **Cantine Aperte**. I giornalisti Enrico Saravalle, Anna Bonacina, Armando Spaiani e Letizia Michelozzi, ospiti della **Strada del Vino Colli Euganei** e di Turismo Padova Terme Euganee, hanno potuto ammirare i Colli Euganei in tutto il loro splendore e assaggiare gli ottimi vini doc e gli



**Anna Bonacina ed Enrico Saravalle**  
al "Pianzio"

olii prodotti in loco. Non è mancata la parte culturale con visite guidate a Padova, ad Arquà Petrarca, al giardino Barbarigo di Valsanzibio e a Villa La Montecchia di Selvazzano.



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

Realizzato con il contributo di  
Camera di Commercio  
Padova



Redazione: Riviera dei Mugnai, 8 35137  
Padova  
Tel 049/8767911 - Fax 049/650794.  
www.turismopadova.it - info@turismopadova.it  
Fondatore: Arturo Zennaro

Direttore responsabile: Francesco Cassandro  
Redazione: Mariaclaudia Crivellaro, Gigliola Lionello, Claudio Fasolo, Cristina Gibellato.  
Aut. Trib. Padova n. 1095 del 21/11/88

**Hanno collaborato a questo numero:**  
Stefan Marchioro, Marta Bagno, Luca Crivellaro, Eugenia Benedetti, Ubaldo Lonardi, Laura Provesan Schütz, Daniela Guagno, Cristina Gibellato.

**Si ringraziano:** Action PD, Appe, Ascom, Confesercenti, Coldiretti, Consorzio Giotto, Consorzio Terme Euganee, Noesis, PR Consulting, Tend.

Realizzazione: Key Design 049 8979260  
info@keydesigner.it  
Stampa: Grafiche Quaggio



Provincia di Padova

## Seconda edizione del progetto di turismo sociale

# Le Terme: una risorsa per la qualità della vita

**È** già iniziata la seconda edizione per il progetto di promozione del turismo sociale alle Terme - sostenuto da Provincia di Padova, Azienda Turismo Padova Terme Euganee e Consorzio Terme Euganee di Abano e Montegrotto, in seguito al successo della prima edizione che ha visto la partecipazione di ben 600 anziani provenienti da 27 Comuni della Provincia.

Questa iniziativa promozionale ha due significati: da una parte l'attenzione verso le fasce sociali deboli e dall'altra l'esi-

genza di rilanciare l'attività delle Terme Euganee e quindi la loro valenza turistica, aumentano infatti le presenze di persone che abitano nella provincia di Padova che fino ad oggi rappresentano solo il 20% delle presenze totali. Nella seconda edizione è stata infatti estesa a tutti i Comuni della Provincia di Padova e ai relativi Assessorati ai Servizi Sociali l'opportunità di convenzionarsi al progetto e si sono organizzati due periodi di soggiorno: dal 4 all'11 marzo scorso e dal 18 al 25 novembre 2007.

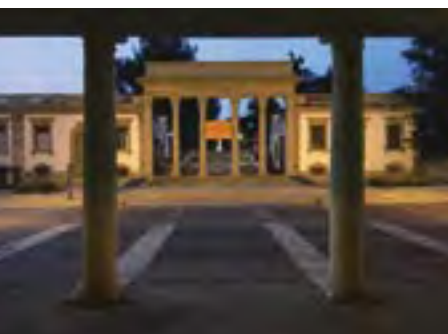
Il pacchetto comprende il trattamento di pensione completa, l'ingresso libero alle piscine termali, la possibilità di usufruire dei trattamenti termali convenzionati con impegnativa del medico di base e pagamento del ticket e la possibilità di usufruire di pacchetti speciali per massaggi, trattamenti terapeutici ed estetici.

Quest'anno i Comuni della provincia aderenti all'iniziativa sono già 36, essi

hanno convenzionato i loro Assessorati ai Servizi Sociali, per attivare una rete di collaborazione allo scopo di sensibilizzare l'opinione pubblica, diffondere la promozione presso i potenziali fruitori ed organizzare i gruppi. Si sta inoltre estendendo la promozione anche ai Comuni delle Province limitrofe.

Sono state ampliate anche le fasce d'età ad un target più giovane e a soggetti con problemi motori congeniti o post-traumatici. L'ambiente termale risulta infatti ottimale per qualsiasi forma di riabilitazione motoria, per la ginnastica attiva e passiva e per la cosiddetta ri-socializzazione, cioè per la promozione e lo svolgimento di attività di gruppo, in particolare per gli anziani.

Inoltre nell'ottica di contenere i costi del servizio sanitario nazionale, rivestono una particolare importanza tutte quelle "azioni" mirate a mantenere il cittadino e l'anziano in condizioni di autosufficienza e benessere fisico.



## Prosegue l'iter per il riconoscimento delle specificità termali nell'U.E.

### Incontro a Bruxelles per un confronto tra le iniziative

**S**i è tenuto il 6 febbraio a Bruxelles l'incontro per l'avvio del percorso di riconoscimento europeo della specificità termale. All'incontro hanno partecipato l'Europarlamentare On. Iles Braghetto e l'Europarlamentare irlandese On. Nuala Ahern, ex Vice Presidente della Commissione U.E. per l'Industria, Commercio Estero, Ricerca ed Energia; il Presidente dell'Azienda Turismo Padova Terme Euganee Ubaldo Lonardi, l'Avv. Francesco Ronfini membro del «Gruppo di alto livello sui servizi sanitari e le cure mediche in Europa» per la Regione Veneto, il Dr. Alberto Lalli Direttore del Centro Studi Termali Pietro d'Abano e la D.ssa Simona Bellometti Direttore scientifico del Centro Studi Termali Pietro d'Abano.

Il tema dell'incontro è stato il confronto tra le iniziative avviate presso il Parlamento Europeo dall'Europarlamentare

Iles Braghetto per il riconoscimento della specificità termale in relazione alla libera circolazione dei pazienti nell'Unione Europea, e l'iter intrapreso nella precedente legislatura dall'Onorevole irlandese Nuala Ahern. L'iter si presenta particolarmente complesso perché l'obiettivo del riconoscimento della specificità termale non rientra negli interessi prioritari della Commissione e solo un intervento parlamentare forte può consentire di raggiungere un risultato concreto.

Nel corso dell'incontro sono però emersi altri due punti a sostegno dell'interesse dell'U.E. al tema: il primo riguarda la **tutela ambientale**, dal momento che le risorse termali sono un bene ambientale da preservare. Il secondo concerne invece la tutela del consumatore, che deve avere precise condizioni e garanzie sulla fruizione di servizi termali: allo stato attuale delle cose, infatti,

l'utente non dispone di elementi certi per fare delle scelte consapevoli e adeguate alla sua salute e al suo benessere. Si desidera quindi giungere a definire il contenuto sanitario del termalismo per colmare la carenza legislativa rispetto all'utilizzo della parola "Terme", questo consentirebbe anche di affermare il diritto alla libera circolazione dei pazienti in U.E. per l'effettuazione delle terapie termali.

La mobilità del paziente in ambito comunitario può infatti avvenire solo stabilendo degli **standard europei** tali da garantire al paziente di trovare, in qualsiasi luogo della U.E. intenda curarsi, delle strutture sanitarie di pari grado.

Ora, a sostegno dell'azione politica, è fondamentale il raccordo con tutte le realtà termali italiane e con le Associazioni di Categoria che le rappresentano, come Ferderterme.

## Il tennis unisce Padova e Mosca

Politici e imprenditori russi VS politici e imprenditori padovani, tutti con la passione del tennis: da qui il "pre-testo" per un torneo di tennis tra 15 politici e imprenditori russi ed altrettanti colleghi padovani, svoltosi presso la Società Canottieri di Padova, patrocinato da Regione Veneto, Provincia di Padova, Turismo Padova Terme Euganee, Consorzio Terme Euganee di Abano e Montegrotto, Unindustria Padova ed E.N.D.A.S. Veneto, organiz-



zato da J.L. Arts and Entertainment. La competizione sportiva - che, per onor di cronaca, è stata vinta dai russi - è stata l'occasione per una visita alla città di Padova e per alcuni incontri con le autorità locali: la delegazione, ospitata presso l'Hotel President dove si è svolta la serata di gala, è stata infatti accompagnata dal Presidente dell'E.N.D.A.S. Veneto *Sebastiano Arcoraci* in visita dal Prefetto di Padova *Paolo Padoin* e dal Presidente dell'Azienda Turismo Padova Terme Euganee *Ubaldo Lonardi*.

## Una mozione per una conferenza sulla sicurezza nell'area termale

*Ubaldo Lonardi, Giordano Erno Capodilista e Sergio Manzato*, rispettivamente Presidente e Consiglieri dell'Azienda Turismo Padova Terme Euganee, hanno presentato il 14 maggio 2007 al Presidente del Consiglio Provinciale una mozione per la sicurezza delle persone e delle strutture alberghiere nel comparto termale chiedendo all'Amministrazione Provinciale di convocare al più presto una conferenza sulla sicurezza dell'area termale, per cercare di porre rimedio ai frequenti episodi di furto e violenza che sempre più spesso coinvolgono il bacino termale.

Senza un intervento mirato e tempestivo, gli episodi di violenza rischiano infatti di compromettere tutti gli sforzi che Provincia, Comuni ed Enti economici e associativi stanno compiendo per rilanciare il territorio.

## In aumento gli italiani che scelgono le Terme Indagine sui curisti italiani e stranieri alle Terme Euganee

Sembra quasi un'inversione di rotta turistica: alle Terme, infatti, dopo molti anni arrivano **più italiani che stranieri: + 6,88% gli arrivi complessivi nel bacino termale euganeo (+ 11,49% dal 2004); +12,59% l'incremento degli italiani nel 2006 (+24,68% dal 2004)**. Vi è quindi una rinnovata attenzione degli italiani verso il mercato interno e verso il segmento benessere, frutto anche dell'intensa attività di comunicazione del Progetto Strategico e della sinergia tra Azienda Turismo Padova e Consorzio Terme Euganee. L'aumento degli italiani non compensa il calo di presenze degli stranieri; pur di fronte alla riduzione della presenza media (i turisti italiani soggiornano in media 4,8 giorni, gli stranieri 6,3 giorni), gli italiani che si sottopongono alle cure termali si fermano per un periodo superiore e coerente con la durata delle cure: mediamente 11,83 giorni.

I curisti italiani con impegnativa sanitaria sono il 26,70% degli arrivi con un'incidenza però del 64% delle cure erogate sulle presenze: il curista è quindi un turista ad alto valore aggiunto, se ne deduce che è ancora strategico rafforzare la cura come *core business* del comparto termale. Ma di fronte all'evoluzione della domanda è altrettanto importante rafforzare l'offerta complementare del territorio: natura, sport, enogastronomia, business.

Conoscere le provenienze, il numero e le tipologie di cure in relazione a presenze ed arrivi consente di conoscere meglio l'ospite e quindi di indirizzare le future scelte per la sua soddisfazione. È infatti molto interessante osservare i dati raccolti dall'indagine campionaria condotta sui curisti stranieri tra luglio e dicembre 2006 grazie alla collaborazione di otto alberghi aderenti, ed elaborata dall'ufficio statistica di Turismo Padova Terme Euganee e dall'Osservatorio Turismo Provincia-

le. Nonostante il campione limitato preso in considerazione si può rilevare che: la **percentuale generale dei curisti stranieri** risulta essere del **36,33%** differenziata tuttavia per



Abano (48,20%) e per Montegrotto (25,60). Interessante notare l'evoluzione di queste percentuali per le categorie alberghiere con la "forbice" tra Abano e Montegrotto che si riduce al diminuire delle stelle; per i 5 stelle le percentuali diventa-

no Abano (59,37%) e Montegrotto (18,81), per i 4 stelle Abano (48,16%) e Montegrotto (26,88) e per i 3 stelle Abano (39,46%) e Montegrotto (36,27).

La percentuale dei curisti stranieri assume caratteristiche diverse tra Abano e Montegrotto: le **percentuali maggiori per Abano sono orientate per i 5 stelle mentre per Montegrotto per i 3 stelle** (comunque l'offerta dei 3 stelle è molto

competitiva); la permanenza media risulta essere di 8,3 giorni con la seguente ripartizione: 9,8 per i cinque stelle, 6,78 per i quattro stelle e 11,2 per i 3 stelle. Nei sei mesi considerati, il giorno della settimana con più concentrazione di arrivi è la domenica e si può affermare che la principale vocazione, anche per quanto riguarda i curisti stranieri, è sempre quella del termalismo classico con al primo posto la fango-balneoterapia e a seguire, massoterapia e inalazioni. La fascia di età permane sempre elevata, infatti oltre il 70% dei curisti stranieri di attesta sopra i 56 anni, e il 57% è di sesso femminile. Nessuna novità anche per le nazionalità affezionate che risultano essere al primo ed al secondo posto la Germania (51,28%) ed Austria (27,90), a seguire, Francia e Svizzera mentre permane un alto tasso di fidelizzazione (dato estremamente positivo).

### Accordo tra Turismo Padova Terme Euganee e AEROFLOT

## Le Terme Euganee in Russia

**A**l via la fase operativa dell'intesa tra Turismo Padova Terme Euganee e AEROFLOT, la più importante compagnia aerea russa, per la promozione del Bacino Termale Euganeo sul mercato russo: dal 25 aprile fino ad ottobre Aeroflot ha attivato un volo diretto giornaliero 7 giorni su 7 sulla tratta Venezia/Mosca/Venezia per far fronte alle crescenti richieste dal mercato russo. Il sistema turistico padovano ha quindi abbinato a questa iniziativa una promozione delle Terme Euganee aderendo all'accordo con la compagnia aerea, che prevede la presenza su ogni volo - sia in economy che in business class - del nuovo depliant in lingua russa **"Terme Euganee, luoghi di cultura e benessere"**. Stampato in 65.000 copie (a spese degli hotels

interessati), il nuovo depliant nasce per promuovere le Terme Euganee, i Colli e le strutture ricettive del Bacino Termale come punto di partenza ideale per scoprire tutta la nostra regione. Le opportunità di soggiorno sono rappresentate da 9 eccellenze a 5 stelle tra le soluzioni ricettive della più grande stazione termale d'Europa: ad Abano gli alberghi Abano Ritz Hotel Terme, Hotel Bristol Buja, Hotel President Terme, Grand Hotel Trieste & Victoria, Abano Grand Hotel e Hotel Due Torri; a Montegrotto

Grand Hotel Terme, Relilax Hotel Terme Miramonti e Hotel Esplanade Tergesteo. La scelta degli hotels a 5 stelle è stata indicata dalla stessa Aeroflot come la più idonea al mercato russo cui l'iniziativa si rivolge. L'invito a trascorrere un soggiorno nel Bacino Termale Euganeo arriva dunque attraverso la presenza sui voli del nuovo materiale turistico in lingua dedicato alle Terme Euganee, realizzato da Turismo Padova Terme Euganee - Azienda Speciale della Provincia di Padova e Aeroflot, e finanziato dalle strutture ricettive aderenti all'iniziativa.



# Giotto a Padova

## Le nuove tappe ad Oslo, Bratislavia e Ljubljana

La mostra itinerante **Giotto a Padova** sin da aprile 2007 passa di città in città per promuovere il patrimonio storico artistico della città di Padova in Europa e nel mondo.

La prima tappa del 2007 è stata la Norvegia, nella capitale **Oslo** infatti è stata inaugurata la mostra dal **1 marzo al 15 aprile** presso la chiesa luterana **Nordberg Kirke**, dove è stata esposta la nuova scenografia in scala 1:3 della Cappella degli Scrovegni allestita nella sala attigua alla Chiesa. La mostra è stata realizzata grazie ai contatti avuti con *La difesa del Popolo* ed è stata promossa da Provincia di Padova, Consorzi di Promozione Turistica Giotto e Terme Euganee, Camera di Commercio I.A.A. e Azienda Turismo Padova Terme Euganee.

Il sistema turistico padovano ha indi-

gli organi di informazione e dei tour operator. L'intervento dell'Ambasciatore d'Italia *Rosa Anna Coniglio Papalia* ha aperto la serata, mentre il parroco della Chiesa ospitante *Egil Stray Nordberg* ha espresso il suo ringraziamento alla Provincia per aver offerto un'occasione d'incontro così importante.

**Bratislava** è invece la seconda tappa di questo percorso espositivo che dal **16 maggio al 5 agosto** presenta al pubblico slovacco la riproduzione della Cappella degli Scrovegni in scala 1:4 accompagnata da pannelli didattico-illustrativi riguardanti la Padova del Trecento, la committenza Scrovegni, la vita e la figura di Giotto, la Cappella degli Scrovegni e i suoi affreschi e ampliata da 22 opere fotografiche realizzate da Francesco e Matteo Danesin, complete di cornici

curata il **30 maggio** a **Ljubljana** presso la **Narodna Galereija** dove, fino al 30 settembre sarà visitabile la riproduzione degli affreschi della Cappella degli Scrovegni in scala 1:3, oltre ad alcune straordinarie opere originali del Trecento Padovano, provenienti dai Musei Civici, dal Museo Diocesano, dalla Chiesa degli Eremitani e dal Museo Antoniano. L'iniziativa nasce dall'accordo siglato nei mesi



scorsi a Padova tra il Presidente *Lonardi*, l'Ambasciatore d'Italia in Slovenia *Daniele Verga* e il Direttore dell'Istituto Italiano di Cultura di Ljubljana prof. *Giuseppe Xausa*.

Si tratta della **21 ma tappa della mostra di Giotto nel mondo, dall'America Latina alla Cina**, ma solo la terza accompagnata da opere autentiche. La valenza culturale di Padova, vera e propria capitale europea dell'affresco, è un grande messaggio di promozione turistica per la nostra città. Promotori della mostra sono Turismo Padova Terme Euganee con Provincia, Comune e Camera di Commercio di Padova, in collaborazione con Safilo Group, che ha una sede anche a Ljubljana.

La mostra è composta di due parti: l'esplosivo architettonico in scala 1:3 della Cappella degli Scrovegni con la riproduzione fotografica ad altissima definizione degli affreschi di Giotto, realizzata da Giorgio Deganello, preceduta da alcuni pannelli didascalici, che è abbinata all'esposizione di 6 opere originali del Trecento padovano di autori contemporanei a Giotto: *La Madonna* e *S. Giovanni*, del Maestro del Coro Scrovegni, proveniente dal Museo Antoniano, *Sebastiano conforta Marco e Marcellino*, di Nico-

lò Semitecolo, proveniente dal Museo Diocesano, *l'Angelo del Guariento*, proveniente dalla collezione Bottacin dei Musei Civici di Padova, *Beato Antonio Pellegrino*, opera di Giusto Menabuoi, proveniente dai Musei Civici, deposito IRA, e *La Madonna con il Bambino* di Altichiero da Zevio, proveniente dalla Chiesa degli Eremitani.

Lo scopo della mostra è presenta-



re lo splendore dell'arte di Giotto e del Trecento padovano, punto di riferimento ed esempio per tutto quel periodo artistico, come veicolo di promozione turistica della città. L'iniziativa, alla quale hanno partecipato gli organizzatori, l'Ambasciatore d'Italia in Slovenia Daniele Verga, il Direttore dell'Istituto Italiano di Cultura di Lubiana prof. Giuseppe Xausa, il Direttore della Galleria Nazionale di Ljubljana *Barbara Jaki*, il Direttore dei Musei Civici di Padova *Davide Banzato* e all'arch. *Gianfranco Martinoni*, ideatore della nuova riproduzione, la stampa slovena e una delegazione di giornalisti della stampa quotidiana, periodica e televisiva padovana, è stata abbinata alle celebrazioni per la Festa della Repubblica del 2 giugno.

Tutte le inaugurazioni della Mostra sono state un'ottima occasione per presentare ad operatori e stampa un vero e proprio assaggio della cultura e dell'enogastronomia locale, grazie anche alla degustazione di vini padovani e alla presentazione dell'offerta turistica di Padova "Terra Madre di storia, arte e cultura", delle Terme e dei Colli Euganei. Le prossime tappe della mostra sono previste a Helsinki, Stoccolma e Amsterdam.



viduato nella Norvegia un mercato interessante per promuovere il territorio padovano attraverso la tappa della mostra di Giotto, con importanti prospettive di ritorno dell'investimento. Grande attenzione è stata infatti riservata all'evento: all'inaugurazione sono intervenute oltre 150 persone, tra cui gli ambasciatori di tredici paesi o le relative rappresentanze, il *Gran Ciambellano del Re di Norvegia*, esponenti degli organismi italiani nel Paese tra cui il direttore dell'ICE *Enrico Cattaneo*, che ha attivamente collaborato con il suo staff all'organizzazione dell'evento. Consistente anche la presenza de-

di formato 65x65, raffiguranti la Padova del Duecento e del Trecento e altri luoghi simbolici della città.

Alla conferenza stampa d'inaugurazione, avvenuta nella prestigiosa Sala della Costituzione del Castello di Bratislava, erano presenti 300 persone, tra cui dell'Ambasciatore d'Italia in Slovacchia *Antonino Provenzano*, del Direttore dell'Istituto di Cultura *Adriana Cuffaro*, del Direttore Generale dei Musei di Slovacchia *Peter Maraky*, del Consigliere di Stato *Antonia Srankova* e del Direttore dell'ICE.

L'ultima ed importante sede della mostra Giotto a Padova è stata inau-

## Concorso di idee "Scoprire Padova Spirituale"

Ottimo l'esito del concorso "Scoprire Padova Spirituale" al termine del quale sono stati scelti tre vincitori. L'obiettivo principale dell'iniziativa è stata la promozione del patrimonio artistico-religioso di Padova e del suo territorio, attraverso una campagna di sensibilizzazione presso le scuole elementari e medie del Nord e Centro Italia, per contribuire a creare una vera e propria generazione di turisti consapevoli, che riconoscano anche la fase preparatoria di



un viaggio come momento indispensabile per conoscere approfonditamente la meta prescelta, nel rispetto di culture e tradizioni differenti. Nella valutazione finale si sono voluti premiare lavori di tipo innovativo, tradizionale e creativo che, in tutti e tre i casi e seppur con forme diverse, hanno dimostrato un innegabile valore sia dal punto di vista contenutistico che formale. I vincitori sono la Classe IV elementare della Scuola Pri-



maria Paritaria "Sacro Cuore" di Città di Castello (Pg) con *A spasso per Padova con Giubilo*, un lavoro che unisce l'uso del computer, il Power Point, a modelli drammaturgici. Uno studente della Scuola Secondaria di Primo Grado Paritaria "Maria Immacolata" di Ascoli Piceno con *Scoprire Padova Spirituale*, un itinerario completo di tutte le informazioni turistiche necessarie; e la classe II media dell'Istituto "Nostra Signora" di Pescara con *La nostra gita a Padova*.

# Soundtouring Padova e Giscover Padova

*Un nuovo modo per visitare la città.*

È stato presentato il 3 aprile 2007 l'ambizioso progetto **Soundtouring**, idea innovativa per proporre al turista interessato ad arte e cultura un nuovo modo di visitare la città: attraverso la drammatizzazione del territorio in movimento. La parola, interpretata maestralmente dall'attore autoctono *Alberto Terrani*, i suoni che animano la drammatizzazione trasportando l'ascoltatore nel vivo mondo medioevale e la musica composta per l'occasione da *Gary Marlowe* e *Alberto Roveroni* accom-



pagnano il turista in un viaggio completo attraverso le piazze e il Palazzo della Ragione. I tracciati, miscelati in 9 tracce mp3, offrono quindi una esperienza speciale a Padova, una guida competente ed autorevole che si conforma ai tempi del turista e si adatta ai suoi desideri, perché l'ascolto può essere interrotto e ripreso ogni qualvolta una persona lo desidera, per soffermarsi su un particolare, fare un acquisto, o godere di un attimo di relax.

Per la realizzazione di questo primo percorso ci si è avvalsi della valida consulenza di *Giorgio Segato*, storico dell'arte, e della professoressa *Silvana Collodo*, me-

dieovalista mentre una cartina dettagliata aiuta il turista a seguire esattamente le indicazioni date nella registrazione.

Ora, grazie alla voce di *Martin Esposito*, è disponibile anche una versione dell'audioguida in inglese per andare incontro alle esigenze dei tanti ospiti stranieri interessati a Padova e alla sua storia.

La volontà di stare al passo con i tempi e offrire servizi sempre più innovativi ed efficienti ha portato Turismo Padova Terme Euganee a progettare un nuovo sistema di iti-

posti sono indicate la lunghezza del percorso, la modalità di percorrenza preferibile (a piedi o in bicicletta) e l'altimetria da superare; inoltre ogni itinerario è introdotto da una breve presentazione e per ogni punto di interesse dislocato lungo la traccia è inserita un'immagine georeferenziata, il link al sito web ufficiale, un'eventuale audioguida e molte altre informazioni, il tutto su mappa interattiva.

**Gli itinerari realizzati in collaborazione con Turismo Padova Terme Euganee sono sette:** Itinerario classico, Città dell'Affresco, Città della Fede, Città della Scienza, Giotto e i giotteschi, Mura e Porte, Il Cinquecento a Padova.

A questi si aggiungono **tre itinerari sui Colli Euganei** realizzati in collaborazione con **La Strada del Vino Colli Euganei** e un percorso relativo al **Cammino di Sant'Antonio**, realizzato da Santantonio.info.



nerari **GPS** in collaborazione con **GISCOVER.COM** nell'ambito del Progetto Strategico del Turismo Padovano – Asse Turismo Urbano Città d'Arte.

"Giscover Padova" è una nuovissima e del tutto innovativa soluzione GPS per partire alla scoperta degli itinerari di Padova e Colli Euganei senza rischio d'errore: sul sito [www.turismopadova.it](http://www.turismopadova.it) è infatti possibile **studiare il percorso di 7**

itinerari turistici rilevati col satellite – quindi con

estrema precisione – e **scaricare gratuitamente le tracce sul proprio navigatore satellitare** o cellulare evoluto.

Negli itinerari pro-

I dati sulla diffusione nel mondo di navigatori satellitari parlano chiaro: incrementi da un anno all'altro sull'ordine del 300%, nuove funzionalità e un utilizzo sempre più legato al "fare turismo" in modo intelligente e pratico.

I tours di Turismo Padova saranno disponibili anche sul sito [Giscover.com](http://Giscover.com), visitato attualmente da oltre 100.000 nuovi utenti ogni mese! Il progetto "Giscover Padova" si integra e va a completare "Soundtouring Padova", il progetto di audioguide MP3 presentato in esclusiva dal Comune di Padova.



# Padova conquista la stampa

*Intensa attività di assistenza a giornalisti nazionali ed esteri gestita dall'Azienda Turismo Padova Terme Euganee*

**N**ella prima parte del 2007 Turismo Padova Terme Euganee ha svolto una intensa attività di assistenza a giornalisti e agli operatori della stampa nazionale ed internazionale, della quale si stanno cominciando a cogliere numerosi frutti. Sono davvero tanti infatti gli articoli pubblicati in prestigiose riviste di settore, settimanali e quotidiani.

Molto bello l'articolo di *Christin Engelstad*, penna di punta dei reportage turistici dell'*Aftenposten*, principale quotidiano nazionale norvegese. La giornalista ha soggiornato a marzo alle Terme Euganee e visitato il territorio padovano ammirandone le città murate, le ville ed abbazie; ma anche per assaggiare i vini DOC e degustare le specialità della cucina dei Colli Euganei, scovando le eccellenze da segnalare ai suoi lettori.

*Harvey Elliott*, giornalista di *Inbound*

ti, in aprile ha partecipato alla manifestazione florovivaistica Esteinfiore. La giornalista ha comunicato di essere stata particolarmente colpita oltre che dalla bellezza del luogo anche dall'altissimo livello qualitativo della manifestazione, soprattutto per la presenza di esperti del settore di fama nazionale.

La Cappella degli Scrovegni, lo splendore delle piazze con Palazzo della Ragione, Prato della Valle e i gioielli custoditi all'università sono stati invece ammirati da *Alexandra Ferguson* giornalista del *Daily Telegraph* che in

gennaio ha soggiornato alcuni giorni a Padova, l'articolo è in uscita ad agosto. La nostra città è oggetto di lettura anche in Israele grazie ad *Adi Sternberg*, giornalista Israeliano, il quale ha composto più testi sulla nostra città comparsi su *Globes*, *Atmosphere* e su *Laisha*, il più importante magazine femminile israeliano. In occasione della mostra di De Chirico svoltasi a Palazzo Zabarella. Claudio Grillenzoni e Gabriele Croppi hanno trascorso alcuni giorni a Padova raccogliendo il materia-

le necessario e facendo esperienza della città. Il risultato è stato il bel pezzo uscito nell'edizione di Aprile di *In Viaggio*: *Arte e spritz all'ombra del Santo*. Dieci pagine in cui attraverso la penna di *Claudio Grillenzoni* si presenta l'identità molteplice della media metropoli europea. È una Padova di cui è semplice innamorarsi, sospesa com'è tra sacro e profano, lungo un itinerario che passa dai templi della cultura ai bar degli spritz; è anche polo universitario di primo piano, in cui convivono il rigore accademico da un lato e la goliardia dall'altro, e ancora città fervente cattolica, con le sue chiese e oratori. Una Padova che va scoperta angolo dopo angolo, per finire nel polo culturale di Palazzo Zabarella. Non mancano infine ampie indicazioni per l'ospitalità, locali storici, ristoranti e trattorie e un'incursione nella gastronomia tipica padovana. Recentemente la freelance *Beate Herberich* ha pubblicato sul *Berliner Zeitung* del 26 maggio 2007 l'articolo tutto dedicato a Padova: *Hip, heilig, romantisch*, che sottolinea ancora una volta i contrasti di una città che vale la pena

di un viaggio "fuori porta" da Berlino grazie ai comodi collegamenti aerei. Ancora interesse tedesco per la nostra città con la giornalista *Dagmar Kluthe* che ha raccolto materiale per

*Berliner Zeitung*

*The Daily Telegraph*

*TORONTO SUN*

una guida storico culturale dell'Italia e in particolare del Veneto che verrà pubblicata in Germania. Il Canada verrà a conoscere gli aspetti più interessanti di Padova nei prossimi mesi grazie agli articoli di *Mr Kenneth* e *Mrs Barbara Bagnell* che seguiranno il pezzo apparso il 10 giugno sul *Toronto Sun*.



*Jane Gifford* di *Italia Magazine* di Londra

Ancora una visita inglese grazie a *Jane Gifford* di *Italia Magazine* che ha trascorso alcuni giorni a Padova e sui Colli Euganei alla ricerca di dimore storiche e tradizioni padovane.

Mentre 21 giornalisti svizzeri hanno partecipato ad uno speciale press tour a bordo del Cisalpino, visitandone le principali destinazioni: Cappella degli Scrovegni, Palazzo della Ragione e Caffè Pedrocchi sono presentati nei numerosi articoli che appaiono sulla stampa nazionale e locale svizzera in questi mesi.



- Newsletter dell'Ente nazionale per il turismo britannico, è il vincitore del soggiorno messo in palio lo scorso anno, il 30 giugno 2006, durante il workshop di Londra *Taste Italy - Discover Padua, enjoy Abano and Montegrotto Spas*; ha soggiornato alle Terme Euganee, ospite del Consorzio Terme, e visitato i Colli, Arquà Petrarca, Valsanzibio e la città di Padova. Appassionata di fiori, la giornalista di una delle più lette riviste femminili, *Donna Moderna*, *Cristina Con-*