



Un primo bilancio della stagione turistica 2007

Editoriale

Il turismo nel territorio padovano

di Ubaldo Lonardi

I dati ufficiali resi noti dal Settore Statistica dell'Azienda Turismo Padova Terme Euganee relativi ai primi nove mesi dall'inizio del 2007 consentono di fare alcune considerazioni generali e di formulare alcune riflessioni sulle dinamiche che stanno caratterizzando il comparto. Per quanto concerne Padova, gli scenari evidenziano che la città ha ormai ottenuto l'affermazione della propria valenza turistica: basta osservare i gruppi organizzati ma anche i turisti individuali, italiani e stranieri, che sempre più circolano in città. In questo senso Padova – la città d'arte e la media metropoli europea – si è dimostrata capace di trainare la ripresa e un ulteriore sviluppo turistico per tutto il territorio provinciale. Per quanto riguarda le Terme, invece, si conferma l'inversione di tendenza in atto da un paio di anni a questa parte, con l'affermarsi del fenomeno nuovo del ritorno degli italiani.

Anche se non mancano le criticità, credo che questo sia un segno che l'aver attuato per la prima volta una campagna di comunicazione forte e coordinata su tutto il territorio nazionale, insieme all'importante impul-

Arrivi e presenze Provincia - Gennaio - Settembre								
	Arrivi		Presenze		Scostamenti % 2007 su 2006		Giorni permanenza medi	
	2006	2007	2006	2007	Arrivi	Presenze	2006	2007
Padova	473.310	548.341	943.155	1.101.326	15,85%	16,77%	1,99	2,01
<i>Padova Città</i>	308.454	357.670	610.017	722.862	15,96%	18,50%	1,98	2,02
<i>Altri Comuni</i>	164.856	190.671	333.138	378.464	15,66%	13,61%	2,02	1,98
Terme - Colli	443.485	460.461	2.415.163	2.412.110	3,83%	-0,13%	5,45	5,24
Totale provincia	916.795	1.008.802	3.358.318	3.513.436	10,04%	4,62%	3,66	3,48
<i>di cui italiani:</i>								
Padova	260.510	277.900	537.551	586.915	6,68%	9,18%	2,06	2,11
<i>Padova Città</i>	169.874	183.249	341.083	383.111	7,87%	12,32%	2,01	2,09
<i>Altri Comuni</i>	90.636	94.651	196.468	203.804	4,43%	3,73%	2,17	2,15
Terme - Colli	247.514	265.985	1.188.947	1.218.298	7,46%	2,47%	4,80	4,58
Totale Italiani Provincia	508.024	543.885	1.726.498	1.805.213	7,06%	4,56%	3,40	3,319
<i>di cui stranieri:</i>								
Padova	212.800	270.441	405.604	514.411	27,09%	26,83%	1,91	1,90
<i>Padova Città</i>	138.580	174.421	268.934	339.751	25,86%	26,33%	1,94	1,95
<i>Altri Comuni</i>	74.220	96.020	136.670	174.660	29,37%	27,80%	1,84	1,82
Terme - Colli	195.971	194.476	1.226.216	1.193.812	-0,76%	-2,64%	6,26	6,14
Tot Stranieri Provincia	408.771	464.917	1.631.820	1.708.223	13,74%	4,68%	3,99	3,67

Per la provincia di Padova, i primi 9 mesi del 2007 evidenziano complessivamente buoni risultati in relazione allo stesso periodo del 2006: **+10,04% negli arrivi e +4,62% nelle presenze**. L'ambito Padova (capoluogo e altri Comuni della Provincia esclusa l'area Terme-Colli Euganee) consolida questi risultati con percentuali più significative: **+15,58% negli arrivi e +16,77% nelle presenze**. I dati complessivamente positivi dell'ambito Padova confermano l'effetto "traino" dell'ingresso sul mercato,

soprattutto nel capoluogo, di nuove strutture alberghiere con grandi capacità ricettive non presenti o solo parzialmente operative nel 2006. I dati dell'ambito Terme-Colli (per i quali rinviamo alla tabella) sono fortemente condizionati dall'andamento turistico del Bacino Termale Euganeo che comprende i Comuni di Abano, Battaglia, Galzignano, Montegrotto e Teolo. A tal proposito nei due principali centri termali si registra un sensibile aumento degli arrivi (+3,54% per Abano e +3,62% per Montegrotto),

un leggero aumento di presenze per Abano (+1,61%) ed una equivalente diminuzione per Montegrotto (-1,98%). Si consolida in tale contesto il costante aumento dei flussi italiani (arrivi +7,28% ad Abano e +7,52% a Montegrotto, presenze +3,84% ad Abano e +2,34% a Montegrotto); analogamente va confermandosi una situazione più difficile per gli ospiti stranieri (arrivi -1,73% ad Abano e -0,87% a Montegrotto, presenze -1,19% ad Abano e -5,24% a Montegrotto).

28° edizione del Meeting dei Popoli di Rimini

Pedrocchi Concept

Come esportare il Sistema Turistico Padovano

“La verità è il destino per il quale siamo stati fatti”: questo lo slogan che ha animato la 28ª edizione del Meeting dei Popoli di Rimini, il Festival estivo di incontri, mostre, musica e spettacolo più frequentato al mondo. Il sistema Padova è stato presente a Rimini con la riproduzione in scala dello **Stabilimento Pedrocchi**, uno dei monumenti simbolo della nostra città. Il Caffè storico è stato “ricostruito” in uno stand fieristico con dimensioni di 15 metri di lunghezza e profondità e 7 m. di altezza, due piani con sala vip, plateatico, terrazza e locali cucina. Il tutto su un'area di 400 mq e con un'offerta di oltre 300 coperti. Per tutta la settimana del meeting, una sessantina di volontari ha servito i piatti tipici della tradizione patavina: insalata di corte padovana con crostini croccanti, “scartosso” di pesce fritto, tortello di corte padovana al ragù nobile, biscottini di Giotto. E il caffè alla menta. I vini serviti erano dei nostri generosi Colli Euganei. Il progetto, denominato **Pedrocchi Concept**, di proprietà di Maap (Mercato agroalimentare di Padova), già allestito a Berlino in occasione della fiera dell'Agroalimentare, è stato realizzato grazie alla sinergia di istituzioni e privati, quali la **Provincia** e il **Comune di Padova**, l'**Esu**, la **Fondazione Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo** e lo stesso **Caffè Pedrocchi** con l'abile regia del suo direttore Federico Menetto

e coordinata da **Turismo Padova Terme Euganee**. Il progetto nasce dalla volontà di creare dei simboli che veicolino l'intera immagine della città di Padova nel suo sistema infrastrutturale, economico, turistico, enogastronomico e culturale, per un'esperienza di Padova in una vetrina senza precedenti. L'obiettivo è promuovere su scala nazionale e internazionale l'intero Sistema Padova, dalla storia alla cultura, dall'offerta turistica della città e del territorio padovano fino alla gastronomia. Durante i sette giorni del Meeting nella piazzetta-ristorante del Pedrocchi si sono avvicinate numerose autorità del mondo politico e imprenditoriale: **Giulio Andreotti**, il ministro **Pierluigi Bersani**, **Alessandro Profumo**, amministratore delegato Unicredit Group, **Domenico**

Arcuri di Sviluppo Italia, **Paolo Scaroni**, amministratore delegato dell'Eni, il presidente del Club Mediterranée **Henri Giscard d'Estaing**, **Roberto Formigoni**, governatore della Regione Lombardia, ecc.

Il 23 agosto si è svolta la tradizionale **“Giornata dei Veneti al Meeting”**, iniziativa organizzata dalla Compagnia delle Opere Nordest. L'elenco dei presenti al pranzo curato dal direttore del Pedrocchi, Federico Menetto, comprendeva: il sottosegretario allo Sviluppo Economico **Marco Stradiotto**, l'europarlamentare **Iles Braghetto**, i parlamentari **De Poli**, **Fistarol**, **Giaretta**. La Giunta Regionale era presente con cinque esponenti: **Coppola**, **Donazzan**, **Gava**, **Marangon** e **Valdegamberi**, i sindaci di **Rovigo**, **Belluno**, il nostro sindaco di Padova. La provincia di Padova era rappresentata dal Presidente **Casarin** e da alcuni assessori, le province di **Vicenza** e **Venezia** dai vicepresidenti **Secco** e **Terrazzi**, il **Comune di Padova**, da vari assessori e consiglieri. Molti sono stati gli esponenti del mondo bancario, giornalistico, accademico, ecclesiale, imprenditoriale ad accettare l'invito allo stand del Pedrocchi. Partecipazione entusiastica anche quella del **Presidente della Fondazione Cassa di Risparmio Antonio Finotti**, colpito dalla fedeltà della riproduzione dello Stabilimento Pedrocchi, ma anche della qualità dell'intera manifestazione del Meeting oltre che dal numero dei partecipanti.

Il Presidente di Turismo Padova Terme Euganee ha assicurato la propria presenza al Meeting per tutta la durata dell'evento. L'Azienda Turismo ha partecipato al Meeting con materiale promozionale di Padova, Terme e provincia, e la presenza di personale che ha fornito informazioni ai numerosi visitatori. Per tutto il periodo della manifestazione un rappresentante dell'Associazione **“Le Strade del Vino”** ha presenziato rendendosi disponibile per informazioni e indicazioni sui vini del territorio. L'Azienda Turismo ha curato anche il coordinamento organizzativo dell'iniziativa.

so della promozione all'estero, abbia portato i risultati attesi, in termini di notorietà e riconoscibilità della nostra destinazione.

Restano però ancora alcuni nodi da sciogliere. Per un ulteriore sviluppo del comparto, una delle priorità è l'inserimento nella fascia alta del mercato congressuale: da questo punto di vista abbiamo accolto positivamente l'annuncio della Fiera che alcuni importanti congressi scientifici saranno ospitati a Padova. Al tempo stesso preoccupa la fase di indecisione della Fiera stessa circa la trasformazione del Padiglione 11 in Sala Congressi permanente (il già annunciato PALA 11), che al momento non vede alcun segno concreto di realizzazione.

Sull'offerta turistica di Padova, oggi tutta incentrata sul passato storico della città, si può affermare che poco sia stato aggiunto negli anni recenti al patrimonio storico del passato, in particolare per quanto concerne l'architettura. Ci sono alcune opportunità – penso alla scelta di un Auditorium alla fine fatta dal TAR – di scegliere e realizzare la Padova della modernità che non abbiamo saputo o voluto cogliere; e questo significa che il turismo non è ancora in grado di incidere sulle scelte di programmazione (urbanistica, infrastrutturale, dei servizi, ecc.) del territorio. La vera necessità, oggi, per dare solidità e un ulteriore sviluppo all'azione turistica è di attuare una vera, reale ed efficace Governance del turismo, che riesca ad unire l'impegno e l'apporto concreto di chi amministra e chi investe in strutture e servizi turistici.

Grazie al lavoro finora svolto il nostro obiettivo verso il traguardo della nuova dimensione turistica della Provincia di Padova è un po' più vicino. Con la collaborazione e il sostegno delle componenti politico-amministrative, economiche, associative e dei singoli operatori potremo nel 2008 ormai alle porte continuare questo percorso positivo. E' l'augurio che porgo a tutti in occasione del Santo Natale e del nuovo Anno.

Dr. Ubaldo Lonardi
Presidente
Turismo Padova Terme Euganee

Per chi vuole scrivere:
ubaldo.lonardi@turismopadova.it



Sopra: foto di gruppo dei partecipanti alla presentazione del “Pedrocchi Concept” al 28° Meeting dei Popoli di Rimini.

In alto: il modello in scala del Caffè Pedrocchi

Padova Card

Il meglio di Padova e della provincia in una Card

In occasione del **Salone dei Beni Culturali di Venezia**, il 30 novembre è stata presentata al Terminal Passeggeri di Venezia la **nuova Padova Card**. Padova ha illustrato a stampa e autorità la nuova carta che offre al turista e al cittadino molte opportunità di visita e vari interessanti servizi in città e provincia. Nata nel **1989** come biglietto "Margherita" (ad ogni visita veniva strappato un petalo del fiore), nel **1994** si è trasformata in "biglietto unico" di formato carta di credito, nel **1998** è diventato biglietto unico telematico con microchip formato carta di credito per giungere all'attuale "Padova Card" nel **2002**. Quali le novità? Da **gennaio 2008** Padova Card si arricchirà di nuovi conte-

nuti e vantaggi. Saranno infatti due le nuove versioni in distribuzione con l'inizio dell'anno prossimo: una valida 48 ore dal momento dell'attivazione, al prezzo di 15 euro per l'adulto + un ragazzo fino ai 14 anni; l'altra valida 72 ore dal momento dell'attivazione, al

prezzo di 20 euro per l'adulto + l'adulto + un ragazzo fino ai 14 anni, con ingressi ridotti o scontati ad altri musei, monumenti, siti di interesse turistico e servizi turistici e di ospitalità convenzionati, accesso gratuito a tutta la rete di trasporto pubblico e parcheggi convenzionati dell'APS Holding, più punti distribuzione e acquisto. La nuova Card potrà essere acquistata presso gli uffici informazione e accoglienza turistica (IAT), negli alberghi, presso le agenzie di viaggio, alle biglietterie dei diversi siti visitabili. Sono previsti inoltre sconti su numerosi servizi turistici come visite guidate, tour con il City Sightseeing, escursioni in battello, noleggio biciclette. Gadget, cocktail di benvenuto o agevolazioni nei servizi offerti da hotel, B&B, ristoranti, pubblici esercizi e aziende agrituristiche convenzionati. Rinnovata nei colori, nell'immagine, nella durata, nel numero di siti visitabili, la nuova Padova Card presenta una nuova impostazione anche nel **Carnet** che, grazie all'utilizzo di colori vivaci, comunica la va-

rietà dell'offerta turistica e la collaborazione tra tutte le strutture coinvolte (**Regione Veneto, Provincia e Comune** e i punti di interesse, che sintetizza e comunica l'identità territoriale e di sistema, supporta la vendita di tutta la destinazione integrando attrattività, tipicità, ospitalità e servizi, facilita l'accesso alle attrazioni "trainanti" ma migliora al tempo stesso la fruizione di aree di minore visibilità turistica.

Per i soggetti promotori uno degli aspetti interessanti è inoltre la **tracciabilità del percorso** fatto dal turista grazie alla lettura ottica e la possibilità, attraverso gli esercizi convenzionati, di raccogliere informazioni utili sull'utente dei servizi, con una maggiore capacità di monitoraggio e analisi del settore e delle dinamiche turistiche di fruizione: dai dati di provenienza alla pianificazione del miglioramento del si-

prezzo di 20 euro per l'adulto + l'adulto + un ragazzo fino ai 14 anni, con ingressi ridotti o scontati ad altri musei, monumenti, siti di interesse turistico e servizi turistici e di ospitalità convenzionati, accesso gratuito a tutta la rete di trasporto pubblico e parcheggi convenzionati dell'APS Holding, più punti distribuzione e acquisto. La nuova Card potrà essere acquistata presso gli uffici informazione e accoglienza turistica (IAT), negli alberghi, presso le agenzie di viaggio, alle biglietterie dei diversi siti visitabili. Sono previsti inoltre sconti su numerosi servizi turistici come visite guidate, tour con il City Sightseeing, escursioni in battello, noleggio biciclette. Gadget, cocktail di benvenuto o agevolazioni nei servizi offerti da hotel, B&B, ristoranti, pubblici esercizi e aziende agrituristiche convenzionati. Rinnovata nei colori, nell'immagine, nella durata, nel numero di siti visitabili, la nuova Padova Card presenta una nuova impostazione anche nel **Carnet** che, grazie all'utilizzo di colori vivaci, comunica la va-

di Padova, Turismo Padova Terme Euganee, Camera di Commercio I.A.A. di Padova e APS Holding). La Card diventa marchio che identifica la collaborazione tra i partners che la sostengono. Quali strumenti di **comunicazione**, sono stati scelti, oltre al nuovo **Carnet guida** con tutte le informazioni e i vantaggi ai quali il possessore può accedere, un flyer declinato nelle due tipologie (48 e 72 ore) con sintesi dei servizi, il manifesto, il display da tavolo con tasca, il Totem, i penguin da terra, le vetrofanie per gli esercizi convenzionati, il sito internet www.padovacard.it, la pagina informativa e l'annuncio dettagliato, il web marketing. Padova Card è quindi uno strumento per valorizzare il territorio

stema, alla comprensione della propensione alla fruizione da parte dei visitatori.



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: Mariacldia Crivellaro, Gigliola Lionello, Claudio Fasolo, Cristina Gibellato.

Aut.Trib. Padova n. 1095 del 21/11/88

Hanno collaborato a questo numero:

Marta Bagno, Eugenia Benedetti, Luca Crivellaro, Mariacldia Crivellaro, Cristina Gibellato, Daniela Guagno, Ubaldo Lonardi, Stefan Marchioro, Marisa Masiero, Stefano Nagy, Laura Piovesan Schütz.

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

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

Aviato in via sperimentale nel 2006 e promosso da Provincia di Padova, Azienda Turismo Padova Terme Euganee in collaborazione con Consorzio Terme Euganee di Abano e Montegrotto, il progetto di turismo sociale **“Le Terme: Una risorsa per la qualità della vita”** nel corso del 2007 ha esteso i pacchetti promozionali di soggiorno settimanale alle

ce del Veneto: hanno infatti aderito Belluno e Rovigo. Si è passati così da 4.200 presenze a novembre 2006, a 4.200 a marzo 2007 e 7.700 a novembre 2007, confermando il successo del progetto intrapreso.

Significativo il dato che la maggior parte dei partecipanti alla prima edizione abbia ripetuto il soggiorno sia a marzo 2007 che a novembre, dimostrando l'alto grado di fidelizzazione della proposta e la validità del-

nuove amicizie in un clima di sereno relax. Benessere significa infatti anche gioia di vivere: la cura del cliente, la dolce atmosfera dei colli Euganei, la possibilità di organizzare qualche breve escursione nei dintorni e l'eccellenza degli hotels contribuiscono a rendere piacevole e benefico il soggiorno con la comodità data dalla vicinanza della destinazione.

Dai questionari somministrati sono emersi il forte apprezzamento per l'accoglienza e le strutture alberghiere, la gentilezza e



Terme su due finestre temporali (marzo e novembre) a seguito delle crescenti richieste, con l'adesione di nuove strutture alberghiere che da 8 sono passate a 13 e con l'opportunità di usufruire dell'offerta anche per i cittadini di altre Provin-

l'iniziativa, che si configura come uno strumento per consolidare e aumentare la frequenza alle Terme anche nei periodi di bassa stagione, per far conoscere i benefici delle cure termali, per migliorare insomma la qualità della vita favorendo aggregazione e

l'efficienza del personale, la cucina curata e varia e i risultati benefici ottenuti a seguito delle cure termali. Punto di forza della proposta: la professionalità e l'organizzazione del servizio, che molti riconoscono come valore aggiunto di qualità di tutto il Bacino Termale. Dati positivi anche per l'indotto e sul fronte degli albergatori, che hanno constatato come i partecipanti, favoriti da un'offerta di base conveniente, abbiano poi utilizzato le strutture per servizi extra impegnativa, usufruendo di massaggi, bagni all'ozono e inalazioni, ecc. con ricadute soddisfacenti anche per lo shopping nei negozi dell'area e quindi per tutto il complesso turistico termale.

Il golf unisce Padova a Mosca

Il gotha di imprenditoria e management russo contro politici e imprenditori padovani, tutti con la passione del golf. Si è tenuto a fine ottobre presso il **Golf Club Padova di Valsanzibio l'International V.I.P. Golf Challenge Terme Euganee 2007**, primo evento nato dalla partnership tra i Comuni di Abano e Montegrotto Terme e la città di Mosca, per sviluppare sinergie economico-imprenditoriali, turistiche e cul-



turali tra i due territori. La delegazione russa, formata dal **Prefetto di Mosca** e da altre personalità che la scorsa primavera hanno partecipato al **Vip Tennis Tournament 2007** ha visitato Abano, Montegrotto e Padova e partecipato ad incontri istituzionali, tesi a rafforzare i legami culturali ed economici tra i due paesi e sviluppare una partnership volta a realizzare una serie di eventi sia nel nostro territorio che in Russia.

Benvenuto al nuovo console slovacco a Padova

La signora **Antonia Srankova** è il nuovo console slovacco per il Nord Italia. Al signor **Juraj Sumichrast** che ha contribuito ad intensificare durante il periodo del suo incarico lo scambio di esperienze e la collaborazione tra gli operatori padovani e slovacchi per la promozione della qualità del turismo, il saluto e il ringraziamento da parte della nostra città. Con il nuovo console, incontrato lo scorso **24 settembre** presso gli Uffici dell'Azienda Turismo, il



dott. Ubaldo Lonardi ha fatto il punto sui risultati ottenuti dalla mostra "Giotto a Padova" ospitata nello storico Castello di Bratislava. Ben 17.000 i visitatori in tre mesi di esposizione! Un risultato lusinghiero che si aggiunge al consistente aumento di flussi turistici tra i due paesi. Inoltre una delegazione di **50 operatori turistici slovacchi** è stata ospitata a Padova per un corso di formazione presso gli Uffici IAT dell'Azienda Turismo. La Sezione Commerciale del Consolato Slovacco di Padova, è responsabile delle questioni economiche e dello sviluppo dell'interscambio commerciale Slovacchia e Nord Italia. (www.laslovacchia.it)

Come è cambiato lo scenario turistico dell'ambito termale

Focus sul bacino termale euganeo

Dall'8 al 10 novembre si è svolta ad Abano Terme la I^a edizione del **World Thermal Forum**, la cui apertura è stata preceduta dal **Focus sul Bacino Termale Euganeo**, nel corso del quale sono stati presentati i risultati dell'**Osservatorio**.

Nel **Bacino Termale Euganeo**, che comprende i Comuni di Abano, Battaglia, Montegrotto, Galzignano, Teolo, nel confronto sul periodo gennaio-settembre 2005/2007, si conferma il trend di crescita degli arrivi, mentre si registra un andamento differenziato per le presenze, segno positivo ad Abano ma contrazione nelle altre aree. Un dato ormai consolidato è che i flussi italiani sono in aumento costante, mentre è più critico l'andamento degli stranieri: in contrazione sono sia gli arrivi che le presenze, con andamenti diversi tra le principali nazionalità. In calo è anche la permanenza media complessiva. L'analisi continuativa sui curisti italiani condotta dall'Osservatorio Provinciale del Turismo fa registrare, nel confronto sul periodo gennaio-settembre 2005-07, un aumento degli arrivi a fronte di un calo dei curisti, un aumento dei pernottamenti a fronte di riduzione del numero di cure. A fronte quindi di un aumento del-

l'appeal delle nostre destinazioni termali si registra in più di qualche caso un problema di redditività per le imprese del settore.

Lo scenario emerso richiede la riapertura del dibattito sul riposizionamento del sistema termale euganeo per comprendere pienamente

l'andamento dell'economia turistica, la riduzione della redditività delle imprese, nonché l'avvio di nuovi strumenti di monitoraggio del mercato e di valutazione delle performance economiche, attraverso l'insediamento di sistemi evoluti di raccolta ed elaborazione dei dati.

Il futuro del Bacino termale passa quindi anche per un percorso strutturato di riposizionamento di tre diversi livelli differenziati ma interconnessi sul piano del presidio e delle strategie, che comprendono:

- per le imprese turistiche le Associazioni di categoria, gli operatori e i sindacati, attraverso la differenziazione del modello di offerta e il superamento del

monoprodotto, favorendo elementi di specializzazione e la continuità tra albergo e territorio;

- per la destinazione le Associazioni di Categoria Turistiche, il Consorzio Terme Euganee e l'Azienda Turismo, attraverso un'attività di destination marketing che ponga attenzione alla diversificazione dei mercati e all'intercettazione nuovi mercati promettenti (es. Nord Europa), con una riflessione sulla coerenza



tra mercati, target specifici e caratteristiche dell'offerta e della struttura alberghiera;

- per la Governance le Istituzioni del territorio e il modello complessivo della città termale, potenziando la cultura della specificità del termalismo euganeo.

Irrinunciabile risulta comunque la valorizzazione del "fango" come elemento distintivo territoriale, promuovendo la fangoterapia al turista "in loco", innalzando la qualità delle cure, delle strutture, dell'offerta complessiva, stimolando a livello scientifico la ricerca di efficacia di una cura più breve e valutando a livello politico-normativo la riduzione di alcuni vincoli nella prestazione sanitaria, ad esempio il passaggio dai 12 giorni di ciclo di cure alla formula 6+6 senza obbligo di seconda visita "in loco". Questo modello tripartito può rappresentare un nuovo modello di lavoro integrato degli attori del Bacino Termale – istituzioni, Centro Studi, Associazioni di Categoria professionale e sindacale, operatori, riuniti attorno al Tavolo del Progetto Strategico.



Giotto a Padova

Nuove tappe e nuovi successi

La mostra itinerante **"Giotto a Padova"** continua il suo viaggio attraverso le capitali europee per far conoscere il grande maestro Giotto e il suo capolavoro la Cappella degli Scrovegni ad un pubblico di ogni età, accomunato dal desiderio di incontrare l'arte e la cultura italiana.

Dopo la tappa di **Bratislava** nello storico e imponente Castello che domina la capitale della Slo-

Padova, provincia e Terme che si è conclusa con una degustazione di prodotti tipici padovani e di vini offerti dall'**Azienda Agricola Vignalta** che da alcuni mesi è presente nel mercato finlandese. In quell'occasione è stato anche presentato un libro dal titolo *"Storie nuove per antiche leggende"*, frutto delle attività del progetto di cooperazione tra il G.A.L. Patavino e il partner finlandese Pohjois Satakuntary, finanzia-

to nell'ambito del Programma di Iniziativa Comunitaria Leader Plus. La versione finlandese del libro è stata presentata da **Marco Serraglio** del Gal Patavino: 20 racconti di giovani padovani dai 15 ai 25 anni e giovani finlandesi dai 10 agli 11 anni, ispirati a miti, leggende e tradizioni di ciascun territorio corredato da alcune illustrazioni. La tappa di Helsinki conclusasi il 4 novembre scorso, è stata visitata da oltre 35.000 persone.

L'8 novembre è stata inaugurata a **Stoccolma** una nuova tappa della mostra presso la **Chiesa cattolica di Sant'Eugenia**, la più antica parrocchia cattolica fondata dopo la riforma protestante. Alla vernice della mostra, visitabile fino al 14 dicembre, è intervenuto l'Assessore provinciale alla Cultura **Massimo Giorgetti**, accolto dal Direttore del **Katolskt Forum** e dai rappresentanti della **Birgitta Folkhogskola** che hanno collaborato all'organizzazione dell'evento. La mostra, come di consueto, presenta il modello in scala 1:4 della Cappella degli Scrovegni, con l'allestimento curato dall'arch. **Gianfranco Martini** e la riproduzione fotografica ad altissima risoluzione degli affreschi del grande maestro Giotto realizzata dall'editore padovano **Giorgio Deganello**.

Dopo la Svezia, la mostra prosegue il suo viaggio in **Olanda**, dove è stata inaugurata lo scorso 13 dicembre presso il **Bijbels Museum di Amsterdam**. Nel 2008 invece, il modello ligneo che ora si trova a Montevideo in Uruguay, sarà trasportato nell'**isola di Cuba** per essere allestito nel mese di febbraio a **La Habana**, ospitato nel Convento di San Francisco de Asis.

Tra le tappe ipotizzate per il nuovo anno, quella di **Delhi** e **Mombay** in **India** per la cui organizzazione sono in corso contatti con il Ministro del Turismo indiano **Ambika Soni**.



vacchia e quella di **Ljubljana** in Slovenia presso la Narodna Galereja impreziosita dalla presenza di sei opere originali dei Musei Civici di Padova, la mostra è stata allestita in **Finlandia a Helsinki** presso l'**Annantalo Arts Centre**, prestigioso centro per l'educazione all'arte di bambini e giovani che si propone di avvicinare alla cultura studenti di cicli scolastici diversi in modo originale e innovativo, con laboratori didattici, corsi di creatività e giochi di gruppo, per l'occasione incentrati sulla figura di Giotto. La mostra è stata inaugurata alla presenza del **Presidente di Turismo Padova Terme Euganee Ubaldo Lonardi**. Il 24 ottobre è stato organizzato un **workshop** al quale hanno partecipato rappresentanti di stampa, associazioni italo-finniche, università e comuni. La signora **Laura Piovesan Schutz**, Responsabile relazioni esterne del **Progetto Strategico del Turismo Padovano**, ha curato la presentazione di



Sopra: l'Assessore alla Cultura della Provincia di Padova **Massimo Giorgetti**.

In alto: alcuni momenti dell'inaugurazione della mostra **Giotto a Padova** presso la Chiesa di Sant'Eugenia.

Turismi delle passioni

Una delegazione di 13 responsabili della programmazione turistica per **Cral** e **Associazioni dopolavoro** di importanti aziende e istituti bancari nazionali, tra cui **Gucci, Unipol, S.Paolo IMI, Monte dei Paschi di Siena, Nestlé** e **Lavazza**, ha incontrato ad Arquà Petrarca gli operatori del sistema turistico padovano e visitato il territorio in un viaggio di informazione, per testare direttamente le strutture e selezionare le destinazioni da inserire nella programmazione



annuale dei club. Un workshop è stato pertanto organizzato tra Cral ospiti e operatori turistici locali al Palazzetto Consortile di Arquà durante il quale sono state proposte offerte di viaggio e soggiorno. Gli ospiti hanno inoltre partecipato alla serata enogastronomica **"A spasso tra rime e sapori"** promossa da Confefercenti Padova, a visite guidate a Monselice, Este e Arquà in occasione della Festa della Giuggiola, a percorsi di degustazione presso i locali della Strada del Vino Colli Euganei e ad un incontro con i rappresentanti del sistema turistico padovano e delle amministrazioni locali. L'iniziativa, dedicata interamente ai turismi di nicchia, denominati "Turismi delle passioni", è stata promossa dal Progetto Strategico del Turismo Padovano - Asse Turismi Trasversali.

Padova Short Festival. Una provincia da filmare

Concorso per filmati realizzati con videotelefoni della durata massima di 90 secondi promosso dall'Assessorato alle Attività Economiche e Produttive e all'Identità Veneta della Provincia di Padova e con il patrocinio, tra gli altri, di Turismo Padova Terme Euganee.



Un concorso rivolto a tutti coloro che vogliono sentirsi registi almeno per un giorno mediante l'ideazione e la creazione di videofilmati che evidenzino in modo originale gli aspetti storici, artistici, culturali, ambientali, gastronomici, folcloristici o economici della nostra provincia.

Attraverso l'occhio curioso del nostro cellulare un modo per riscoprire e raccontare la provincia di Padova, per esprimere la propria creatività coinvolti dal territorio, interpretandone luoghi e tradizioni tramite proprie esperienze personali e storie di vita, suscitandone un rinnovato interesse. Proprio per offrire la possibilità di riprendere il territorio in varie stagioni il termine per inviare iscrizione e filmati è il 30 aprile 2008.

Carta dell'Eccellenza Padovana

Presentati a Padova e Milano i ristoranti della Tradizione e il Dizionario enogastronomico Italiano

Realizzata dal Progetto Strategico del Turismo Padovano – Asse del Turismo Enogastronomico in sinergia con il progetto “Sapori & Saperi” della Camera di Commercio e Promo Padova, tenuta a battesimo da **Paolo Massobrio** e presentata anche alla stampa specializzata nazionale a Milano, l'edizione 2007 della **Carta dell'Eccellenza Padovana** è un vero e proprio vademecum dei prodotti agroalimentari padovani della tipicità garantita. Primo merito dello strumento, mappa della nostra produzione agroalimentare e dei ristoranti “DOC” della tradizione, è quello di aver affermato a pieno titolo il ruolo della nostra enogastronomia come risorsa per il turismo.

Il risultato concreto del lungo percorso che ha coinvolto gli operatori locali della produzione e della ristorazione, è la ridefinizione del concetto di tipicità come qualità ed eccellenza, che si esprimono in tre livelli: l'adesione alle tradizioni del territorio, l'appartenenza alla nostra cultura e la stagionalità dei prodotti. Questo è stato possibile attivando una filiera impor-

tante fra i produttori e allevatori delle eccellenze della nostra tradizione, la professionalità dei ristoratori e l'attività di promozione e valorizzazione. Attraverso un percorso formativo che ha



coinvolto i ristoratori aderenti con l'esperto del gusto e docente di alta cucina **Pierangelo Barontini**, si è giunti alla selezione di 20 ristoranti della Tradizione garantiti dal bollino Pado-

va da Gustare, che sono gli ambasciatori dell'eccellenza della tradizione nelle attività di ristorazione e accoglienza: il vero valore aggiunto è quindi l'aver messo insieme, attorno ad un unico marchio, i molti soggetti del mondo della produzione agricola, della ristorazione e del turismo. I ristoranti individuati e inseriti nella Carta dell'Eccellenza, si sono impegnati a inserire nei propri menu piatti della tradizione padovana, elaborati almeno in parte con i prodotti del territorio, secondo i requisiti di genuinità, qualità e rintracciabilità richiesti. La tradizione però è solo una prima tappa di un obiettivo più ampio, che intende fare dell'eccellenza un patrimonio diffuso: perché il turista vuole mangiare bene non solo quando ricerca la tipicità e la tradizione, ma anche quando si apre all'innovazione o si avvicina all'etnico, dove l'esperienza del cibo e dell'enogastronomia si confonde con il “vivere” la città e la sua atmosfera metropolitana di scambio e contaminazione.

Padova ha quindi un'identità molteplice anche dal punto di vista dell'enogastronomia, con mille sfaccettature diverse, in grado di trasformare anche il piatto più semplice in una proposta nuova e di qualità, mescolando antico e moderno, tradizione e innovazione. Proprio alla Carta dell'Eccellenza e alla presentazione dell'offerta turistica del territorio padovano è dedicato lo speciale di 96 pagine di apertura all'edizione personalizzata del Dizionario Enogastronomico Italiano curato dal noto giornalista enogastronomico **Paolo Massobrio**, realizzata dalla Provincia di Padova e dall'Azienda Turismo Padova Terme Euganee. Tradotto in inglese, francese, tedesco e spagnolo, è un utile strumento per far conoscere ai clienti stranieri le parole della cucina tipica italiana, con 1600 nomi di piatti, prodotti della cucina tipica regionale italiana e di tutti i vini DOC e DOCG italiani.



Carta dell'Eccellenza padovana i ristoranti della tradizione Edizione 2007

Di seguito i Ristoranti premiati con diploma e il Dizionario Enogastronomico Italiano – Ed. Comunica di Paolo Massobrio:

Da Giovanni

San Giorgio in Bosco

Locanda Aurilia

Loreggia

La Montanella

Arquà Petrarca

Val Pomaro

Arquà Petrarca

In Corte dal Capo

Conselve

Trattoria Al Piro

Torreglia

La Tavolozza Trattoria

Torreglia

Taverna Azzurra

Abano Terme

Nero di Seppia

Padova

Montegrande

Revolon

Bastioni del Moro

Padova

Ristorante Ai Prati

Vigonza

Boccardo

Noventa Padovana

Antica Trattoria Ballotta 1605

Torreglia

Al Palazzon

Galliera Veneta

San Benedetto

Montagnana

La Montecchia

Selvazzano Dentro

La Meridiana

Piove di Sacco

Trattoria La Famiglia

Correzzola

La Bulesca

Selvazzano Dentro Loc. Rubano

L'uomo dal palato d'oro

Edoardo Raspelli nella provincia di Padova

Edoardo Raspelli, definito da molti il critico gastronomico più severo d'Italia, è stato di nuovo ospite della nostra Provincia. È così che il 29 novembre sono usciti a sua firma tre articoli dal titolo “Le oche di una volta” su *La Stampa*, nella Rubrica *Il Bel-lo & il Buono*, ne *Il Secolo XIX*, e su *Onda TV* “L'autentica oca padovana”.

La puntata di *Melaverde* condotta sempre da Raspelli e girata il mese scorso in due aziende agricole della Bassa, è andata in onda il 2 dicembre. Il famoso critico e giornalista ha visitato le aziende agricole “Il Dosso” di Michele Littamè a Sant'Urbano, alla scopere-

ta delle oche e di delizie gastronomiche a base d'oca, e “Antichi Sapori” della famiglia Scudellaro a Pontecasale di Candiana, per conoscere in particolare l'anatra e la faraona. In primo piano i diversi metodi di allevamento delle varie razze e i prodotti della tradizione padovana. Raspelli si è soffermato sulle caratteristiche salienti di oche, anatre, faraone e tacchini e le diverse fasi del loro allevamento. La troupe è stata seguita da Turismo Padova Terme Euganee in collaborazione con la Camera di Commercio I.A.A. di Padova e Noesis Comunicazione.



Vengono da noi... scrivono di noi

Un bilancio sull'attività di assistenza e ospitalità dell'azienda Turismo

L'intensa attività di assistenza a giornalisti, operatori della stampa nazionale ed internazionale e a troupes televisive continua a dare ottimi risultati: numerosi sono infatti gli articoli e i servizi fotografici pubblicati nelle pagine di prestigiose riviste di settore, settimanali e quotidiani.

Turismo Padova Terme Euganee investe molte risorse umane ed economiche nell'ospitalità a giornalisti e fotografi nella convinzione che l'interesse dimostrato dalle testate nazionali ed estere per il nostro territorio possa tradursi in un articolo o una fotografia che esprima l'entusiasmo dell'autore dopo aver goduto le bellezze, i sapori, i colori delle nostre città, dei nostri colli, il calore della nostra gente, il relax delle nostre terme e la passione di chi li accompagna nella loro conoscenza. L'assistenza di norma prevede una persona di Turismo Padova Terme Euganee con ottima conoscenza delle lingue straniere che si dedica interamente a condurre il giornalista e/o il fotografo o la troupe nei luoghi o negli ambienti prescelti, a reperire quanto (anche di più particolare e a volte strano) venga richiesto per la migliore riuscita del servizio fotografico o dell'articolo.

Nel numero di agosto di *Italia a Tavola!* un articolo dal titolo "Colli Euganei da gustare, da bere, da vivere" speciale sulla Strada del Vino dei Colli Euganei. La collaborazione con **Roberto Valline** di *Athesia* e **Walther J. Werth** dei quotidiani *Dolomiten* e *Tiroler Tageszeitung* ha portato alla seconda edizione dell'inserto speciale *Zur Kur*, 28 pagine dedicate alle Terme e ai Colli Euganei. L'inserto è stato distribuito in allegato ai due quotidiani destinati al Tirolo e al Sud-Tirolo. La giornalista **Barbara Schafer** di Berlino durante il suo soggiorno alle Terme Euganee ha raccolto materiali e informazioni per la realizzazione di un servizio sui Colli Euganei. La giornalista free-lance canadese **Susan Hallett** di Ottawa, Ontario, associata alla *Tra-*

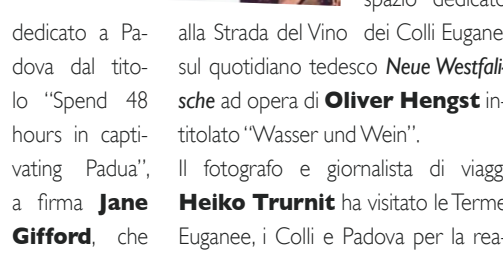
vel Media Association of Canada ha visitato Padova e i Colli Euganei nel mese di settembre per raccogliere materiali e fotografie sulla provincia di Padova, in previsione di un articolo destinato alla stampa canadese. **Rosanna Precchia** di *Famiglia Cristiana* ha realizzato un bellissimo articolo dal titolo "Giuggiolo e Castelli sui Colli Euganei" dedicato alla Festa della Giuggiola e ad Arquà Petrarca, pubblicato il 23 settembre. Di prossima pubblicazione la Guida ai Musei Storici e Militari d'Italia a cura del giornalista Mario Bussoni e del fotografo **Marcello Calzolari** ospite della nostra azienda dal 24 al

26 settembre. **David Deponti** di *TU* al quale è stato spedito materiale sulla nostra città, ha realizzato un articolo su Padova, pubblicato il giorno 30 ottobre dal titolo "Due giorni per innamorarti di Padova - Nella città del Santo", **Peter Lexe**, giornalista enogastronomo del più diffuso quotidiano della Carinzia, il *Kleine Zeitung*, nel mese di ottobre ha visitato alcuni ristoranti e cantine della provincia di Padova per la realizzazione di un itinerario enogastronomico da proporre ai lettori del suo giornale. La troupe di **Melaverde** è tornata in provincia di Padova dal 17 al 19 ottobre, per la realizzazione della 11^a puntata dedicata alla bassa corte padovana, condotta da **Edoardo Raspelli** ed andata in onda il 2 dicembre. Un articolo dedicato al Gattamelata, nella rubrica *Ma-*

sterpiece a cura di **Karen Wilkin** dal titolo "Monument to a Mercenary" datato 9 ottobre è apparso su "The Wall Street Journal". Il giornalista **Thomas P. Scholz**, redattore della rivista *Convention International* ha visitato Padova, i Colli e le Terme per la realizzazione di uno speciale interamente dedicato all'offerta congressuale del Veneto, commissionato dall'Enit di Francoforte. Lo speciale uscirà nella primavera 2008 e sarà distribuito in 15.000 copie in Austria, Germania e Svizzera. Sul numero 36 di novembre di *Italia!* è uscito il primo splendido articolo di 6 pagine

dedicato a Padova con l'assistenza congiunta di Turismo Padova Terme Euganee e Consorzio Terme lo scorso giugno. A gennaio 2008 è invece prevista la pubblicazione sulla stessa rivista dell'articolo dedicato ai Colli e alle Terme Euganee.

Il 10 ottobre una segnalazione relativa alla festa della Giuggiola all'interno della pagina "Week end golosi al sapore di..." sulla rivista femminile *Donna*



dedicato a Padova dal titolo "Spend 48 hours in captivating Padua", a firma **Jane Gifford**, che aveva visita-

to Padova con l'assistenza congiunta di Turismo Padova Terme Euganee e Consorzio Terme lo scorso giugno. A gennaio 2008 è invece prevista la pubblicazione sulla stessa rivista dell'articolo dedicato ai Colli e alle Terme Euganee. La giornalista **Ida Stantilli** de *I viaggi di Repubblica* scrive di Arquà Petrarca in un articolo pubblicato il 4 ottobre. Sul mensile *Vero Salute* del mese di ottobre sono apparse due pagine dedicate alle Terme di Montegrotto, mentre su *Panorama Travel* dello stesso mese un articolo dal titolo "Colli Euganei - Settimane movimentate" con una segnalazione relativa ai pacchetti ideati e pubblicati da una struttura terma-

le. Il 10 ottobre una segnalazione relativa alla festa della Giuggiola all'interno della pagina "Week end golosi al sapore di..." sulla rivista femminile *Donna*

Moderna. Pubblicato il 10 novembre un itinerario di viaggio dai Colli Euganei a Venezia, con ampio spazio dedicato

alla Strada del Vino dei Colli Euganei sul quotidiano tedesco *Neue Westfälische* ad opera di **Oliver Hengst** intitolato "Wasser und Wein".

Il fotografo e giornalista di viaggi **Heiko Trurnit** ha visitato le Terme Euganee, i Colli e Padova per la realizzazione di 3 diversi articoli già programmati dalla rivista *Der Hausarzt*, organo ufficiale dei medici di famiglia e dei medici internisti tedeschi. Il primo articolo sarà pubblicato a gennaio 2008 e a seguire nei numeri di febbraio e marzo saranno pubblicati altri due articoli che svilupperanno le varie proposte dell'offerta turistica di Padova e provincia.

Splendido il servizio pubblicato su *Bell'Italia* numero 259 di novembre, 9 pagine interamente dedicate al Battistero della Cattedrale intitolato "La Bibbia in Cento Scene", realizzato dalla giornalista **Francesca Pirani** e dal fotografo **Gabriele Croppi**, con l'apporto di **Sabrina Talarico** per le due pagine dedicate alle informazioni utili per la visita alla città.