



N. 1 2008
LUGLIO

Turismo Padova Terme Euganee News
Supplemento al Padova Today
numero 4 Luglio Agosto 2008
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

Per un rilancio del Turismo Italiano

Una strategia comune: la Governance

Dal 12 maggio 2008, **Michela Vittoria Brambilla**, imprenditrice dell'acciaio da quattro generazioni, ricopre l'incarico di sottosegretario alla Presidenza del Consiglio con delega al Turismo. A chiusura della Conferenza per il Turismo di Riva del Garda, il sottosegretario ha annunciato il cambio della guardia al vertice dell'Enit: il nuovo presidente è **Matteo Marzotto**, 41 anni, presidente del Gruppo Marzotto. La nomina di Marzotto è stata decisa dalla Brambilla d'intesa con le Regioni. Dopo la nomina di Luca Zaia a Ministro delle politiche agricole comunitarie, il 6 giugno è stato nominato Assessore Regionale al Turismo **Franco Manzato**.



La terapia d'urto proposta dal sottosegretario Brambilla per il rilancio del turismo in Italia, prevede la creazione di una task-force collegata al dipartimento del turismo per l'immagine del paese con predisposizione di azioni di marketing, di comarketing e di comunicazione, nonché supporti tangibili del settore turistico al brand del Made in Italy, cui seguirà una immediata interazione tra la cabina di regia nazionale e le amministrazioni locali per fronteggiare le emergenze della logistica, delle infrastrutture, delle reti di servizi e trasporti e accordi strategici con importanti tour operator internazionali.

Una gestione imprenditoriale dei grandi eventi, culturali e sportivi, un innalzamen-

to del livello di formazione professionale e ancora un piano di sostegno per quelle imprese che utilizzeranno le nuove tecnologie per ottimizzare le vendite, una semplificazione delle procedure burocratiche pro-turismo e, per concludere, una revisione dell'Osservatorio nazionale del Turismo, con raccolta di tutti i dati sensibili da diffondere mensilmente.

Il Piano per il Turismo italiano illustrato a Palazzo Chigi il 2 luglio scorso dal sottosegretario Michela Brambilla alla presenza del Presidente Berlusconi e del neo eletto Presidente dell'Enit Matteo Marzotto presenta forti analogie con il padovano **Progetto Strategico del Turismo**, di cui Turismo Padova Terme Euganee è stato il soggetto attuatore. Il Progetto Strategico è un modello innovativo di sviluppo dell'offerta turistica locale, basato su una visione articolata ma integrata delle risorse del nostro territorio che si presenta come sistema unitario e coordinato nell'attuare una strategia di marketing condivisa. Il Progetto Strategico si è quindi posto come principale obiettivo la definizione di un nuovo posizionamento di Padova e della sua provincia tra i competitors italiani ed europei e il rilancio del comparto turistico, valorizzandone le singole specificità attraverso la connessione e l'integrazione tra diversi elementi: dal turismo termale a quello urbano e di città d'arte, dal religioso al congressuale, dall'enogastronomico ai turismi trasversali. Tra gli obiettivi della **Governance**, ovvero il coordinamento e il dialogo organizzato con i principali attori del sistema turistico, c'è da un lato la creazione di quella visione d'insieme che ha come principale implicazione la necessità di integrare l'aspetto turistico nel modello di sviluppo economi-

co del territorio, dall'altro lato c'è l'innalzamento del livello delle conoscenze e delle informazioni all'interno del sistema turistico. È stato istituito un **Osservatorio Provinciale sul Turismo** con il compito di sviluppare un sistema strutturato, continuo, accessibile e diffuso di monitoraggio della domanda, dei mercati e dell'impatto economico sul turismo, e sostenere le scelte strategiche, promuovere ed investire su base "scientifica" e di valutare il ritorno in termini di rapporto costi/benefici. Oggi il sistema del turismo padovano ha a disposizione una "vista unitaria" e simultanea dei dati essenziali che consente una prima lettura d'insieme dell'andamento del turismo provinciale, ma anche l'analisi della correlazione tra i fenomeni.

Dal punto di vista della **Comunicazione**, uno dei principali investimenti compiuti in maniera unitaria e coordinata del Progetto Strategico è la campagna nazionale siglata **"Padova Terra Madre di..."** con immagini d'autore. Lo slogan sintetizza le diverse personalità del territorio padovano e l'immagine a più declinazioni esalta la ricchezza dell'area in termini storici, paesaggistici, culturali. Mentre la fase di lancio ha puntato a rafforzare la notorietà della destinazione nel suo complesso, dal 2007 la comunicazione ha come obiettivo il consolidamento dei valori del marchio **"Padova. Terra Madre"** attraverso contenuti emozionali e narrativi, con immagini che raccontano il territorio padovano come un'esperienza unica. Pianificazione pubblicitaria, campagna radiofonica, pubblicità televisiva e un articolato piano di relazioni pubbliche e ufficio stampa a livello nazionale e internazionale, sommate alle tradizionali attività di accoglienza e assistenza a giornalisti e operatori

della stampa, hanno contribuito ad innalzare il livello della conoscenza ed hanno fatto emergere il dibattito sulla percezione della redditività effettiva del turismo. L'Osservatorio ha evidenziato nel turismo padovano un'evoluzione "a due facce": per le Terme Euganee si tratta di un cambiamento epocale ed esprime la profonda trasformazione delle dinamiche turistiche oltre che la difficoltà in atto nel settore. Per quanto riguarda Padova, si evidenzia un trend che afferma con forza l'identità di Padova come media metropoli internazionale di cultura, arte e funzioni terziarie. Per Padova la vera novità è rappresentata negli ultimi anni dal forte incremento di strutture e catene alberghiere e dal conseguente aumento di capacità ricettiva. Solo un chiaro, coordinato e unitario preciso approccio di marketing territoriale di sistema può prospettare delle soluzioni e delle linee programmatiche di azione a questo complesso intersecarsi di fenomeni. Come è stato rilevato anche a livello nazionale, una delle difficoltà del settore turistico è da imputare alla frammentazione delle risorse e all'incapacità di investire in maniera coordinata. Parallelamente bisogna puntare a costruire un'immagine positiva del Paese quale elemento per promuovere tutti i prodotti del Made in Italy. E quindi la competitività di questo settore, che non può prescindere dal coinvolgimento di tutti i soggetti interessati alla promozione del territorio, deve avere le sue fondamenta in adeguate politiche e strategie di comunicazione.

A Padova come in tutto il territorio nazionale.

Ubaldo Lonardi
Presidente di Turismo
Padova Terme Euganee

Due nuovi portali per il Turismo Padovano www.welcomepadova.it e www.abanomontegrottosì.it

Sono operativi i due siti di prenotazioni on-line per la città di Padova e per le Terme Euganee. Alberghi, strutture ricettive, ristoranti, agenzie di viaggio, compagnie di navigazione, guide turistiche, centri congressi, servizi turistici e negozi.

Ascom di Padova, che raggruppa le principali aziende del settore, con il sito web www.welcomepadova.it e con il servizio di prenotazione www.padova.booking-on-line.com intende offrire una nuova ed efficace opportunità di promozione sul

mercato turistico, interpretando al meglio le richieste di chi, per svariati motivi, intende visitare Padova. www.abanomontegrottosì.it è il Centro Prenotazioni ufficiale del Bacino Termale Euganeo. Si tratta

abanoSi[®]
montegrotto
Hotel RESERVATIONS



di un servizio di prenotazione alberghiera su misura adeguato ad ogni tipo di esigenza. Dotato di un'ampia scelta di offerte sempre nuove e vantaggiose, al passo con l'evoluzione della domanda del mercato turistico.

Dallo scorso mese di giugno, nella home page del sito dell'Azienda Turismo Padova Terme Euganee www.turismopadova.it è posizionato un banner con i loghi dei due siti di prenotazione. E' sufficiente cliccare per poter accedere alla prenotazione online.

Alle Terme Euganee si premiano gli ospiti fedelissimi

In vacanza alle Terme Euganee da 30 anni: una fedeltà da record quella della signora Rosella Bodini Mainardi che è stata premiata anche dal Presidente di Turismo Padova Terme Euganee, dr. Ubaldo Lonardi, che per l'occasione ha consegnato gli omaggi riservati agli ospiti fedelissimi. Ma la signora Bodini Mainardi è solo l'ultima in ordine di tempo ad essere stata premiata quest'anno: lunghissima infatti la lista di ospiti fedeli, sia italiani che stranieri, a cui Turismo Padova Terme Euganee ha reso omaggio per essere ospiti da oltre 25, 30 o addirittura 40 anni ad Abano o Montegrotto Terme. Oltre alle indiscusse proprietà terapeutiche dei fanghi termali, i premiati affermano di apprezzare la grande professionalità ed



ospitalità offerte dalle strutture alberghiere, la calorosa accoglienza e attenzione riservata agli ospiti, la vicinanza della verde oasi dei Colli Euganei, la facilità con cui è possibile raggiungere in escursioni giornaliere splendide città d'arte come Padova, Venezia, Vicenza e Verona.

Nuovo Iat alla Stazione

Con la ristrutturazione della Stazione Ferroviaria ad opera di Centostazioni, anche lo IAT dell'Azienda Turismo ha traslocato. Nuova sede quindi, più visibile, più luminosa con le grandi vetrine, nuova e ben arredata, più accessibile ai flussi di passeggeri provenienti dal binario 1. Il 16 maggio il nuovo ufficio è stato aperto al pubblico, con orario continuato dal lunedì al sabato e apertura la domenica mattina. Il prossimo mese di settembre avrà luogo l'inaugurazione.



Nuovi Consiglieri anche per Turismo Padova Terme Euganee Nuove nomine ai Consorzi Giotto e Terme Euganee

Dopo un lungo periodo di presidenza del Consorzio di Promozione Turistica Giotto, **ing. Antonio Scipioni** viene sostituito dal **signor Antonio Piccolo**, titolare dell'Agenzia Antoniana Viaggi - I battelli del Brenta. La sua nomina è avvenuta l'11 maggio 2008.

All'ing. Scipioni un grazie per aver seguito con dedizione e continuità le vicende del Consorzio Giotto dall'11 marzo 1998. Un grazie anche dal Consiglio di Amministrazione di Turismo Padova Terme Euganee che per anni lo ha avuto come Consigliere. Il Presidente, il Consiglio, il Collegio dei Revisori e il personale tutto lo salutano e augurano buona continuazione nei suoi numerosi impegni universitari e politici.

Nuovi ingressi anche nel Consiglio di Amministrazione dell'Azienda: in sostituzione del **Consigliere Simone Campagnolo**, già presidente dell'Ente Parco Colli Euganei e sindaco del Comune di Cervarese S.Croce, che salutiamo e ringraziamo per il la-

voro svolto, accogliamo il **Consigliere Lucio Trevisan**, Sindaco del Comune di Cinto Euganeo. In sostituzione del **Consigliere Antonio Scipioni**, salutiamo con piacere la **signora Elvira Andreella** dell'Agenzia Viaggi Ividiesse di Padova, designata con Decreto del Presidente della Provincia dr. Vittorio Casarin.

Ai nuovi consiglieri auguriamo un buon lavoro e un felice inserimento nel Consiglio di Amministrazione della nostra Azienda Speciale. **Giuseppe Albertin** e **Cristina Bernardi** sono stati eletti per acclamazione rispettivamente Presidente e Vicepresidente del Consorzio Terme Euganee. Il Consiglio Direttivo ha proposto all'unisono la candidatura del già Pre-

sidente dell'Associazione Albergatori Termali anche alla carica di Presidente del Consorzio Terme Euganee. Le Amministrazioni di Abano e Montegrotto Terme hanno fortemente voluto che la categoria degli Albergatori riaffermasse la centralità e l'importanza dell'operato del Consorzio Terme Euganee, attraverso l'impegno in prima persona della loro figura istituzionalmente più rappresentativa. Il Presidente Albertin, dopo aver ringraziato i suoi predecessori **Massimo Sabion** ed **Enzo Baretella** per l'eccellente lavoro svolto in anni molto difficili per l'economia del territorio, ha affermato la necessità di rifocalizzare le strategie promozionali attorno alla terapia termale.



Antonio Piccolo

Presidente del Consorzio di Promozione Turistica Giotto



Giuseppe Albertin

Presidente del Consorzio Terme Euganee

Presentato il Report Annuale dell'Osservatorio Provinciale sul Turismo

Finanziato da Provincia di Padova, Camera di Commercio, Fondazione Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo e coordinato dall'Azienda Turismo Padova Terme Euganee. Dall'analisi dei dati emerge che, rispetto ai 13 anni precedenti, il 2007 è stato l'anno record degli arrivi turistici in provincia di Padova (+7,42% sul 2006) con una crescita ininterrotta dal 2004. Per il Bacinale Termale Euganeo si segnala la rivoluzione avvenuta nel decennio 1997-2007: il sorpasso degli italiani nella composizione della clientela, che però non compensa il calo degli stranieri, e due record nel 2007, positivo per gli

arrivi e negativo per le presenze. Non solo arrivi e presenze nell'Osservatorio, ma anche il censimento continuativo delle fonti, lo sviluppo di indagini ad hoc e l'analisi della correlazione tra

fenomeni. Questi tre anni di Progetto Strategico hanno contribuito ad innalzare il livello di conoscenza, ma hanno anche fatto emergere il dibattito locale sulla percezione della redditività effetti-

va del turismo – che orienta le strategie imprenditoriali e motiva gli investimenti – e la necessità di evidenziare indicatori di performance, politiche commerciali, dinamica dei prezzi. Per questo nel 2007 il Board dell'Osservatorio ha approvato l'adozione e la messa a disposizione degli albergatori dello strumento HOTEL-BENCHMARK, una piattaforma on-line per l'analisi e la comparazione statistica delle performance del settore alberghiero.

Il report completo dell'Osservatorio è disponibile sul sito internet dell'Azienda Turismo www.turismopadova.it alla voce Osservatorio Turismo.



L'identikit dei turisti del week-end alle Terme Euganee

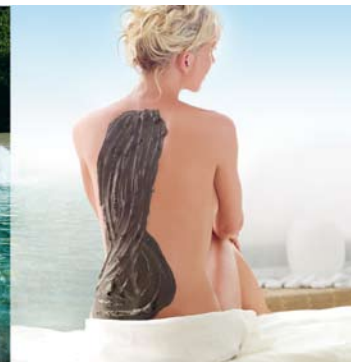
Un'indagine promossa dall'Osservatorio Provinciale del Turismo per comprendere un fenomeno emergente

L'indagine intende studiare motivazioni, aspettative e comportamenti di un target – quello dei turisti del week-end – nuovo e diverso per il bacinale Termale Euganeo, in un momento particolare e di profondo cambiamento dell'andamento delle Terme di Abano e Montegrotto. Nel decennio trascorso si è avuta infatti una vera e propria rivoluzione: incremento costante degli arrivi dal 2004, l'impennata degli italiani in arrivi e presenze – segno dell'aumento della notorietà e dell'appeal della destinazione termale anche come effetto delle sinergie innescate dal Progetto Strategico del Turismo – a fronte però di un calo costante degli stranieri e della riduzione del numero delle cure. Se, quindi, da un lato il core business della cura dovrà essere rivisitato e rinforzato, dall'altro il territorio deve essere pronto a proporre un'offerta articolata e diversificata, in relazione ai nuovi modelli di fruizione del week-end e dei ponti. 36-45 anni l'età, impiegato o professionista, che arriva in coppia o con piccoli nuclei amicali o con la famiglia, che

chiede una vacanza breve "aperta", alla ricerca del relax, del rilassamento, del "no stress": questo l'identikit del turista del week-end alle Terme. Un target emergente, ben predisposto e da coltivare, sia per le aspettative presentate, sia come "mercato" su cui fare promozione in loco della cura termale classica. Il campione studiato evidenzia inoltre una elevata propensione al ritorno. Per il 42% degli intervistati si tratta della prima esperienza in strutture termali per vacanze brevi: questo conferma che siamo in presenza di una dinamica di mercato nuova e in espansione. Per la scelta della destinazione i fattori principali sono per il 59% il passaparola, il consiglio cioè di parenti/conoscenti, in linea con le modalità di informazione del turista italiano in generale; di seguito comunicazione e media, tra cui pubblicità e media, internet, altro. Da segnalare che il contatto con le strutture alberghiere è avvenuto principalmente attraverso Internet. Le presenze nei week-end sono correlate alla fruizione di trattamenti alternativi (wel-

ness, estetici), per oltre l'80% dei clienti, tuttavia il tempo di fruizione è variabile: meno di 2 ore per il 40%, da 2 a 4 ore per il 26,2%, oltre 4 ore per il 16,7%; solo il 17,3% dichiara di non usufruire di trattamenti alternativi. Si vanno forse distinguendo due tipologie di target del week-end, che richiedono posizio-

canza "aperta", multimotivata, più alla ricerca del relax che della cura, che manifesta attenzione per i servizi di intrattenimento e culturali, che si fruisce tipicamente in coppia, ma anche più amicale che familiare. Quello del week-end è quindi un target diverso, ben predisposto e da coltivare, sia per le aspet-



namenti ed attenzioni diverse, anche in relazione alle diverse fasce d'età di riferimento: la vacanza "classica", con attenzioni prioritarie all'offerta tradizionale del sistema termale: rapporto prezzo/qualità dell'hotel, vacanza familiare "tutto compreso", animazione e attività di svago, trattamenti in hotel; la va-

tative presentate, che non vanno disattese e che necessitano di un riallineamento nelle modalità di offerta e di una più ampia specializzazione nella tipologia di offerta; ma anche come "mercato" su cui fare promozione dell'intero pacchetto di offerte, compresa la cura termale classica e completa.

A Bardolino e Lazise la II Edizione Assise dell'Ospitalità in Veneto

Organizzata dall'URPV (Unione Regionale delle Province del Veneto), con il supporto organizzativo della società Provincia di Verona Turismo srl, si è svolta il 7 e l'8 maggio la II edizione delle Assise dell'Ospitalità in Veneto. La prima giornata è stata interamente dedicata agli operatori degli Uffici IAT del Veneto, suddivisi, come nell'edizione passata, in gruppi misti di lavoro e si sono dedicati allo svolgimento di 4 temi relativi alla promozione del turismo in Veneto, al marketing territoriale, agli strumenti di comunicazione, alle novità organizzative introdotte a livello locale, coordinati da un referente delle varie province. A differenza della prima edizione, i gruppi di la-

voro hanno lavorato separatamente nelle quattro aree turistiche provinciali – Est veronese, Lessinia, Valpolicella, Pianura.

I gruppi di lavoro sono stati portati in zone diverse del veronese per dare una visione completa del territorio, cogliendolo nella sua interezza. I partecipanti delle Assise sono stati ospitati all'Hotel Caesius Thermae di Bardolino. All'arrivo il 7 maggio sono stati ricevuti dal vicepresidente e assessore al Turismo e allo Sport della

di "Utilizzo dell'information and communication technology nell'attività degli uffici IAT" a cura della Provincia di Venezia. La meta del quarto gruppo è stata invece il Castello di Bevilacqua, nella bassa veronese, e il tema di lavoro, a cura della Provincia di Treviso, è stato "i Club di Prodotto, le relazioni nel sistema di offerta e con la domanda finale".

Al rientro in hotel è seguita la cena con accompagnamento musicale a cura del gruppo "Venetum Brass".

L'indomani i gruppi si sono riuniti al Centro Congressi Dogana Veneta di Lazise, dove il Presidente della VI commissione URPV e Presidente della Provincia di Rovigo Federico Saccardin, ha aperto con un saluto la relazione conclusiva dei gruppi di lavoro, a cura della Provincia di Belluno. È seguita una tavola rotonda sull'argomento "La qualità del sistema turistico veneto" con moderatore il direttore della rivista "Qui Touring" Marco Berchi, ha introdotto il segretario generale di Promoveneto, Vladimiro Riva, con la partecipazione del Direttore Generale dell'Enit Eugenio Magnani, del Presidente di Confturismo Veneto, Marco Michielli e del Direttore dell'Ufficio di Informazione Turistica di Innsbruck Hermann Weiskopf. Le conclusioni sono state affidate al Presidente dell'URPV e Presidente della Provincia di Verona Elio Mosele. Era previsto anche un saluto e un intervento del Vicepresidente e Assessore al Turismo della Regione Luca Zaia, che proprio il giorno 8 maggio era impegnato con la cerimonia del giuramento in qualità di Ministro dell'Agricoltura nel nuovo governo. Due intensi giorni di incontri, dibattiti, riflessioni e progetti all'insegna della valorizzazione e della Qualità del Sistema Turistico Veneto.



Provincia di Verona **Antonio Pastorello**. Gli argomenti all'ordine del giorno sono stati "La revisione della L.R. 33/2002: l'organizzazione turistica regionale", a cura della Provincia di Vicenza e "Le relazioni tra gli uffici IAT e l'utenza" a cura della Provincia di Rovigo. I 4 gruppi sono stati poi trasferiti in pullman alle varie sedi operative: il primo ha avuto come destinazione il Museo del Gioco di Soave ed ha svolto una relazione su "Le Welcome Card", a cura della Provincia di Padova. Il secondo gruppo è andato nell'area della Lessinia, ad Erbezzo, al ristorante La Stua, ed ha trattato "L'attività dell'ufficio IAT e le relazioni con i media", a cura della Provincia di Verona. Il terzo gruppo è stato destinato alla Cantina Nicolis a San Pietro in Cariano, in Valpolicella, dove gli operatori hanno parla-

A Monselice la nuova sede Universitaria Master in gestione dei Sistemi Turistici Locali

Una sede universitaria a Monselice, un nuovo percorso formativo di specializzazione per il settore turistico, 20 iscritti che diventeranno consulenti e operatori nel campo della gestione dei Sistemi Turistici Locali: questi gli ingredienti del nuovo Master al via nella sede di Ca' Emo a Monselice, promosso da Comune di Monselice, Parco Regionale dei Colli Euganei e Università di Padova con il sostegno di Regione Veneto, Provincia di Padova, Azienda Turismo Padova Terme Euganee e Consorzio di Promozione Turistica Giotto nell'ambito del Progetto Strategico del Turismo, e in collaborazione con Città del Vino, Comune di Padova, Confesercenti Padova, ECTAA, IKEA, Padova Film Commission, PR.Consulting, Provincia di Rovigo,



Strada del Vino Colli Euganei, Tend, Unindustria Padova, Unione Provinciale Artigiani Padova, UNPLI Dipartimento Cultura Territorio e Innovazione, Ville Venete e Castelli.

Progetto Strategico III Edizione del Corso di Formazione per Operatori Turistici e Culturali

Si è svolta la III edizione dei corsi di formazione per operatori turistici e culturali attivati dal progetto Strategico del Turismo padovano. I due corsi hanno preso avvio il 1 febbraio e si sono articolati in 6 incontri. Due i percorsi formativi: uno a Padova e uno alle Terme. Il primo è stato dedicato al tema "La valorizzazione dei motori dello sviluppo di Padova, città turistica metropolitana". Il secondo "Terme, salute e benessere. Il valore del territorio".

Alla conclusione del corso è stato rilasciato un attestato di partecipazione. I due corsi sono stati molto frequentati ed hanno avuto un buon successo.



Corso di Formazione 2007-2008

"La valorizzazione dei motori dello sviluppo di Padova, città turistica metropolitana"

PADOVA



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 - info@turismopadova.it

Fondatore: Arturo Zennaro

Direttore responsabile: Francesco Cassandro

Redazione: Mani Claudia Crivellaro, Gigliola

Lionello, Claudio Fasolo, Cristina Gibellato.

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

Hanno collaborato a questo numero:

Manuela Allegro, Marta Bagno, Eugenia

Benedetti, Luca Crivellaro, Mani Claudia

Crivellaro, Roberto Filippetti, Cristina

Gibellato, Ubaldo Lonardi, Marisa Masiero,

Giulia Maran, Stefan Marchioro.

Foto di pagina 3: Jane Gifford

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

Le Attività del Museo della Navigazione Fluviale

Il Museo è un piccolo gioiello della memoria, la rara testimonianza di una rete di rapporti commerciali, di figure professionali e la storia di una città termale legata al suo fiume. Da dicembre 2007 il Museo rivela il suo fascino e tutta la sua preziosità in un **CD-rom interattivo multimediale** organizzato in sei sezioni, corredate da testi riprodotti anche in formato audio, immagini, video e modelli tridimensionali esplorabili in tempo reale dall'utente. Grazie alle immagini e ai video-racconti lo strumento è di facile fruizione per ogni tipo di utente, anche quello meno avvezzo allo strumento informatico. Il CD è in distribuzione gratuita presso gli uffici Turismo Padova Terme Euganee.



Contemporaneamente è stato varato anche il nuovo sito del Museo www.museonavigazione.eu, realizzato con il contributo dell'Associazione per la Cultura e la Tradizione Fluviale Onlus.

Dal mese di marzo il Museo ha organizzato **4 incontri con cadenza mensile** dedicati al tema **"Memorie di segni e di acque"**. Il 27 marzo, in occasione della Settimana della Cultura, ha inaugurato una conversazione con Mario Vio dal titolo "Voci e Mestieri dai canali"; il 24 aprile è stata la volta dello studioso Claudio Grandis con curiosità e racconti su "La Battaglia delle acque"; il 15 maggio il Professore di Geografia dell'Università di Venezia Francesco Vallerani ha intrattenuto il pubblico parlando di "Le acque del Veneto", mentre il 26 giugno un applauditissimo spettacolo di Davide Stefanato dedicato a **"Storie di fiume"** ha chiuso la serie di incontri. L'iniziativa è stata promossa da Museo della Navigazione Fluviale, Comune di Battaglia Terme e Azienda Turismo Padova Terme Euganee.

Giugno Antoniano

Festeggiamenti di S. Antonio

La festa di S. Antonio attrae ogni anno un rilevante numero di pellegrini e turisti. La devozione per il Santo di Padova è molto sentita nel mondo e la Piazza del Santo nei giorni che precedono e seguono il 13 è in festa. Molti sono gli eventi religiosi e culturali che affiancano il pellegrinaggio dei giovani e la rievocazione storica dell'ultimo viaggio di Antonio morente da Camposampiero a Padova. Il programma ha il suo culmine nella tradizionale, intensa processione del 13 giugno, autentica festa patronale di forte spessore spirituale e civico, capace ogni anno di rinnovare il legame di Padova verso il suo Santo. Come lo scorso anno Turismo Padova Terme Euganee ha sostenuto il Giugno Antoniano provvedendo alla progettazione e stampa del volantino che riporta i programmi delle manifestazioni previste dal 31 maggio al 23 giugno e suddivise in: celebrazioni religiose e momenti spirituali; conferenze e incon-

tri culturali; visite guidate; grandi eventi; le mostre. Gli Uffici IAT hanno diffuso il calendario degli eventi. Nei giorni 5 e 6 giugno, in orario pomeridiano, sono state offerte dall'Azienda **visite guidate gratuite** alla Scoletta del Santo, al Museo Antoniano e ai chiostri del Convento, per un totale di 68 presenze. Vi hanno aderito soprattutto turisti stranieri, ma anche cittadini padovani. È stato questo un modo per far conoscere le opportunità culturali collegate alle celebrazioni religiose tradizionali. Anche nelle calde serate del 25 e del 26 giugno sono state organizzati i **"Notturmi al Santo"**, con visita guidata

alla Basilica, per un totale di 218 presenze. Vi hanno aderito principalmente padovani, ma anche numerosi turisti. Mol-

to seguita la tradizionale **Rievocazione Storica del Transito di Sant'Antonio all'Arcella** con i figuranti del Palio di Montagnana, che in costume d'epoca hanno ripercorso gli ultimi momenti di vita del Santo. Un suggestivo concerto di campane ha concluso la giornata di festa.

Nei giorni 11-12-13 giugno, il bus turistico **City Sightseeing** ha prolungato il proprio itinerario fino al Santuario Antoniano dell'Arcella. Bellissimi e partecipati il concerto di **Angelo Branduardi** dal titolo "Infinitamente piccolo" e lo spettacolo di **Roberto Benigni** ispirato alle letture dei canti della Divina Commedia di Dante Alighieri offerti dal Comune di Padova alla cittadinanza.

Eugenia Benedetti



II Edizione Concorso Nazionale

Un'Idea per "Padova Spirituale"

Premiati i vincitori della II edizione del Concorso **"Un'idea per Padova Spirituale"** promosso dall'Azienda Turismo Padova Terme Euganee nell'ambito del Progetto Strategico del Turismo Padovano - Asse Turismo Religioso. Vincitrice per la Sezione Studente singolo la piccola **Sara Reda di Roma**, alunna della IV elementare della Scuola Sacro Cuore. Con la sua storia a fumetti su un'immaginaria gita alla Basilica di S. Antonio, Sara e la sua famiglia sono stati



La piccola Sara Reda con la famiglia, premiata dal Presidente di Turismo Padova Terme Euganee Ubaldo Lonardi

ospiti a Padova per un week-end. Sara, i due fratellini e i genitori hanno incontrato il Presidente di Turismo Padova Terme Euganee Ubaldo Lonardi dal quale ha ricevuto un volume fotografico sulla città. Accompagnati da una guida turistica, hanno potuto visitare la Cappella degli Scrovegni utilizzando la Padova Card che ha spalancato le porte ai monumenti più rappresentativi del nostro centro storico.

Vincitore per la Sezione Scuole Elementari è stato l'elaborato **"Guarda qua... che meraviglia c'è là"** realizzato dalla classe IV elementare della **Scuola Madri Orsoline di Gorizia**, vero e proprio "programma televisivo di approfondimento" con collegamenti dai diversi luoghi di Padova e le impressioni del "pubblico in studio". Vincitore per la Sezione Scuole Medie con l'elaborato **"Padova, un pezzo di cielo"** è stata la classe

I media della **Scuola Santa Maria del Paradiso di Viterbo**, con una vera e propria campagna di comunicazione completa di slogan, manifesto e spot radio sulla città di Padova. È stata inoltre assegnata una **menzione speciale** alla Classe II media (sez. A e B) dell'**Istituto Nostra Signora di Pescara**.

Tutti i partecipanti il Concorso hanno ricevuto gadget di Turismo Padova Terme Euganee e Dvd su Padova. Alle classi vincitrici invece buoni per acquisto di libri. Il concorso nato nell'ambito della campagna di informazione e sensibilizzazione volta a promuovere il patrimonio artistico-religioso di Padova e del suo territorio, ha voluto far partecipare attivamente e personalmente gli studenti al progetto promozionale. Per questo i piccoli hanno vestito i panni della guida turistica, del creativo, del pubblicitario stimolando così la propria creatività.

Giotto nel Mondo, in Europa e...

Inaugurata lo scorso 13 dicembre 2007 la mostra itinerante "Giotto a Padova" allestita presso il **Bijbels Museum di Amsterdam** ha avuto un ottimo successo di critica e pubblico. È stata infatti prorogata di un mese l'apertura al pubblico fino ad aprile 2008. La mostra, nella sua versione "light", più agile nella struttura e più semplice nel montaggio, ha continuato 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. Il curatore della mostra, arch. Gianfranco Martinoni ha presenziato alla vernice, con il Presidente di Turismo Padova Terme Euganee **dr. Ubaldo Lonardi**, il Direttore del Museo **Janrense Boonstra** e il **prof. Arjan de Koomen**, docente di Storia dell'Arte all'Università di Amsterdam.

Il primo modello ligneo realizzato nel 1988 in scala 1:4, contenente la riproduzione fotografica degli affreschi di Giotto, è stato esposto nelle sale del **Museo MuHar di Montevideo** per circa 10 mesi, fino al luglio 2007, meta di quotidiane visite didattiche. La mostra in Sud America ha rappresentato per i numerosi oriundi di origine veneta la testimonianza dell'arte italiana del '300 e della loro terra lontana. Con questo spirito e questo intento la mostra è stata trasportata dall'Uruguay all'**isola di Cuba**, dove è stata allestita nel cuore della capitale **La Habana**, nel **Salon Blanco del Convento di San Francisco de Asis**.

Inaugurata il 15 febbraio scorso dal Presidente dell'Azienda Turismo Padova Terme Euganee Ubaldo Lonardi, l'iniziativa, frutto dell'impegno della Officina del Historiador de La Habana e della Direttrice del Museo Gertraud Ojeda e promossa da Turismo Padova Terme Euganee, Provincia e Comune di Padova, Camera di Commercio I.A.A. di Padova e l'Azienda Speciale Padova Promex con l'adesione della Fondazione Giovanni Paolo II per il Magistero Sociale della Chiesa, ha assunto una valenza simbolica fortissima. Una serie di avvenimenti infatti venivano a coincidere

in quei giorni: la ricorrenza del 10° anniversario del viaggio di Papa Giovanni Paolo II a L'Avana (nel 1998 il Santo Padre tenne la sua prima messa a Cuba); la visita del Segretario di Stato Vaticano **Cardinale Tarcisio Bertone** per celebrare questo storico avvenimento; la presenza all'inaugurazione della mostra del Nunzio Apostolico a Cuba S.E.



Mons. Luigi Bonazzi, segno dell'interesse con cui la Chiesa guarda al mondo della cultura; l'addio al potere del Lider Maximio Fidel Castro, che segna una svolta storica nel paese dopo 49 anni di governo ininterrotto.

All'inaugurazione presenti anche l'Ambasciatore d'Italia a Cuba **Domenico Vecchioni**, il Consigliere Culturale dell'Ambasciata d'Italia **Mario Giomini**, il rappresentante dell'ONU **Wan Hoff**, il rappresentante dell'Historiador per il patrimonio culturale del Paese oltre a docenti universitari italiani.

Nei primi giorni di apertura della mostra, l'affluenza di pubblico è stata ottima. L'evento è stato seguito dalla televisione, dalla radio e dalla stampa cubana, commenti entusiasti anche dai visitatori di tutto il mondo, come documenta il libro delle dediche custodito in Azienda e consegnato al dr. Lonardi dal curatore della mostra presidente dei **Veneti nel Mondo Raffaello Facciolo**. Lo splendore dell'arte di Giotto a Cuba, con la riproduzione fotografica dei 36 affreschi raffiguranti episodi della vita di Maria e Gesù, fa scuola anche agli artisti contemporanei, quali i due

importanti pittori cubani Montoto e Portela, che hanno visitato la riproduzione della Cappella degli Scrovegni. L'evento culturale ideato per presentare lo splendore dell'arte di Giotto e veicolo di promozione turistica della città si è caricato di profondi significati religiosi e simbolici grazie alla concomitanza degli avvenimenti descritti oltre che di significati economici e commerciali. La tappa di Cuba è stata realizzata infatti grazie anche alla collaborazione con **Padova Promex** che lo scorso 2007 ha realizzato a La Habana una importante missione economica. L'evento culturale oltre che strumento concreto di avvio di uno scambio commerciale, ha assunto un'importante connotazione turistica per le molteplici opportunità di affari offerte dal settore turistico-alberghiero cubano con importanti prospettive di ritorno dell'investimento.

Eugenia Benedetti

...in Italia

La mostra itinerante che riproduce in scala 1:4 la Cappella degli Scrovegni, continua ad essere richiestissima in tutta Italia. Grazie al lavoro di **Itaca**, che si occupa di allestimento, grafica e comunicazione attraverso due siti internet, www.vangelosecondogiotto.it e www.itacaeventi.it, in sinergia con Turismo Padova Terme Euganee, ne ho curato cinque allestimenti mediamente di un mese ciascuno nell'ultimo semestre. A gennaio si è chiuso quello voluto dal **Comune di Carmignano di Brenta**, che mi ha chiesto di presentare il ciclo di affreschi non solo alla cittadinanza, ma anche a sette diverse scolaresche. A febbraio-marzo a Livorno, nella splendida **Chiesa della SS. Annunziata dei Greci Uniti**, ho tenuto presentazioni per la cittadinanza, alla presenza del vescovo, poi per il Liceo Classico e per altre due scuole. Tra aprile e maggio è stata la volta di **Chieti**: allestimento nella hall d'ingresso del **Polo Universitario**, con mia

visita guidata per il Magnifico Rettore e le altre autorità cittadine. Infine due allestimenti quasi paralleli, tra maggio e giugno. Il primo in una suggestiva location: le **Grotte del Monastero Santa Caterina, a Cupramontana (AN)**. L'altro a **Milano**, nella **Chiesa della Certosa di Garegnano**, ove il realismo di Giotto e quello di Simone Peterzano - maestro di Caravaggio - hanno potuto conoscere un dialogo ravvicinato. Complessivamente siamo a oltre 70 allestimenti, e ogni volta firmano il registro delle presenze da 2.000 a 10.000 visitatori. Il "segreto" sta tutto nella preparazione delle guide, cui tengo un minicorso perché possano "raccontare" gli affreschi di Giotto in modo semplice e profondo. La mostra continua a rivelarsi un ottimo veicolo di cultura e di promozione turistica: molte persone, gruppi e scolaresche, infatti, vengono poi a Padova per vedere l'originale. La mostra ha un "in-dotto": mie presentazioni in explorer

navigation nell'imminenza della visita alla Cappella. Nel primo semestre del 2008 sono stato invitato in una trentina di città (si veda il dettaglio in www.filipetti.eu): serate in chiese e teatri, mattinate e pomeriggi in scuole e università. Eccone la "geografia": **Venezia, Abano, Chioggia, Ginevra, Neuchatel, Lecco, L'Aquila, Giulianova, Milano, Tradate, Castiglione Olona, Loreto, San Donato Milanese, Bologna, San Donà di Piave, Castiglione di Ravenna, Arona, Comerio, Sassocorvaro, Vedano Olona, Nepi, Casale di Scodosia, Palazzolo dello Stella, Terni, Padova, Roma**. Tra gli ospiti illustri che ho recentemente accompagnato in Cappella S.E. il **card. Angelo Bagnasco**, presidente dei vescovi italiani. Un servizio alla didattica, dunque, ma anche al turismo religioso per il quale Padova non è più solo la città del Santo ma anche quella che squadrerà il Vangelo secondo Giotto.

Roberto Filipetti

Pedrocchi Concept al Salone del Libro di Torino

Il progetto denominato Pedrocchi Concept relativo al piano di marketing territoriale finalizzato allo sviluppo della promozione su scala nazionale e internazionale del "Sistema Padova", dalla storia alla cultura, dall'offerta turistica della città e del territorio padovano fino agli sviluppi industriali e alla gastronomia, prevede la partecipazione ad eventi particolarmente rilevanti. E infatti la riproduzione dello Stabilimento Pedrocchi ha partecipato con successo alla Fiera Internazionale del Libro di Torino che si è tenuta al Lingotto dall'8 al 12 maggio. Il Salone del Libro, alla sua 21° edizione è stato visitato da oltre 300.000 persone nei cin-



que giorni di apertura ed è oggi la più grande manifestazione in Italia dedicata all'editoria, alla lettura e alla cultura: fra le prime d'Europa insieme a quelle di Francoforte e Parigi. La Fiera è in primo luogo la più grande libreria d'Italia e al tempo stesso un vivace festival internazionale della cultura, un appuntamento irrinunciabile che richiama appassionati da tutta Italia. E' anche il principale spazio di riferimento per gli operatori professionali del libro in Italia, ruolo riconosciuto anche a livello mondiale dall'autorevole rivista americana di settore Publishing Trends. Lo stand "Pedrocchi Concept" è stato posizionato di fronte a quello del paese ospite che quest'anno è stato Israele.

"Padova Terra Madre" Spettacolo di Bellezza alla Bit di Milano

"Padova.Terra Madre di arte e storia, di scienza e cultura, di benessere e salute, di natura e gusto": questi i valori dell'offerta turistica padovana, presentati dal Presidente dell'Azienda Turismo Padova Terme Euganee Ubaldo Lonardi e da Antonio Piccolo Consigliere del Consorzio Giotto e ora nuovo Presidente, sul palcoscenico della BIT, la Borsa Internazionale del Turismo di Milano, all'interno dello spazio espositivo di oltre 2.200 metri della Regione Veneto sito nel padiglione 11. A far da cornice i figuranti in costume storico della Giostra della Rocca di Monselice.



"Province allo specchio"

Padova e Vercelli: uno scambio culturale ed enogastronomico

Il 6 maggio è stato presentato ufficialmente l'evento che ha visto una delegazione istituzionale di Vercelli nella nostra città per promuovere i prodotti della provincia piemontese. Presso la Corte Benedettina di Legnaro, cena di gala con degustazione di piatti tipici, ottimamente accompagnati da vini Doc delle due province, della cucina vercellese e di quella padovana. Dal riso agli asparagi e ai formaggi, transitando ovviamente dai vini di Gattinara e dal Serprino dei Colli Euganei. La prima fase dell'incontro Padova-Vercelli, denominato "Province allo Specchio", si è chiusa con la presentazione dell'iniziativa al Pedrocchi, con l'intervento dei rappresentanti istituzionali della provincia di Vercelli e di quella di Padova.

L'evento "Vercelli incontra Padova", organizzato dalla Provincia di Vercelli, la Camera di Commercio di Padova, il Comune di Padova e Turismo Pado-

va Terme Euganee, assieme alle Associazioni di categoria della filiera agroalimentare, punta alla promozione e valorizzazione del territorio vercellese e dei prodotti tipici dei due territori. Agli incontri hanno partecipato numerosi rappresentanti delle associazioni di categoria padovane, gli assessori Luciano Salvò (Provincia di Padova) e Ruggero Pieruz (Comune di Padova), alcuni componenti di Giunta della Camera di Commercio di Padova, il Presidente della Provincia di Vercelli Renzo Masoero, l'assessore al Turismo della Provincia di Vercelli, Marco Pasteris e il direttore di Turismo e Marketing Vercelli Giorgetta Liardo.

Con la Provincia di Padova, l'amministrazione vercellese punta a sviluppare un percorso che parte dall'elemento accomunante riscontrato nel segmento artistico-culturale. L'eccellenza patavina delle Corti benedettine è in-

fatti affine all'architettura delle grange vercellesi. Uno stand della Provincia di Vercelli è stato presente anche in Prato della Valle, durante la manifestazione "L'Europa in Prato", mercato internazionale del commercio ambulante.



La Provincia di Vercelli ha ricambiato l'invito ospitando una delegazione patavina alla manifestazione "La Fattoria in Città", nei giorni 15, 16, 17 e 18 maggio.

Ravenna 22-25 maggio 2008

Monselice e Padova a "100 città d'arte d'Italia"

Si è svolta a Ravenna l'edizione 2008 della Borsa delle 100 Città d'arte d'Italia, manifestazione che per molti anni ha avuto la sua sede nella suggestiva piazza Trento e Trieste, cuore pulsante della città di Ferrara. Nata dalla proficua collaborazione tra Turismo Padova Terme Euganee e Comune di Monselice, la partecipazione alla Borsa del Turismo di Ravenna ha avuto un ottimo successo. Nello stand dedicato alla provincia di Padova e a Monselice in particolare, sono stati accolti visitatori e turisti illustrando la vasta offerta turistica e l'inestimabile patrimonio storico-artistico e naturalistico della provincia di Padova e distribuendo materiale promozionale. Ottima la risposta dei ravennati e dei visitatori e turisti presenti a Ravenna in quei giorni. Forte il flusso allo stand dei possibili viag-

giatori fino a tarda sera. Notevole la richiesta di materiale informativo dedicato al territorio padovano, in particolare Padova e i suoi affreschi, le Terme, i Colli Euganei, le Città murate medievali, il cicloturismo e la navigazione lungo la Riviera del Brenta. Grande anche la richiesta di materiali dedicati ai sentieri naturalistici, alle abbazie, all'enogastronomia e agli eventi e rievocazioni



storiche. Tanti i padovani trapiantati da anni a Ravenna e dintorni felici di vedere uno stand così ricco di materiali con foto che riportavano alla loro memoria gli amati luoghi dell'infanzia e della giovinezza.

Molto utile anche il workshop nella bella cornice del chiostrino del Mar, dove l'offerta turistica del territorio è stata presentata in particolare a tour operator tedeschi e francesi.

Il Comune di Monselice ha arricchito la presenza a Ravenna con uno splendido corteo storico composto da una cinquantina di figuranti della Giostra della Rocca di Monselice che al rullo dei tamburi si è snodato per oltre un'ora lungo le vie di Ravenna distribuendo i programmi dell'edizione di quest'anno della manifestazione monselicene

Cristina Gibellato.

Dicono di Noi...

Una delle attività che maggiormente coinvolge gli uffici Promozione e Segreteria di Turismo Padova Terme Euganee è quella di assistenza e ospitalità a giornalisti in visita al nostro territorio per la redazione di articoli, la stesura di un libro o, per la registrazione di programmi radiofonici legati al mondo del turismo e delle vacanze.

La visita alla stazione termale più grande d'Europa, vale a dire le nostre preziose Terme Euganee, è stata motivo di una lunga intervista per il programma condotto dal **Dott. Martin Adel di ORF, la Radio Nazionale Austriaca**. La lunga chiacchierata in lingua tedesca con i colleghi dell'azienda è stata trasmessa il 3 luglio all'inter-



no del programma radiofonico "Radiokolleg – Lust und Heilung". La redazione di **Rete Uno della Radio Svizzera Italiana** è stata a Padova per registrare un tour completo della città. Il conduttore del programma, il **dott. Marco Horat**, ha incontrato i colleghi dell'azienda e assieme hanno visitato e illustrato i luoghi più caratteristici della città. L'intervista andrà in onda a settembre nell'ambito del programma "L'erba del vicino".

L'assistenza dei nostri uffici è stata preziosa anche per la trasmissione in diretta nazionale su **Radio Classica** di uno degli eventi più attesi a primavera: **Piacere Montagnana**, ovvero la **Festa del Prosciutto Dolce DOP Veneto Berico Euganeo**. La Festa di Montagnana si è guadagnata spazio su riviste nazionali, tra le quali **Le Vie del Gusto**. Nell'ambito dell'attività di promozione e valorizzazione del nostro territorio spiccano sicuramente le richieste da parte di giornalisti e fotografi che desiderano conoscere le prelibatezze e i prodotti tipici, argomento anche di interesse puntate televisive, ad esempio di **Melaverde**, il programma domenicale trasmesso da **Rete4**, che al pennuto più conosciuto, cioè la **gallina padovana**, ha dedicato quasi un'ora. La puntata è stata trasmessa domeni-

ca 2 dicembre e replicata il giorno 22 giugno. Anche **La Cucina Italiana**, un "must" tra le riviste in edicola, ha segnalato le tipicità del nostro territorio, in questo caso i **formaggi di Borgoforte di Anguillara**. **Itinerari e luoghi** nel numero di Giugno ha segnalato **'L'oro in Cucina'** la preziosa iniziativa dei Ristorantieri Padovani nell'ambito della mostra Gioielli d'Autore-Padova e la Scuola dell'oro.

La troupe giornalistica di **Telechiara** ha visitato il nostro territorio nei mesi di aprile, maggio e giugno registrando ben 14 puntate dedicate alla città e alla provincia di Padova. **Piero Brazzale**, il conduttore del format **Viaggiando-Viaggiando**, in onda tutti i sabato alle ore 20, ha così ripreso Palazzo della Ragione con la mostra Gioielli d'Autore, la città di Padova, le piazze, il Battistero, l'Università, la Basilica, Prato della Valle e il Museo del Precinema-Collezione Minici Zotti. Battaglia Terme si è guadagnata due puntate, dedicate al Museo della Navigazione Fluviale, compreso un bre-



ve tratto di navigazione lungo il canale, fino ad arrivare al maestoso Castello del Catajo. A maggio sono state registrate le puntate della città murate di Monselice ed Este ed anche in questo caso il conduttore è stato accompagnato da guide del posto alla scoperta dei tesori nascosti, mentre a giugno sono state riprese Cittadella e Montagnana.

Alla navigazione turistica fluviale ha dedicato una bella segnalazione la rivista **Intimità**: nel numero di Aprile **Paola Babich** invita i lettori a scoprire la bella Riviera del Brenta attraverso le crociere fluviali che ripercorrono la via degli antichi burchielli, da Padova a Venezia.

La redazione della rivista di lingua tedesca, **Highlights Magazin**, è stata in Veneto nel mese di maggio in occa-

sione dei festeggiamenti per i 500 anni dalla nascita di Andrea Palladio. Alla città natale dell'architetto e alle sue ville ha dedicato una parte del servizio. Accompagnati dal personale di Turismo Padova Terme Euganee, la redazione ha visitato Villa Cornaro Gable a Piombino Dese e quelli di Villa Marcello, splendido complesso in stile palladiano nella frazione di Levada. Il giornale tedesco approfondisce argomenti di lifestyle, viaggi e golf ed è accompagnato da un video che illustra gli articoli della rivista.

L'Enit del Brasile ha contattato i nostri uffici nel mese di maggio per organizzare il viaggio e l'assistenza della gior-



nalista **Marilu Torres** e il **cinematografo Guilherme Lefevre**, in Italia per scrivere e filmare un video sui santi più venerati in Brasile. La prima tappa del loro soggiorno era appunto la città di Padova proprio nei giorni dei festeggiamenti dedicati a S. Antonio. Hanno intervistato i padri della Basilica del Santo e della redazione del Messaggero di S. Antonio, hanno filmato il tradizionale Transito di S. Antonio all'Arcella la sera del 12 giugno e la Processione lungo le vie della città di Padova nel pomeriggio del 13 giugno. La loro visita si è conclusa al Santuario del Noce di Camposampiero, altro luogo caro a S. Antonio.

La giornalista americana **Veronica**

Mc Niff è stata in vacanza a Padova a metà del mese di giugno e durante il suo soggiorno si è innamorata della città, tanto da chiedere alla redazione



del quotidiano per il quale scrive, **The New York Sun**, di redigere un articolo dedicato proprio alla nostra città. I nostri uffici hanno fornito supporto iconografico e informazioni di vario tipo, nonché assistenza durante le interviste

al Direttore dei Musei Civici Eremitani, Dott. Banzato, e ai padri della Basilica di S. Antonio.

Il giornalista di spicco, conduttore radiofonico e opinion leader indiano, **Vinod Advani** è a caccia di proposte di lusso per il sempre maggiore numero di connazionali che desiderano visitare l'Europa ed in particolare l'Italia. Nell'ambito della sua personissima ricerca ha scoperto Padova in un tour studiato ad hoc nel mese di giugno e guidato dal personale di Turismo Padova Terme Euganee. Amante dell'arte e del bello si è commosso all'interno della Cappella degli Scrovegni e della Basilica di S. Antonio. Il giornalista israeliano **Adiel Sternberg** è tornato entusiasta in terra padovana dopo due anni per approfondire la conoscenza delle Terme Euganee di cui scriverà nella nuovissima rivista israeliana di salute, benessere e lifestyle **'Menta'**, in cui ha già illustrato altre terme europee. Ospite del Consorzio Terme Euganee Abano Montegrotto ha potuto scoprire le terme e i colli Euganei anche con la collaborazione di Turismo Padova Terme Euganee. Infine **Nick Bruno**, giornalista e fotografo inglese ha visitato Padova per la redazione della guida turistica **"Venice & The Veneto"** della Casa editrice Footprint.