

# Promozione, 10 soci per Dmo ma Terme e Colli sono assenti

La Camera di commercio incassa l'adesione di tutte le associazioni di categoria. Si lavora al potenziamento del marketing: trattativa con l'aeroporto Marco Polo

**PADOVA.** Due soci se ne vanno e ne entrano altri 10. Si aprono nuove prospettive per Dmo, la Destination Management Organization di Padova, fino ad oggi attiva principalmente nella promozione di Padova come meta congressuale, dopo l'uscita dei due soci storici Provincia e Comune di Padova.

Ieri mattina il Cda del consorzio presieduto dal direttore della Camera di Commercio di Padova Roberto Crosta ha approvato l'ingresso dei nuovi soci che vanno ad aggiungersi all'Ente camerale padovano. Un esito più che soddisfacente per il bando per manifestazioni d'interesse lanciato dalla struttura nelle scorse settimane. A rispondere alla chiamata l'Appe di Padova, Assindustria Venetocentro, Ascom Confcommercio e Confesercenti, Cna e Upa Confartigianato, Confapi e Fiera Immobiliare (titolare

del Centro Congressi che sta sorgendo in via Tommaseo) ma pure i consorzi di promozione Veneto Città d'Arte e quello per la Promozione Turistica di Padova.

Prende avvio così una nuova fase di sviluppo per una struttura che ha avuto alterne vicende che ora si candida a diventare un punto di riferimento operativo sul modello di quello di Bologna dove enti pubblici locali, associazioni di categoria e organizzazioni private collaborano alla promozione turistica del territorio. Grande assente invece il consorzio Terme, Colli e Marketing, frutto della fusione tra le due organizzazioni di promozione di Abano e Montegrotto, che da sole rappresentano i quasi due terzi dei flussi turistici della provincia. Una sinergia con questa struttura sarebbe strategica infatti per garantire la coesione di un altro pezzo della

filiera del turismo congressuale e culturale della città: quello dei servizi alberghieri, in un'area dove insistono la gran parte delle strutture del territorio.

«Siamo molto soddisfatti che tutte le principali associazioni di categoria ed alcuni dei principali soggetti attivi nella promozione del territorio siano ora soci di questa nuova Dmo» ha spiegato Crosta. «I prossimi mesi saranno decisivi per costruire il nuovo business plan di una struttura che vogliamo inclusiva e capace di dialogare con tutti i soggetti che sono parte di una filiera complessa fatta di siti di richiamo, infrastrutture congressuali, ospitalità alberghiera, servizi e trasporti».

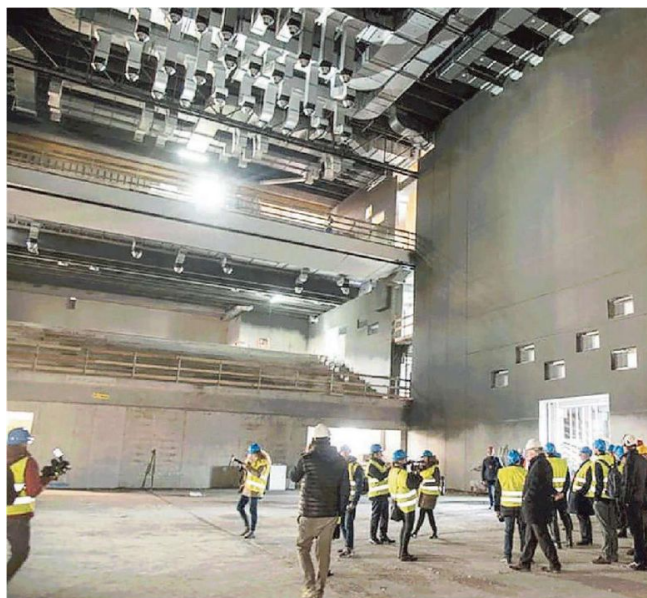
Nel frattempo pare che il dialogo sia aperto non solo con gli albergatori dell'area dei Colli e delle Terme ma pure con enti di gestione logistica strategici come ad esempio l'Aeroporto di Ve-

nezia. Pure non rappresentati nel Cda di Dmo, sembra inoltre solida la comunione d'intenti con gli ex soci Comune e Provincia di Padova ma pure con l'Università, uno dei motori del turismo congressuale del territorio.

«Ancora una volta la Camera di Commercio» ha detto il presidente dell'Ente di Piazza Insurrezione Antonio Santocono «dimostra di sapere portare avanti gli obiettivi definiti dai suoi organi collegiali. Così come in Fiera abbiamo lavorato, in sinergia con i soci, ad un percorso di stabilizzazione e di rilancio ad oggi in piena attività, altrettanto ora ci stiamo prodigando per dare concretezza ad un progetto di riorganizzazione della struttura per la promozione turistica e congressuale di Padova». —

**Riccardo Sandre**

La sala principale del nuovo Centro congressi in fase di costruzione



Peso: 44%