

WELLNESS
& dintorni

LES THERMALIES
Mega stand padovano
alla più importante
fiera europea del settore



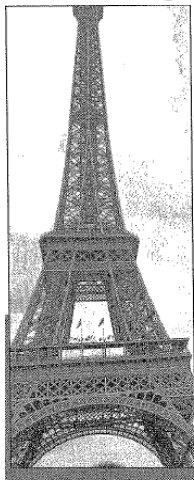
LA PRESENTAZIONE
Le Figaro, Le Monde,
e altre prestigiose testate
alla conferenza stampa

Terme nuova era, battesimo parigino

Paolo Donà

PARIGI

Terme Euganee anno zero. O meglio giorno numero 1 di una nuova era: un calcio alla crisi e alla globalizzazione, un inno all'innovazione, alla genialità, al coraggio imprenditoriale legato a fangoterapia & dintorni. Il lussuoso e prestigioso hotel Meurice di Parigi, che nobilita la capitale dal 1835, ospita la conferenza stampa che lancia il "ThermalScoulers", 5 argille colorate e uniche, proposte e applicate esclusivamente negli alberghi del bacino termale euganeo. Più che una scoperta, queste alghe datate 20.000 anni fa e resettate in modo scientificamente sofisticato al servizio della più vasta clientela, sembrano una vera e propria invenzione. Nel suo campo rivoluzionaria. A poche centinaia di metri di distanza, intanto, nel Carrousel del Louvre, il vasto e affollatissimo stand delle Terme Euganee, situato in posizione invidiabile (ma non a caso), dà un tocco di reale novità a "Les Thermalies 2010", la più importante fiera europea del settore.



ce" sono 34 (su 38 invitati), di cui 27 tappatissime giovani (rigorosamente in abito nero), in rappresentanza delle più famose testate transalpine: da Le Figaro Magazine a Le Monde, da l'Express a Grazia France. Sembrano lontani anni-luce i tempi in cui il fango "fa tanto bene ai reumatismi", secondo più o meno l'unica spontanea frase-marketing che veniva in mente. Trovare la seconda richiedeva già nei non addetti ai lavori una operazione di brain storming...

Alberto Lalli, general manager del centro studi termali Pietro d'Abano, che ha in pratica "inventato" le 5 argille dopo uno studio di anni in collaborazione con l'istituto francese Pasteur, usa l'espressione "nuova linea cosmeceutica", rispondendo alle domande a raffica che i colleghi transalpini rivolgono alla nutrita delegazione padovana. Il riconosciuto e malcelato nazionalismo dei nostri cugini, che in una occasione del genere potrebbe in teoria lievitare, si mantengono invece su livelli appena fisiologici. Come dire, "chapeau", giù il cappello per l'inventiva di Abano

e Montegrotto.

La presidente della Provincia, Barbara Degani, riesce a esprimere in meno di due minuti i sentimenti e le ambizioni di un progetto che richiede soltanto di essere accolto con la consapevolezza di un grande evento. Giuseppe Albertin, il giovane e dinamico presidente dell'associazione albergatori di Abano e Montegrotto



ARGILLE DOC

Barbara Degani e Giuseppe Albertin presentano il ThermalScoulers alla conferenza stampa che si è tenuta all'hotel Meurice, a due passi dalla Torre Eiffel. Nella foto piccola in alto, Flavio Manzolini

e del Consorzio Terme Euganee, fornisce in un "fluently french" i dettagli e spiega le motivazioni, esordendo con un eloquente "è un evento storico: avere creato un nuovo prodotto che affonda le proprie radici nel termalismo euganeo. Un prodotto che si differenzia totalmente da tutti gli altri e che dona benefici su basi scientifiche e naturali".

Scorrono le immagini sullo schermo approntato nella scenografica sala. Il filmato sul "ThermalScoulers" possiede un suo innegabile

fascino, vorremmo dire alla francese. La performer torinese Elena Burani (complimenti per la scelta), avvolta in veli sensuali e impegnata in acrobatiche movenze, rende l'idea di un concetto di wellness (o benessere) che ha ormai soppiantato l'istituzionale "salute" (bruttino, perché inconsciamente associato a "malattia") e il poco pratico e un po' misterioso fitness. Il pranzo servito in diretta non distoglie l'interesse

per la conferenza stampa: si mangia praticamente a memoria, anche se il carpaccio di cappesante e il San Pietro non passano inosservati.

Alla fine dell'incontro con la stampa (un successo, senza essere nazionalisti), trasferimento alla fiera termale. Gli espositori sono 187, lo stand del Consorzio è senza discussione in pole position come importanza. L'argilla-star è vestita di bianco, giallo, verde, rosso e blu. Voilà, ecco la cosmeceutica: il neologismo da inserire a buon diritto nel glossario dei 93 termini del dizionario del benessere.

IL PRODOTTO

Argilla in 5 colori, la rivoluzionaria firma del benessere

Ecco le cinque argille, certificate e uniche, e con 4 brevetti: la bianca rimuove delicatamente le cellule morte della pelle; la gialla ha un effetto immediato sulla pelle, rendendola liscia e levigata, agendo in profondità; la verde esercita un alto potere tonificante, antinfiammatorio e

decongestionante, grazie ai principi attivi dell'alga Ets05; la rossa è arricchita da un concentrato naturale di vinacce dei vini rossi di Vignatta e combatte l'invecchiamento della pelle; la blu, con l'alga Ets63, esercita un profondo effetto anti-età, stimolando il rinnovamento cellulare.