

LE TERME EUGANEE LANCIANO LA SFIDA

Il futuro è nell'argilla a colori

Presentato a Parigi l'investimento sulla cosmeceutica

dall'inviato Renato Malaman

PARIGI. *Memento audere semper*, ricorda di osare sempre. Il celebre motto dannunziano ben sintetizza lo spirito battagliero con cui le Terme Euganee stanno affrontando la crisi che ha coinvolto anche gli stabilimenti termali di Abano, Montegrotto, Gal-

zignano e Battaglia. Lo stanno facendo rilanciando alla grande, innovando il prodotto «terme» anche attraverso investimenti cospicui. In termini finanziari e di ricerca scientifica. Per l'ultima novità hanno scelto un palcoscenico d'eccezione: Parigi.

L'ACROBATA. La performer Elena Burani in uno dei tanti «voli» immortalati nel pieghevole che illustra il nuovo prodotto



L'ultima novità si chiama *thermal5colours* ed è una linea cosmeceutica termale. E' frutto di due anni di lavoro ed è stata presentata a Les Thermies, il salone dell'acqua e del benessere più importante d'Europa, che si svolge al Carrousel del Louvre. Proprio sotto alla piramide di vetro, dove Dan Brown ha svelato il mistero del «Codice da Vinci».

Presentazione stellare, come a dire «vi vogliamo stupire perchè siamo certi della bontà del prodotto». Conferenza stampa a Le Meurice, il *luxury 5 star hotel* più prestigioso di Rue de Rivoli, con oltre trenta giornalisti francesi presenti per conto delle maggiori testate quotidiane e periodiche, generaliste e di settore.

Una scelta che, fatte le debite proporzioni, ricorda la trovata della Fiat che per presentare la Uno e per rilanciare il marchio, nel gennaio 1983,

scelse addirittura Cape Canaveral. Quel lancio portò fortuna. Ad Abano e dintorni sperano che succeda altrettanto. Ovvero che quei cinque nuovi prodotti da spalmare sul viso e sul corpo, ricavati dal fango termale (che resta e resterà il *core business* delle Terme Euganee) e racchiusi in accattivanti confezioni colorate, diano il «la» ad un'inversione di tendenza da tutti auspicata.

Coraggio, dunque. Coraggio di investire, anche in una situazione di «vacche magre». Consapevoli però che qualche segnale positivo c'è: l'aumento del numero di arrivi registrato nel 2009 negli oltre cento alberghi della zona ad esempio. Un +11% frutto di uno svecchiamento della clientela coltivato proponendo sempre più prodotti legati al *wellness*. Non che questo abbia poi portato ad un aumento di presenze: al contrario queste l'anno scorso hanno conosciuto un-

'ulteriore contrazione (tre milioni circa le giornate/presenza), come di conseguenza il fatturato. Ma i nuovi flussi, soprattutto di giovani, e soprattutto di turisti italiani, fanno ben sperare. Il patrimonio costituito dagli oltre cento hotel (per ventimila posti letto complessivi), dalle 240 piscine termali, dai seimila addetti quali-

ficati e soprattutto dagli attrezzatissimi centri benessere interni fa delle Terme Euganee il più grande bacino termale europeo. Di gran lunga.

E, non a caso, alla rassegna parigina (che chiude i battenti domenica), lo stand delle Terme Euganee occupa l'ambito spazio centrale. «L'abbiamo conquistato dopo anni di avvicinamento — confessa Cristina Bernardi, vicepresidente del Consorzio Terme Euganee — con i francesi non è facile...». Intorno c'è l'imponente schieramento transalpino, co-

stituito dagli stand delle 38 stazioni termali e dei 21 centri talassoterapici. E più in là, in posizione più marginale, le «vetrine» di quanto viene offerto all'Est Europa: Romania, Bulgaria. E poi Germania, Spagna. Persino Tunisia, Algeria, Egitto... «Molti confondono il benessere con l'effetto terapeutico — dice Giuseppe Albertin, giovane presidente di Assoalbergatori e Consorzio Terme, che al Meurice la presentazione l'ha fatta in francese —. E' questo che distingue le nostre terme, le cure sono

certificate».

«Posso essere sincero? — confessa Gino Buja, terza generazione di una dinastia di albergatori —. Molte proposte della concorrenza mi hanno davvero deluso. Specie quelle presentate dalle terme dell'E-

st, troppo datate».

Anche Flavio Manzolini, neo presidente di Turismo Padova Terme Euganee, parla di caratteristiche innovative e uniche del prodotto «terme» padovano. «Studieremo ulteriori azioni», aggiunge. E in-

tanto all'orizzonte ci sono le fiere di Stoccarda, Monaco, Berlino (la riconquista dei tedeschi è vitale...). Poi ci sarà Mosca, perchè è proprio dai russi che lo scorso anno sono arrivate, a sorpresa, le soddisfazioni più gratificanti.