

Terme Colli Marketing: rinnovati i vertici dell'ente fino al 2022

notizia pubblicata **10 Luglio 2019** alle ore **12:00** nella categoria **Associazioni**



L'Assemblea Ordinaria del TCM, ente unico di marketing territoriale Terme Colli Marketing, ha eletto il nuovo Consiglio Direttivo per il triennio 2019-2022. Sei i consiglieri espressione delle aziende alberghiere consorziate: Umberto Carraro dell'Hotel Panoramic Plaza (Abano Terme), Giovanni Mioni dell'Hotel Mioni Pezzato (Abano Terme), Gino Buja dell'Hotel Bristol Buja (Abano Terme), Scappini Luca dell'Hotel All'Alba (Abano Terme), Silvia Bernardi dell'Hotel Formentin (Abano Terme) e Andrea Tezzon dell'Hotel Eliseo (Montegrotto Terme).

Due invece i consiglieri eletti da parte delle aziende extra-alberghiere consorziate: Chiara Sattin per Confagricoltura Padova e Andrea Legnaro dell'Antica Trattoria Ballotta di Torreglia.

È di ieri anche l'elezione del nuovo presidente: il Consiglio Direttivo ha votato per acclamazione Umberto Carraro, presidente uscente e che proseguirà quindi nella carica ottenuta già nella prima fase di rodaggio dell'ente nato lo scorso Dicembre con la fusione e messa in liquidazione dei due precedenti consorzi.

Ad affiancare Umberto Carraro nel secondo mandato di presidenza, sarà Andrea Legnaro, nominato vicepresidente del TCM ed espressione delle categorie extra-alberghiere e dei Colli Euganei.

“Abbiamo tanto da fare e dobbiamo cominciare subito a lavorare con grande impegno e determinazione per raggiungere gli obiettivi che ci siamo prefissati con la nascita del TCM. Il calendario del consiglio direttivo dei prossimi mesi è denso, diverse sono infatti le progettualità del TCM nell'immediato futuro a partire dalla selezione, in accordi con l'Organizzazione di Gestione della Destinazione Terme e Colli Euganei (OGD), di un profilo senior per il ruolo chiave di Destination Manager e – continua il presidente Carraro – dalle attività finalizzate ad accrescere il livello di internazionalizzazione e di consolidamento nei mercati esteri del nostro territorio. Lavoreremo anche sull'individuazione di gruppi di lavoro per l'innovazione e lo sviluppo dei prodotti turistici coerenti con la vision di destinazione come prima area per la salute preventiva in Europa: dai prodotti termali – come il Prodotto Terme Med e la ricerca di nuove frontiere per il termalismo moderno, il Prodotto Terme Classic per la promozione delle terapie termali classiche, in primis la fangobalneoterapia, e il Prodotto Terme Wellness grazie alle oltre 250 piscine termali che il nostro territorio offre – ai prodotti dei Colli Euganei – come il Food&Wine, Natura&Sport e il Prodotto Heritage. Infine – conclude – alcuni progetti digitali come l'implementazione del DMS regionale (Destination Management System) nel portale di destinazione visitabanomontegrotto.com per la vendita online di pacchetti, offerte, degustazioni, escursioni, etc., proposte dagli attori turistici del nostro territorio,

e, in collaborazione con OGD, Associazioni di Categoria e Amministrazione Comunali avvio di una fase sperimentale al fine dell'implementazione nelle strutture ricettive di uno degli strumenti più evoluti oggi sul mercato per il Benchmarking alberghiero che consente agli operatori di confrontarsi con il proprio territorio valutando performance aziendali e turistiche e monitorando molti indicatori tra i quali prezzi medi del mercato, livello di occupazione degli alberghi, tendenze basate sugli eventi”.