



Padova Terme Euganee **Convention & Visitors Bureau** è il Consorzio DMO Padova, fondato nel 2011 dall'Amministrazione Provinciale di Padova e dalla Camera di Commercio, Industria, Agricoltura e Artigianato di Padova. Altro socio è il Comune di Padova.

Il Convention & Visitors Bureau lavora seguendo due macro aree: il **settore congressuale** (MICE) e la divisione leisure (VISITORS) allo scopo di realizzare una visione complessiva strategica per lo sviluppo del settore turistico nel territorio di competenza sia relativo al **turismo** individuale, sia a quello legato all'organizzazione di eventi e congressi nella destinazione.

BUSINESS UNIT MICE. Il **Convention Bureau** ha lo scopo di promuovere il territorio come meta attrattiva per l'organizzazione di eventi congressuali. Gli obiettivi generali sono: Coinvolgere e mirare alla partecipazione degli attori del territorio in un'ottica di sinergia; creare un'immagine e un brand riconosciuti e autorevoli nel mercato; attrarre il maggior numero di eventi sul territorio; mirare alla soddisfazione del cliente/organizzatore; supporto al territorio per lo sviluppo di prodotti MICE; generare impatto economico sul territorio; creare collegamento tra visitatore, strutture, servizi, eventi, attività, agenzie. Padova Terme Euganee Convention Bureau si può considerare alla stregua di un collettore delle offerte degli operatori.

DIVISIONE LEISURE. Attraverso i tre uffici (Prodotto, Promozione, Web /Marketing / Comunicazione) il **Visitors Bureau** rende operativa la regia di coordinamento del turismo leisure a Padova e provincia con l'obiettivo di posizionare e promuovere Padova e le Terme Euganee e la provincia tra le mete turistiche italiane. Il Visitors Bureau lavora attuando la strategia e le offerte dei "Club di prodotto" in collaborazione con gli operatori turistici per innovare l'offerta in accordo con i nuovi trend. Gli obiettivi primari sono: incrementare flussi, permanenza e spesa media; sviluppare il territorio; aumentare "value for money" e reputazione on-line; promocommercializzare le offerte, sviluppare l'offerta turistica, creare rete, ridurre la conflittualità, incrementare l'immagine di "destinazione a sé".

