

Com'è turistica la mia valle

Pubblicato: Venerdì 13 Giugno 2003

Fare del Lago Maggiore e dei suoi tesori limitrofi un pacchetto unico da lanciare sul mercato del turismo mondiale. Ambizioni alte, propositi di feroce concretezza. Eppure si muove qualcosa, dunque, nel nome della comunità d'intenti: è quanto emerso da una conferenza stampa svoltasi questa mattina a Baveno, promossa da Camera di Commercio del Verbano Cusio Ossola e Ente Turistico Lago Maggiore di Locarno, capofila di un progetto che vede come partners di primo piano anche la Camera di Commercio e la Provincia di Varese oltre ad una nutrita serie comuni e altre istituzioni piemontesi, lombarde e svizzere.

Si discuteva da tempo su come irrobustire una rotta, positiva ma non abbastanza, di valorizzazione e sfruttamento turistico di quello specifico territorio; un ampio e variegato dibattito che ha dato origine ad un *marketing plan* "Lago Maggiore, le sua valli, i suoi fiori" che va inevitabilmente ad intrecciarsi con quello messo a punto da Camera di Commercio e amministrazione provinciale varesine per quanto riguarda il nostro specifico territorio varesino, da Varesenews più volte evocato. Non a caso, entrambi i piani hanno lo stesso "padre": la Teamwork di Rimini, studio da anni impegnato a monitorare l'esistente, ad indirizzare il futuro. Ebbene, i semi gettati dal ragionare di soggetti a vario titolo coinvolti, di entità geografiche ed amministrative sino a qui divise e diverse, ha portato in dote un protocollo d'intesa sottoscritto da tutti. E già questa è, a ben vedere, una grossa e sostanziale novità.

Tesi: il territorio dei laghi non ha sufficiente visibilità sul mercato dei viaggi e della vacanza.

Antitesi: il bacino e le sue peculiarità naturali e culturali possono e devono rappresentare un pacchetto assolutamente unico ed unitario, già ben posizionato sui mercati di lingua tedesca con interessanti *redemptions* anche in aree come Regno Unito e Stati Uniti, ma perfezionabile a patto di dotarsi di aggiornati strumenti di comunicazione e mondanizzazione.

Presentate oggi, dunque, le risposte operative: un ufficio stampa comune, innanzitutto, per aumentare visibilità e riconoscibilità del distretto, promuovendo e mantenendo un dialogo continuo con i media. A tal proposito sarà attivato un *call center*, in servizio informativo permanente.

Spazio anche al web: è di qualche giorno fa l'assegnazione di una gara d'appalto per la realizzazione di un portale del lago Maggiore che consentirà il continuo l'aggiornamento su manifestazioni ed eventi, la conoscenza immediata dei percorsi culturali e le prenotazioni on line.

Altro prodotto: un *marketing lab*, un vero e proprio laboratorio con il compito di monitorare il mercato e realizzare interventi formativi e di consulenza. Uno strumento, negli auspici, in grado di anticipare le tendenze di gusto della clientela e sviluppare progetti preferenziali.

Ma il protocollo non si esaurisce qui: prevista anche una biglietteria integrata, passepartout per creare una vera e propria sinergia tra località specifiche note e meno note dell'entroterra italiano ed elvetico del lago.

Attenzione specifica anche alla definizione delle offerte ricettive: con un "club di prodotto" si tenderà ad incrociare nicchie ben definite di mercato, istituendo di seguito il circuito dei *piccoli alberghi tipici alpini*, dei *green hotels*, dei *family hotels*, ciascuno con un suo target ben individuato.

La promozione dell'offerta culturale ed artistica in senso stretto, infine: un'agenzia specializzata si occuperà di creare un circuito di operatori pubblici, privati (fondazioni bancarie, grandi imprese, case editrici, sponsor, operatori turistici) che permetta una programmazione quinquennale di grandi eventi. Senza contare tutto il contorno che, verrebbe da dire, viene da sé: valorizzazione del patrimonio floreale e botanico, dell'escursionismo, dello sport di natura.

Resta da dire delle cifre: progetto di marketing e gli altri progetti previsti rientrano nei finanziamenti previsti nell'ambito dell'iniziativa comunitaria Interreg III Italia Svizzera. Le risorse pubbliche

mobilitate sono complessivamente di 1.231.752 euro, dei quali 777.113 a carico del finanziamento pubblico Interreg. Il resto a carico dei partners italiani e svizzeri.

Gli operatori scalpitano, a buon diritto: un vento nuovo, da Stresa ad Ascona, dall'Ossola al luinese, increspa la superficie del lago.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it