

I sindaci vanno a scuola di turismo

di MARCO GIAVELLI

QUALE futuro per il turismo locale? Gli amministratori dell'Unione montana Valle Susa si sono messi al lavoro e stanno provando a mettere insieme tutti gli elementi necessari per arrivare alla creazione di un "piano marketing" in modalità partecipata: una "visione" della destinazione valle di Susa. Lo faranno sulla base degli spunti che stanno emergendo dal corso di formazione promosso dalla giunta dell'Unione e affidato a Bruno Bertero, destination manager di Four Tourism: l'attività è partita mercoledì 27 maggio e prevede un percorso di tre incontri al termine dei quali, entro il mese di luglio, nascerà questo nuovo "piano marketing partecipato". «Ogni appuntamento è articolato in due fasi differenti: una introduttiva di formazione e una conclusiva di condivisione degli obiettivi - sottolinea Bertero - I partecipanti sono chiamati ad intervenire attivamente, suggerendo proposte ed idee concrete, in modo tale da sviluppare delle sinergie in grado di portare allo sviluppo effettivo della destinazione turistica».

L'iniziativa della giunta Plano nasce dalla constatazione che «la valle ha un gran numero di risorse e potenzialità in vari campi: la natura, le attività all'aria aperta, le attrazioni culturali e spirituali, i prodotti tipici - spiega l'assessore al turismo Emanuela Sarti, sindaco di Condove - Tuttavia, oggi, tutte queste risorse sono slegate tra loro e per questo non riusciamo

Formazione per un piano marketing sul rilancio della valle intera



Bruno Bertero durante il corso tenuto agli amministratori dell'Unione montana

ad offrire all'esterno un'identità turistica. Dobbiamo quindi in prima battuta formarci come amministratori a questa visione, mettendo in rete le risorse esistenti e andando ad agire, secondo le nostre competenze, per favorire la loro integrazione e darci la possibilità di progettare per colmare le lacune del sistema. Per riuscire a posizionarsi in modo competitivo sul mercato, è necessario creare intorno alle risorse principali un sistema efficace di attrazioni e servizi complementari, in modo tale da strutturare le risorse del territorio in una gamma di prodotti appetibili per il pubblico di riferimento».

Il primo incontro è stato dedicato alla definizione di prodotto turistico e di prodotto-destinazione per arrivare a comprendere, attraverso l'illustrazione di interessanti buone pratiche nazionali ed internazionali, in che modo si possa arrivare oggi alla co-

struzione di un prodotto di successo in grado di rispondere alle esigenze dei nuovi turisti: in pratica, secondo le più avanzate tecniche di settore, ciò significa costruire servizi che consentano esperienze ad alto valore aggiunto che facilitino la fruizione del territorio, mettendo a sistema le risorse e i servizi trasversali all'economia locale. Domani, mercoledì 3, e il 10 giugno saranno invece affrontati rispettivamente il tema della promo-commercializzazione e della governance, filoni strategici per lo sviluppo di una destinazione in ottica turistica e quindi per il raggiungimento degli obiettivi finali.

«Tutto questo senza dimenticare di valorizzare la componente umana, adattando l'offerta e i canali di promozione e comunicazione ai diversi target e mercati - conclude Bertero - Un prodotto, infatti, non può essere costruito né pensato senza avere bene

chiaro il target di riferimento cui ci si intende rivolgere. Oggi la segmentazione e la personalizzazione sono infatti due fattori imprescindibili: i turisti cercano sempre più prodotti su misura, è per questo che è necessario individuare quali sono i veri clienti della destinazione valle di Susa, prima di compiere qualsiasi azione o anche solo prima di parlare di prodotti e servizi turistici».

L'ambizione, osserva il presidente Sandro Plano, è «proporre la nostra Unione come capofila nella costruzione di un'immagine turistica di tutta la valle. Ci piacerebbe che questa diventasse un'occasione per superare la frammentazione delle Unioni e creare un circuito virtuoso sull'economia del territorio. Per questo ci proponiamo di lavorare in sinergia con il piano di valorizzazione "Tesori d'Arte e cultura alpina" e con le altre Unioni montane valsusine».