

Ufficio Stampa della Provincia autonoma di Trento

Piazza Dante 15, 38122 Trento

Tel. 0461 494614 - Fax 0461 494615

uff.stampa@provincia.tn.it

COMUNICATO n. 3376 del 30/10/2012

L'intervento dell'assessore alla seconda Conferenza provinciale per il Turismo che si tiene oggi a Levico Terme

IL TURISMO E LA CRISI, PER MELLARINI "UNA SFIDA CHE VINCEREMO UNITI"

S'è parlato di molte cose, alla seconda Conferenza provinciale per il Turismo che s'è aperta stamani al Palalevico di Levico Terme. I più di trecento partecipanti all'assise – tra di loro i principali esponenti delle categorie del settore, nonché molti, moltissimi operatori sia della promozione centrale e periferica, sia della ricettività – hanno affrontato temi come il finanziamento del sistema di promozione del turismo provinciale; la percezione che il nostro principale mercato turistico, l'Italia, ha del Trentino in un'epoca di crisi economica; le professioni turistiche; la valorizzazione delle reti telematiche e l'uso intelligente del web; il rapporto tra agricoltura e turismo; la crisi come opportunità anche per gli operatori del settore...

Perché in fin dei conti il turismo in Trentino tiene, e tiene bene, ma siamo in una crisi economica che ha interessato e sta interessando anche questo settore. "La crisi – ha detto l'assessore Tiziano Mellarini nel suo intervento introduttivo, – ci porta in dote una situazione mutata che richiede delle scelte forti, ma costituisce anche un'opportunità per cambiare pelle, come sottolinea il titolo di questa conferenza. Dobbiamo fare tesoro di quanto è stato costruito negli anni, delle buone scelte fatte, ma anche degli errori compiuti, per rafforzare con determinazione il nostro cammino verso orizzonti che sul piano nazionale e internazionale presentano ancora tutti i profili incerti e inquieti che conosciamo".-

Dopo i saluti del sindaco di Levico Terme Gianpiero Passamani, i lavori si sono aperti con una introduzione di Paolo Nicoletti, dirigente del Dipartimento agricoltura, turismo, commercio e promozione. "Tre sono le ragioni sostanziali che ci hanno guidato nell'organizzare questa seconda conferenza provinciale sul turismo – ha esordito Nicoletti. – Giunti al 2012, possiamo finalmente fare un serio e proficuo bilancio sulle politiche per il turismo così come si sono andate evolvendo nel corso di queste ultime due legislature; è l'occasione per tutti noi di parlare di crisi e di turismo; è un momento importante per chiedersi come siamo messi nei confronti dei mercati mondiali". L'invito del dirigente provinciale, infatti, è stato quello di "alzare lo sguardo, di guardare in alto e di pensare in grande. La crisi potrà rivelarsi una opportunità, per il turismo ma non solo per il turismo, se riusciremo a essere creativi, ad avere idee nuove, per migliorare e per crescere". Molti i temi sul tappeto in questa seconda conferenza: "Oggi parleremo di web e di nuove tecnologie; cercheremo di sapere come veniamo visti e vissuto sul mercato e al di fuori della nostra provincia; qual è l'immagine e la distintività dei nostri prodotti e quindi parleremo di brand e di identità; vedremo se il nostro modello di governance è ancora adeguato a guidare e a indirizzare il turismo trentino". Non una conferenza passerella, quindi, ma un momento serio di approfondimento e di confronto. Questi concetti sono poi riapparsi di frequente nel corso della mattinata. Con Silvestro Serra, direttore del mensile Touring, in qualità di moderatore, sono intervenuti Antonio Preiti, amministratore delegato di Sociometrica che ha illustrato "Il Trentino visto dagli altri: identità fluide e nuovi comportamenti turistici"; Massimo Fabbro, A.D. di Crea International, che ha parlato del "Brand come strumento competitivo per il Trentino e la valorizzazione dei punti di contatto con il cliente"; Luca de Biase, presidente di Ahref, che ha

proposto una serie interessante di suggerimenti e di riflessioni su "Come utilizzare la rete in modo intelligente"; Umberto Martini, docente dell'Università degli Studi di Trento, che ha invece affrontato il tema "Il Trentino è un sistema? La governance turistica provinciale a dieci anni dalla riforma". Attorno al tema "Governance, organizzazione e finanziamento del sistema turistico" si sono poi confrontati in una tavola rotonda Piero Degodenz, coordinatore dei presidenti ApT; Luca Libardi, presidente dell'ASAT; Enzo Bassetti, vicepresidente UNAT e presidente della Sezione autonoma Alto Garda e Ledro di Confcommercio Trentino; Loris Lombardini, presidente Confesercenti; Enrico Faes, presidente della Federazione Trentina delle Pro Loco e Consorzi; Francesco Bosco, vicepresidente ANEF Confindustria Trento.

Al termine della mattinata è toccato all'assessore provinciale al turismo proporre alcune sue riflessioni e mettere sul tavolo della discussione alcune linee strategiche per il futuro.

"Nulla sarà più come prima – ha detto con forza Tiziano Mellarini. – La sfida, per il Trentino, è come rapportarci con i grandi mercati, con i grandi scenari, in un confronto che non ammette rendite di posizione o facili scorciatoie. Non possiamo permettercelo perché sono in gioco i nostri destini e perché, in egual misura, ci è imposto dalle prerogative che ci derivano dalla speciale Autonomia di cui godiamo da oltre mezzo secolo. Un'Autonomia che è anche grande responsabilità che abbiamo il dovere, tutti noi, di gestire al meglio, senza egoismi né personalismi.

Quella del post-crisi sarà una ricostruzione paziente, "perché non possiamo improvvisare nulla. Dovrà essere anche generosa, perché il bene comune non cresce sugli egoismi; lungimirante, perché verso il futuro non si naviga a vista; impegnativa, perché senza capacità di sacrificio non si arriva a nulla. Dovrà anche viaggiare lungo ben precise direttrici che ci vengono indicate dall'Autonomia, che oggi deve tradursi nel 'fare meglio con meno risorse', puntando su competenze e responsabilità, alleggerendo il carico burocratico e semplificando la vita di cittadini e imprese, scegliendo priorità vere; dalla qualità delle risorse umane, che sono il focus della nostra capacità di produrre valore, sia individuale che collettivo; dal capitale ambientale, visto che il territorio è parte identitaria e costituente del nostro stesso essere comunità".

Uno sguardo alle statistiche conferma l'importanza che il turismo ha per l'economia del Trentino. Al di là però dei dati meramente quantitativi – gli arrivi e le presenze, i posti letto e i pernottamenti, le consumazioni nel settore della ristorazione, i biglietti di viaggio acquistati e i biglietti di ingresso ai musei e agli spettacoli di intrattenimento – "bisogna spingersi oltre e chiedersi cosa sarebbe di altre attività economiche - agricoltura, artigianato, industria, servizi - se non ci fosse il turismo. Le ricerche infatti dimostrano che se è vero che le vacanze si sono ridotte nel numero e nella durata e più contenute nei costi, è altrettanto vero che le persone continuano a viaggiare e la domanda di turismo non è considerata parte del "superfluo" da eliminare. I tempi stanno però cambiando, non è più possibile immaginare un mercato come quello degli anni scorsi, fatto di vacanza lunghe, stabili, abituali. Quindi, bisogna aumentare la creatività, la capacità organizzativa, dare risposte coerenti con quello che succede sui mercati, in uno sforzo comune che deve coinvolgere sia le istituzioni che il mondo imprenditoriale nei diversi comparti che, nel loro insieme, definiscono l'offerta complessiva del territorio.

Il futuro del turismo trentino ha delle priorità alle quali deve fare riferimento. "Al Trentino – ha detto a questo proposito l'assessore, – non mancano fortunatamente le risorse, e sia chiaro che non mi riferisco solo a quelle economiche e finanziarie, che non saranno peraltro paragonabili a quelle degli anni scorsi. Mi riferisco invece alle risorse legate alla Natura e alla Cultura, che hanno reso unico il nostro territorio, e anche a quelle legate all'imprenditorialità e alle capacità organizzative."

Sul fronte economico, invece, "dobbiamo razionalizzare la spesa, investire in modo più attento le risorse disponibili, concentrarci sugli elementi ritenuti strategici e, soprattutto, porre come prioritarie l'efficienza e l'efficacia degli interventi. La valorizzazione delle risorse richiede un passaggio fondamentale, che è anche di ordine culturale: richiede cioè che il territorio si dia una strategia, che inizi a ragionare per obiettivi e risultati, che accetti il confronto anche su temi difficili e controversi".

Intervento ponderoso, quindi, quello di Tiziano Mellarini, che ha rinviato al suo intervento conclusivo al termine della giornata di lavori qualsiasi indicazione sui temi più scottanti sul tappeto: l'imposta di soggiorno, la tassa di scopo, il riassetto delle ApT e della governance di sistema, il ruolo della Trentino marketing alla luce della sua confluenza in trentino Sviluppo "con lo scopo – ha anticipato comunque l'assessore, – di creare una grande e importante holding che sappia portare il sistema Trentino sulla ribalta mondiale con la sua identità, coi suoi prodotti, con le sue eccellenze in tutti i campi, turismo compreso" Un'identità territoriale, un "brand" come dicono gli esperti", per i quali l'ambiente naturale – con una particolare sottolineatura per le Dolomiti patrimonio ambientale dell'UNESCO e dell'Umanità – diventa "il valore non delocalizzabile che genererà turismo anche negli anni a venire. Per questo ritornare all'essenziale della montagna è ritornare al futuro armonizzando sempre più il valore dell'ambiente con tutto ciò che abbiamo costruito in questi anni sui vari fronti sportivi, culturali, enogastronomici"

Ma è ai giovani che l'assessore Mellarini si è rivolto in conclusione del suo lungo e appassionato intervento: "Non dobbiamo lasciarceli scappare – ha detto, – perché poi non tornano più! Dobbiamo impegnarci nella formazione delle eccellenze, da un lato, puntando all'innovazione e alla ricerca, ma dobbiamo anche recuperare il valore di altri talenti, magari più concreti ma non meno importanti. E qui chiedo un aiuto alle famiglie, perché cambino mentalità: consentire al proprio figlio di iscriversi a una scuola professionale a indirizzo alberghiero, ad esempio, non deve essere vissuto come un minor prestigio: dobbiamo impegnarci a valorizzare le professioni turistiche rendendole attrattive per i nostri giovani, dobbiamo impegnarci tutti nel progettare percorsi formativi adeguati e soprattutto nel costruire una "cultura del turismo" che nobiliti in serie A le occupazioni ad essa collegate".

Non a caso la mattinata s'è chiusa con la premiazione di due giovani che si sono particolarmente distinti uno nel settore agricolo (Gianluca Barbacovi per i la Coldiretti Giovani impresa) e l'altro in quello turistico (Guglielmo Lasagna per l'associazione Albergatori). Premi sono andati anche a Luca Salizzoni, enologo della cantina Salizzoni, e Fiorenzo Perathoner, imprenditore turistico.

(m.n.)

Fotoservizio e filmato a cura dell'Ufficio Stampa -

()