



RIORGANIZZAZIONE Aziende Turistiche Locali

Partito Democratico del VCO





Le prospettive di riorganizzazione, sulla base di quanto emerso dalle affermazioni rese alla stampa dal consigliere regionale Preioni, dal Presidente Cirio e dal Presidente del Distretto Gaiardelli, **evidenziano la difficoltà della Regione Piemonte di individuare una strategia precisa per la nostra ATL (Distretto Turistico dei Laghi)**, in favore una semplicistica ridefinizione dei confini geografici, poco utile a dipanare le enormi problematiche organizzative che il Distretto ha dimostrato di avere.

Aspettando per capire le volontà dell'Amministrazione Regionale, finora contraddittorie nelle dichiarazioni dei propri rappresentanti, **emerge invece l'urgenza di definire il vero *core business* delle ATL.**

E' evidente che è opportuno operare una netta distinzione tra l'attività di ACCOGLIENZA da quella di PROMOZIONE del territorio.



In termini di **PROMOZIONE** un'area più vasta, con maggiori opportunità di offrire esperienze turistiche (necessità oggi improrogabile non essendo più in uso un turismo statico) potrebbe offrire un valore aggiunto al nostro territorio.

In termini di **ACCOGLIENZA** più che la dimensione conta il metodo di lavoro e le competenze applicate: oggi si investono male le risorse disponibili, non favorendo l'organizzazione e il coordinamento delle offerte turistiche che il nostro territorio offre. La connessione tra laghi e montagne costituisce un punto di forza unico per la destinazione turistica. Finora le aree del nostro Distretto Turistico dei Laghi hanno faticato a trovare percorsi tematici in grado di offrire ai visitatori un'offerta unica e vincente. Il turismo alberghiero è spesso caratterizzato da soggiorni brevi (2,8 giorni/arrivi), con giornate programmate fuori dalla nostra provincia (Milano, Como, Torino, ecc.).



Nell'extra alberghiero il rapporto tra presenze e arrivi è molto più alto (circa 12 gironi) con la tendenza crescente a trasformare i campeggi in villaggi con una vasta offerta di servizi orientata all'incremento dei consumi interni. Un elemento di debolezza comune a entrambi i segmenti è costituito dalla brevità della stagione, concentrata nei mesi di luglio e agosto per la carenza di offerta di servizi aggiuntivi che rendano attrattiva anche la bassa stagione.

Le risorse in arrivo dal **Recovery Fund** dovrebbero essere investite per agevolare una sempre maggiore strutturazione dell'offerta turistica, specialmente in favore di mobilità sostenibile, trasporti, infrastrutture per l'accoglienza.

Sulla base di queste considerazioni l'**ACCOGLIENZA** dovrebbe essere l'attività prevalente e caratterizzante il **Distretto Turistico dei Laghi**, con un impegno particolare nel coordinamento delle iniziative turistiche dei comuni al fine di mettere in atto che uniscano, anziché mettere in competizione, le aree del territorio. In particolare sono importanti due aspetti che sono stati ampiamente trascurati: il primo è la standardizzazione della documentazione e la gestione della sua distribuzione; il secondo è un calendario unificato degli eventi che consenta la diffusione e la fruizione di tutte le iniziative di animazione del territorio.

Il Partito Democratico ritiene che per offrire una proposta seria di riorganizzazione delle ATL non ci si debba limitare alla sola ridefinizione geografica e all'equilibrio economico di un ente di secondo livello come questo.

La definizione di una strategia di medio-lungo periodo è la chiave per la costituzione di un Distretto Turistico forte.

Per offrire servizi concreti ai Comuni e alle Imprese, garantendo ai Laghi inalterata centralità nella destinazione turistica e alle Montagne percorsi innovativi per accrescere l'attrattività e la qualità dei servizi offerti. **Conoscere, orientare, supportare:** il **Distretto Turistico dei Laghi** deve dotarsi di **una strategia chiara che punti sull'accoglienza** quale strumento per accrescere il ruolo di guida nella "Destination Management Organization", al fine di favorire anche una promozione sempre più al passo con i tempi e capace di produrre risultati che conferiscano credibilità all'Ente agli occhi dei propri soci e dell'intero territorio.