L'INDAGINE NON CRESCE LA NOTORIETÀ DELLA PROVINCIA DI TORINO

Anche dopo i Giochi il Trentino batte le montagne olimpiche

ALESSANDRO MONDO

Se il quadro non fosse certificato dalla «Bocconi» ci sarebbe da pensare ad uno scherzo di cattivo gusto in chiave meneghina.

Il discorso riguarda «la percezione esterna» della provincia di Torino sotto il profilo turistico e culturale, come risulta dal Piano di sviluppo commissionato da Palazzo Cisterna. Sentite i primi responsi dei non piemontesi: «La provincia di Torino è essenzialmente Torino, con una grande area metropolitana intorno»; «In provincia ci sono stazioni sciistiche, visto che ci sono state le Olimpiadi, ma le montagne "vere" sono in Val d'Aosta, in Trentino...»; «Il Gran Paradiso è in Val d'Aosta»; «Poco verosimile che in provincia ci siano aree rurali piacevoli e interessanti».

Alla faccia della promozione turistica e dell'effetto olimpico. Chissà cosa salterà fuori quando il comune sentire verrà «approfondito con apposita indagine campionaria», come raccomandano i ricercatori dell'ASK Bocconi. «In questi anni abbiamo lavorato bene, per i miracoli servono risorse - replica Luigi Chiabrera, presidente dell'Atl2 Montagnedoc -. Il Trentino, il nostro competitor più forte, conta su 35 milioni l'anno da investire in promozione mentre noi dobbiamo accontentarci di un milione e mezzo». E le Olimpiadi? «Un grande evento, ma le montagne, almeno sotto il profilo televisivo, sono rimaste un po' in secondo piano». «Guai a interpretare le valutazioni dei ricercatori come una pagella - commenta l'assessore Giuliana Manica (Turismo) -, anche perché i nostri indicatori sono positivi per tutto il Piemonte. Dopo le Olimpiadi bisogna valorizzare i punti di forza e costruire i prodotti turistici potenziali facendo sistema. E' una scommessa possibile».

La risposta passa anche attraverso il progetto dell'Atl unica, nata dalla fusione delle tre oggi in pista, voluta dal presidente della Provincia per impostare una promozione integrata fra Torino e il resto del territorio: «Le due realtà non possono fare a meno l'una dell'altra. Le risorse ci sono, bisogna costruire un prodotto turistico competitivo».

La stesura del piano di sviluppo illustrato ieri alla Reggia di Venaria - presenti Saitta, con gli assessori Manica e Tessore - va in questo senso. I punti critici interessano piani diversi: dalla monostagionalità invernale del turismo montano al rapporto sbilanciato residenti/turisti e posti letto/seconde case. Un altro tasto dolente è quello del Parco del Gran Paradiso: meno di 20 mila presenze in Piemonte (50 mila negli Anni 90), 300 mila sul versante valdostano. Le azioni di Torino, invece, sono in salita. Particolarmente buona la performance del turismo congressuale: dai 100 congressi ospitati nel '94 ai 182 del 2006.

La svolta

Una sola Atl per gestire meglio la promozione

Da tre Atl ad una, per promuovere il territorio nel suo insieme. Il progetto della Provincia è alle ultime battute: entro 15 giorni Regione, Provincia e Comune definiranno lo Statuto dell'Atl unica. Ad aprile le assemblee delle tre Atl oggi in pista - Turismo Torino, Montagnedoc, Canavese-Valli di Lanzo - delibereranno la fusione. La nuova struttura sarà operativa da maggio. Nella prima fase il cda sarà composto da Saitta, Manica, Tessore, Bolatto (Camera di commercio). Più i presidenti delle Atl attuali: Besso Cordero, Chiabrera, Geninatti.

Reazioni

Antonio Saitta

«Tre Atl sono troppe. Bisogna costruire un prodotto turistico competitivo in grado di valorizzare il territorio. E' anche nell'interesse di Torino».

Luigi Chiabrera

«Abbiamo lavorato bene ma senza risorse adeguate non si possono fare miracoli. Il Trentino investe in promozione 35 milioni l'anno».

Giuliana Manica

«I nostri indicatori sono positivi. Bisogna valorizzare i punti di forza esistenti e costruire prodotti turistici potenziali. C'è molto lavoro da fare».