

Turismo, operazione immagine

Promozione sui social e nelle grandi città e un originale concorso a premi
L'assessore regionale Magoni lancia il progetto sulla "Destinazione Valtellina"

■ Visita istituzionale in Valtellina per l'assessore regionale al Turismo, marketing territoriale e Moda Lara Magoni, che dopo Sondrio ha fatto tappa anche a Teglio e Morbegno. «La Valtellina è un modello virtuoso di turismo e promozione del territorio - ha dichiarato l'assessore - un esempio di come si possano valorizzare le proprie bellezze e peculiarità grazie all'unità di intenti di tutti gli attori coinvolti. È questa la strada da seguire». Una strada che ha individuato alcuni punti di svolta da seguire e che si possono così sintetizzare: scorci di borghi e montagne "ritagliati" nelle piazze delle grandi città; un concorso a premi al profumo di Valtellina; una promozione via internet e social network sempre più capillare e mirata.

Sono alcune delle iniziative in calendario per le prossime settimane nel quadro del progetto di valorizzazione turistica della "Destinazione Valtellina" lanciato da Regione e Camera di commercio: un'iniziativa che si dimostra «un esempio positivo di come mettere a frutto le risorse pubbliche», attuata attraverso «una rete importante» fra le realtà locali. Parola dell'assessore Magoni, che come detto mercoledì è stata in visita in provincia per una serie di appuntamenti istituzionali e di incontri sul territorio, a partire dal "summit" nella sede territoriale della Regione

dedicato proprio al progetto da 280mila euro finanziato al 50% da Pirellone ed ente camerale, con Valtellina tu-

rismo come soggetto attuatore. «Questo intervento - ha rimarcato l'assessore - nasce dalla volontà di promuovere l'intero territorio, attraverso l'appeal importante che la Valtellina già ha. Ci sono località conosciute e forti, ma anche borghi meravigliosi e realtà culturali da far conoscere, insieme al cibo e al vino, e la Regione è al vostro fianco. L'istituzione in primis deve fare rete con i soggetti del territorio, qui lo state già facendo con una bella squadra e un modello virtuoso».

E il progetto sulla "Destinazione Valtellina" si inserisce a pieno titolo nelle iniziative della Regione sul territorio nazionale e all'estero, ha sottolineato l'assessore: insieme alla Puglia il Pirellone sta mettendo a punto una promozione interregionale dedicata agli Stati Uniti, mentre verso fine mese da Milano partirà un bus tematico che farà tappa in Svizzera, Germania, Francia e Regno Unito per presentare le località turistiche lombarde. «Dobbiamo aprire i nostri confini - ha rimarcato Magoni - la Valtellina dev'essere internazionale e spero con tutto il cuore che si possa vincere l'opportunità olimpica che viene data con la candidatura di Milano e Cortina. Le Olimpiadi potrebbero essere uno straordinario volano di immagine, con una portata eccezionale. La Valtellina - ha aggiunto - potrà avere un ruolo da protagonista grazie al suo grande appeal, anche soprattutto tra i visitatori stranieri. Apriamo gli oriz-

zonti per avere sempre più successo, Sondrio e la Valtellina sono la porta principale verso le Alpi ed un mercato estero da prendere sempre più in considerazione». Nel frattempo si lavora a pieno ritmo sulle attività del progetto targato Regione e Camera di commercio, che «consente di portare avanti interventi importanti di promozione e comunicazione, attraverso una collaborazione che speriamo prosegua perché dà ampio respiro alla progettualità», ha sottolineato la presidente di Valtellina turismo Barbara Zulian, che insieme a Lucia Simonelli ha illustrato le prossime attività in calendario.

Ai primi di dicembre la Valtellina sarà presente con uno stand del territorio all'"Artigiano in fiera" di Milano, mentre a fine novembre partirà una campagna di marketing «non convenzionale» a Roma e nel capoluogo lombardo: «Nei punti strategici delle due città - ha spiegato Simonelli - verranno realizzate delle installazioni di "floor graphic" con immagini dei vari mandamenti inseriti nella pavimentazione. Contemporaneamente verranno distribuiti dei talloncini profumati, i "Valtellinamagique", che presenteranno l'offerta turistica del territorio e saranno abbinati ad un concorso a premi». Obiettivo, far conoscere la provincia con un "brand" unitario, valorizzando allo stesso tempo le peculiarità delle varie zone e gli aspetti meno conosciuti del territorio.

I commenti

«Un metodo di lavoro basato sull'unità e utile per il futuro»

■ Valtellina e Valchiavenna sono «una delle corazzate del turismo lombardo», ma «solo uniti si può portare questo patrimonio dove merita». L'hanno sottolineato mercoledì la neo-presidente della Camera di commercio Loretta Credaro e i rappresentanti istituzionali presenti all'incontro con l'assessore regionale al Turismo Lara Magoni, evidenziando l'importanza di un lavoro unitario fra tutti i soggetti attivi nel settore.

«La promozione del turismo e la crescita dell'attrattività sono fra i compiti chiave della Camera di commercio – ha sottolineato Credaro – e il metodo di collaborazione applicato sul progetto per la “Destinazione Valtellina” è la strada che vogliamo seguire anche per il futuro, lavorando insieme alla Regione e alle istituzioni locali». Coesione è la parola d'ordine, secondo la nuova presidente dell'ente camerale, e gli enti locali concordano. «Questo progetto è un punto di partenza – ha rimarcato il consigliere provinciale Franco Angelini -, l'appello per tutti coloro che operano nel turismo e organizzano eventi è a coordinarsi, perché il caposaldo è proporsi con un'immagine unitaria». Negli anni si è già lavorato su questo fronte, ha sottolineato il presidente del Bim Alan Vaninetti, «ogni tanto con fatica – ha detto – ma sempre con grande impegno, perché il turismo è un volano cruciale per lo sviluppo socio-economico del territorio». E il modello del progetto Regione – Camera di commercio secondo Vaninetti «va riproposto anche su altre iniziative», ha rimarcato sottolineando l'importante ruolo della società [Explora](#) (rappresentata ieri dal direttore Paolo Baccolo). «Questo progetto – ha aggiunto Luca Moretti, presidente dell'Apt di Livigno – ha dato la possibilità di esprimersi a tutti i territori, alle località di punta e a quelle meno conosciute. Valorizzando queste differenze, queste peculiarità possiamo crescere tutti insieme».

