

Trento, 21 dicembre 2003

E' stato molto impegnativo, ma vissuto da tutti con grande partecipazione e senso di responsabilità. Abbiamo considerato la riforma come un passaggio importante per rafforzare la capacità di confronto tra i Comuni e l'imprenditoria privata all'interno della valle e come l'opportunità per coinvolgere nel discorso turistico quei soggetti che la precedente legge escludeva, come ad esempio gli agricoltori e gli artigiani, le banche e la cooperazione. Allo stato attuale siamo riusciti a coinvolgere già 160 soci, un risultato eccezionale per una valle di soli 7 mila abitanti. E tra questi ci sono tutti i soggetti che "contano".

Non entro mai negli spogliatoi delle altre squadre. Da noi c'è sempre stato un ottimo clima: devo riconoscere grande senso di responsabilità a tutti gli attori del nostro turismo, in particolare agli albergatori.

I leader funzionano quando il contesto funziona. Sono convinto che si sarebbe arrivati allo stesso risultato anche con un altro presidente. L'importante è ascoltare, per poter motivare e convincere.

Le preoccupazioni maggiori riguardano la capacità di interpretare bene il passaggio storico tra il pubblico ed il privato. La nuova Apt possiede grandissime potenzialità: si tratta di partire con il piede giusto ed io preferisco muovermi con il passo del montanaro, lento ma costante, piuttosto che creare i fuochi d'artificio ma... di paglia. Credo che nei primi anni si debba puntare ad un passaggio morbido, avviando poco alla volta e con piena concertazione le nuove attività. Un'altra grande preoccupazione ha riguardato il personale: ho lavorato affinché nel passaggio dal pubblico al privato non si perdessero le professionalità e le esperienze maturate da un team di grande qualità, che ha dato tanto ad un'azienda che da qualche mese è pure certificata ISO 9001.

La prima priorità riguarda la necessità di ascoltare le idee di tutti i soci: molti partecipano per la prima volta ai lavori di un'azienda turistica e dunque sono portatori da un lato di inesperienza specifiche, ma dall'altro anche di grande entusiasmo e di nuove idee.

Anche il turismo termale sta attraversando un periodo delicato. In molte stazioni italiane sono stati persi negli ultimi anni molti clienti. A Comano è andata meglio, a mio avviso per l'alta specializzazione di cui gode la nostra stazione, che è leader nella cura delle malattie della pelle. Inoltre anche il turismo termale si sta orientando sempre di più sul settore del benessere, del wellness, e questo comporta nuovi ed ingenti investimenti. Anche Comano si sta attrezzando in questa direzione, con il vantaggio di poter contare al proprio interno su un presidio sanitario permanente.

La montagna è un ottimo prodotto in inverno, ma non ovunque. In estate è molto debole, le famiglie hanno ormai identificato l'estate con il mare. Eppure la montagna in estate offre moltissimo. Secondo me c'è alla base un grande deficit di comunicazione: bisogna che tutte le regioni alpine ed i paesi alpini si coalizzino per costruire delle grandi campagne di marketing per far capire alla clientela il valore ed il piacere della vacanza in montagna durante il periodo estivo.

Noi abbiamo creduto prima di molti altri nella cultura, nella tutela dell'ambiente naturale, nella valorizzazione dell'identità e dei prodotti locali. Sono nati così veri e propri prodotti turistici come il Parco letterario, l'Ecomuseo, la Strada del Vino e dei Sapori. La nostra capacità di innovare il prodotto turistico tradizionale è stata sicuramente premiata dall'apprezzamento dei turisti. Abbiamo

cercato di creare attorno alle Terme di Comano, che sono il fulcro della nostra offerta turistica, un contesto di qualità che valorizzi a pieno l'efficacia delle cure. Un trattamento termale è certamente più efficace laddove vi siano un ambiente integro, occasioni di relax, ottima cucina. Insomma, il benessere è un concetto a 360 gradi, che comprende le percezioni fisiche e... dell'anima. Questa è inoltre la strada che consente di rispettare pienamente la nostra identità montanara, di rendere accettabile e sostenibile la presenza dei turisti sul nostro territorio, di legare con persone che dimostrano apprezzamento per la nostra terra.