



XIV LEGISLATURA

IV COMMISSIONE CONSILIARE PERMANENTE
(Sviluppo economico)

VERBALE SOMMARIO N. 62
DEL SOPRALLUOGO IN DATA 14 e 15/10/2015 A BOLZANO
PER APPROFONDIMENTI SULLA TEMATICA
DELL'ORGANIZZAZIONE TURISTICA
E SUL SISTEMA DEGLI IMPIANTI FUNIVIARI

Partecipano al sopralluogo:

- il Presidente ed i Componenti della IV Commissione: Giuseppe ISABELLON, Luigi BERTSCHY, Joël FARCOZ, Carmela FONTANA e Patrizia MORELLI;
- i Consiglieri regionali: Albert CHATRIAN (delega di CERTAN), Jean-Pierre GUICHARDAZ, MARQUIS e Claudio RESTANO (delega LA TORRE);
- l'Assessore regionale al turismo, sport, commercio e trasporti, Aurelio MARGUERETTAZ, accompagnato dal Coordinatore del Dipartimento turismo e commercio del medesimo assessorato, Stefania RICCARDI, e dal Direttore dell'Office régional du tourisme, Miriana DETTI;

Funge da Segretaria Monica BAUDIN.

* * *

MERCOLEDI' 14 OTTOBRE 2015

Alle ore 7.30 la delegazione di Consiglieri è partita da Aosta alla volta di Bolzano, dove è giunta alle ore 12.30.

Alle ore 17.00 la delegazione, accompagnata dal Dott. Corrado Tononi, ha incontrato presso la Sala "Damensalon" dell'Hotel Laurin, a Bolzano, il Dott. Dado DUZZI, Vicepresidente dell'Unione commercio, turismo e servizi dell'Alto Adige, già Presidente per 15 anni dell'Azienda di soggiorno di Bolzano e per 12 anni Vicepresidente di Alto Adige Marketing, nonché ideatore dell'evento "Mercatino di Natale" di Bolzano.

Il Presidente ISABELLON ha fatto presente che la IV Commissione sta lavorando in collaborazione con l'assessorato al turismo per individuare un nuovo percorso per lo sviluppo turistico in Valle d'Aosta e ha ritenuto utile conoscere quali esperienze e metodo di lavoro siano stati messi in atto in Alto Adige.



L'Assessore MARGUERETTAZ nel sottolineare il particolare momento di riduzione delle disponibilità finanziarie regionali, che impone la necessità a livello politico di provvedere a razionalizzare, non operando solo dei tagli alla spesa, ma anche una riorganizzazione di alcuni settori, ha fatto presente che la IV Commissione consiliare e l'assessorato al turismo hanno ritenuto opportuno cercare di fare tesoro di situazioni che hanno portato a risultati positivi nell'ambito dell'organizzazione turistica in territori simili a quelli valdostani.

Ha evidenziato che per la delegazione valdostana si rende particolarmente interessante quindi capire come è stato organizzato il settore della promozione e della commercializzazione turistica nella Regione Trentino-Alto Adige, tenuto conto che la situazione valdostana è primitiva rispetto a quella messa in atto in tali realtà, in quanto in Valle d'Aosta è presente una polverizzazione degli interventi in diversi assessorati (turismo, agricoltura, istruzione e cultura, ecc.), per cui si è ritenuto utile valutare come sia possibile operare per evitare i doppioni e le incongruenze esistenti, conoscere le modalità con le quali la Provincia di Bolzano è pervenuta alla costituzione della Alto Adige Marketing e la filosofia di fondo che ha portato alla creazione dei Mercatini di Natale altoatesini.

Il Dott. DUZZI ha riferito in merito all'ideazione, 25 anni or sono, dell'evento Mercatino di Natale di Bolzano - settore in cui l'Alto Adige anche dopo tanti anni continua ad essere leader - che è servito a far conoscere sia la città capoluogo sia il territorio altoatesino ai turisti provenienti dai mercati nazionali e internazionali.

Ha fatto presente che sull'esempio dell'iniziativa della Città di Bolzano, l'evento è poi stato organizzato negli anni successivi anche a Trento, Merano, Bressanone, Brunico e Vipiteno, che assieme alla Provincia e ad alcuni sponsor, hanno deciso di unirsi e di mettere in comune dei fondi per compiere una promozione complessiva del pacchetto "Mercatini originali dell'Alto Adige", riscontrando un vero successo a livello turistico.

Ha riferito che nel 2000 la Provincia, attraverso la costituzione della società Alto Adige Marketing, ha tolto dalla gestione pubblica il settore della comunicazione turistica e l'ha affidata alla società suddetta, il cui azionariato era composto da 6 rappresentanti di associazioni e istituzioni economiche dell'Alto Adige (maestri di sci, impianti a fune, cooperative, artigiani, ecc.) e operava con fondi assegnati dalla Provincia. Ha aggiunto che nel 2010 la società è stata trasformata in un'Agenzia dotata di personalità giuridica di diritto pubblico.

Ha spiegato che attualmente il marketing territoriale è curato da 11 Consorzi turistici – in origine i Consorzi erano 14 – e da 76 associazioni turistiche locali, che sono tutte private tranne quelle di Merano e di Bolzano (che avendo una disponibilità di 3 mila posti letto ha lei da sola lo status di consorzio urbano) e che si occupano dell'accoglienza, della commercializzazione dei pacchetti turistici e dell'organizzazione di eventi in ambito locale, mentre la Alto Adige Marketing ha lo scopo principale di pianificare iniziative di mercato volte a promuovere il territorio altoatesino.

Ha fatto presente che per il marketing turistico la Provincia ha deciso di prevedere un budget di 70 milioni di euro che sarà finanziato per 25 milioni di euro direttamente dalla Provincia stessa, per 28 milioni di euro dall'introduzione della tassa di soggiorno e per 18



milioni di euro dai contributi volontari delle aziende e degli operatori economici presenti sul territorio.

Ha precisato che la dotazione finanziaria messa a disposizione dalla Provincia alla Alto Adige Marketing ammonta a 15 milioni di euro, mentre le APT sono finanziate in parte dai contributi volontari e in parte dalla tassa di soggiorno (80% della tassa va all'APT, il restante 20% rimane ai Consorzi), mentre i Consorzi sono finanziati dalla Alto Adige Marketing e dalla Provincia.

Ha aggiunto che, al fine di ridurre i costi di gestione e di potenziare gli investimenti diretti nel marketing, è in fase di valutazione da parte della Provincia, da una parte, la riduzione del numero dei Consorzi che da 11 scenderebbero a 4, e dall'altra parte, la fusione fra le quattro società che attualmente operano nell'ambito del turismo altoatesino: la Alto Adige Marketing (che si occupa dell'organizzazione di grandi eventi, della distribuzione delle risorse assegnate dalla Provincia e della promozione turistica provinciale, ivi compresa quella dei beni culturali), la TIS (con la funzione principale di incubatrice di start up), la EOS (che vede anche al suo interno una componente della Camera di commercio e che segue la gestione del marchio qualità "Südtirol") e la BLS (nata ai fini della costituzione della Film Commission e per gestire l'insediamento delle imprese produttive sul territorio).

L'incontro con il Dott. Duzzi è terminato alle ore 18.45.

GIOVEDI' 15 OTTOBRE 2015

Alle ore 10.30 la delegazione di Consiglieri, accompagnata dal dott. Corrado Tononi, è stata accolta, presso la Sala Giunta della Provincia autonoma di Bolzano, sita in via Silvius Magnago 1 a Bolzano, dal Presidente della Provincia, Dott. Arno KOMPATSCHER, dalla Segretaria particolare del Presidente, Dott.ssa Cornelia DELL'EVA, dal Direttore della Alto Adige Marketing, Dott. Marco PAPPALARDO, e dai funzionari provinciali Rag. Martha GRUBER (ufficio bilancio) e Ing. Marcus PITSCHSEIDER (ufficio trasporti funiviari).

Il Presidente KOMPATSCHER, nel dichiararsi molto onorato di poter ospitare la delegazione valdostana, ha fatto presente che il modello di organizzazione turistica messa in atto dalla Provincia autonoma di Bolzano negli anni si è dimostrato essere una scelta vincente.

Ha evidenziato che le strategie di marketing e il fatto di avere lanciato un unico marchio ombrello "Südtirol", non solo per il settore turistico, ma identificativo di tutti i settori economici e produttivi della provincia, hanno portato dei risultati molto positivi.

Ha riferito che è in fase di valutazione a livello politico la decisione di ridurre nel marketing turistico il numero dei Consorzi turistici - che operano a livello intermedio fra la Alto Adige Marketing (SMG) e le associazioni turistiche locali - che dagli 11 attuali scenderebbero al numero di 4.

Ha sottolineato di ritenere di primaria importanza per un ulteriore sviluppo turistico il tema del miglioramento della mobilità e dei trasporti, sia interni alla provincia sia da e verso le aree turistiche limitrofe e ha riferito che in tale direzione la Provincia ha già previsto degli



importanti finanziamenti per la realizzazione del Tunnel di base del Brennero e ha allo studio un collegamento ferroviario tra la linea ferroviaria Bolzano - Merano - Malles e la rete delle Ferrovie Svizzere e un progetto di potenziamento, con l'allungamento della pista, dell'aeroporto di Bolzano in merito al quale vi sarà anche una consultazione referendaria fra i residenti.

Ha informato in merito alla volontà di estendere l'utilizzo di un unico ticket per tutti i mezzi di trasporto pubblici della provincia anche per i turisti oltre che per i residenti.

Ha evidenziato che al fine di sfruttare le sinergie, evitare le sovrapposizioni e impiegare le risorse nel modo più efficiente possibile, è in fase di valutazione l'accorpamento delle attuali 4 società pubbliche attive in Alto Adige nell'ambito dei servizi all'economia: l'Agenzia per il marketing territoriale BLS, l'Agenzia Alto Adige Marketing nel settore del marketing turistico, la società TIS per i servizi all'innovazione e l'Organizzazione Export Alto Adige (EOS).

Ha precisato che al settore del marketing turistico sono destinati annualmente 60 milioni di euro e in futuro di auspica di poter incrementare tale finanziamento a 70 milioni di euro; ha sottolineato che il finanziamento erogato direttamente dalla Provincia è di 25 milioni di euro, a cui si aggiungono le risorse derivanti dall'introduzione della tassa di soggiorno nelle strutture ricettive e quelle dei contributi volontari delle varie associazioni operanti sul territorio.

L'Assessore MARGUERETTAZ nel ringraziare per l'accoglienza riservata alla delegazione valdostana, ha sottolineato la necessità per i territori alpini di mantenere l'alleanza basata su temi di comune interesse, anche nella difesa a livello nazionale delle prerogative comuni, affinché la montagna sia sempre guardata come un'opportunità importante anche dallo Stato.

Il Dott. PAPPALARDO, avvalendosi della proiezione di alcune slides, ha reso noto che la Provincia autonoma di Bolzano è, fra quelle italiane, la provincia situata più a nord in Italia, ha una popolazione di 512 mila abitanti suddivisi in tre gruppi linguistici e si caratterizza per un territorio che detiene alcune delle maggiori eccellenze conosciute a livello europeo quali le Dolomiti, i vitigni, 4.800 masi di montagna e un'importante produzione di mele (il 12% della produzione europea).

Ha aggiunto che per quanto riguarda l'offerta turistica, in Alto Adige sono presenti 4.300 alberghi e 5.725 strutture extralberghiere (affittacamere e agriturismi) che nel 2014 hanno registrato 28 milioni e 400 mila pernottamenti.

Ha precisato che l'Alto Adige intende diventare "il posto dove vivere più desiderato d'Europa" e quindi non deve limitarsi a fornire servizi di qualità nel settore turistico, ma soprattutto offrire esperienze vere di vita reale, quindi rappresentare uno spazio vitale nel quale il paesaggio, i prodotti tipici della natura e della cultura e la gente vivono in simbiosi.

Ha evidenziato che l'attività di promozione turistica altoatesina si è sviluppata attraverso iniziative rivolte a far conoscere le aree di competenza nelle quali la provincia è più forte rispetto ad altri mercati, andando così ad individuare i quattro ambiti che caratterizzano



lo spazio vitale dell'Alto Adige: l'architettura, le competenze alpine, la cultura quotidiana e la sostenibilità ambientale.

Ha riferito che l'Alto Adige dispone di bellezze naturali e di un territorio che intende preservare, di competenze alpine sviluppate in loco (la prima funivia, i primi cannoni da neve, le società leader nel settore della costruzione di impianti funiviari sono tutti altoatesini) che vanno incentivate anche per il futuro, da un forte spirito di volontariato (gruppi folkloristici, pompieri volontari) che fa parte della cultura e della vita quotidiana della popolazione residente e la sostenibilità ambientale e la green energy (potenziamento dell'idroelettrico, utilizzo di mezzi di trasporto ad idrogeno) che rientrano fra le priorità di intervento dell'azione provinciale.

Ha poi spiegato l'iniziativa e i campi di utilizzo del marchio ombrello "Südtirol", che ha come obiettivo il posizionamento del marchio sul mercato con un denominatore comune al fine di giungere ad un'unione delle forze e ad uno sfruttamento del potenziale sinergico, permettendo così di accrescere la forza dell'impatto sul mercato dei singoli marchi, senza che questi rinuncino alla propria identità.

Ha sottolineato che le immagini del marchio ombrello generano identificazione con il marchio "Alto Adige" e destano emozioni; l'utilizzo del marchio è riservato alle istituzioni, quali le aziende del settore SMG (Alto Adige Marketing), BLS, EOS e TIS e agli assessorati della Provincia autonoma di Bolzano.

Ha riferito, per quanto concerne la comunicazione, che la promozione dell'Alto Adige - che si basa su campagne televisive, campagne stampa e siti web - oggi è attiva su 10 mercati europei (Germania, Italia, Svizzera, Austria, Regno Unito, Belgio, Olanda, Repubblica Ceca, Russia e Polonia) e prossimamente sarà avviata anche sul mercato francese; il 49% dei turisti proviene dalla Germania, il 30,9% dal mercato italiano e la restante quota dagli altri Paesi.

Ha evidenziato che la destinazione dell'Alto Adige non è rivolta ad un turismo "mordi e fuggi", in quanto propone un messaggio diverso indirizzato alle famiglie e a chi ricerca un diverso "life style" che lo distinguano da tante altre destinazioni già presenti sul mercato. Ha precisato che proposte che mal si combinano con l'approccio alla montagna indicato dalla Provincia (vedi pratica dell'eliski o di un tipo di turismo che segue delle mode passeggiare), non vengono prese in considerazione come prodotti turistici sui quali puntare l'azione promozionale dell'Alto Adige.

Alle ore 12.45 ha termine l'incontro con il Presidente KOMPATSCHER, con i dirigenti della provincia e con il Presidente della Alto Adige Marketing.

Alle ore 15.00 la delegazione ha incontrato, presso la sede dell'Azienda di soggiorno, in piazza Walther a Bolzano, la Direttrice reggente dell'Azienda di soggiorno di Bolzano, Dott.ssa Roberta AGOSTI.

La Dott.ssa AGOSTI ha riferito che le Aziende turistiche stanno alla base dell'offerta turistica della Provincia e che quella di Bolzano, come quella di Merano, sono pubbliche, a differenza delle altre APT che sono state privatizzate, scelta politica che ritiene si sia rilevata vincente sia dal punto di vista turistico sia per i compiti assegnati a queste due Aziende.



Ha aggiunto che lo Statuto dell'Azienda prevede che sia retta da un Consiglio di Amministrazione composto da 9 membri (6 nominati dal Comune sentite le categorie economiche degli agricoltori, albergatori, commercianti, e 3 nominati dalla Provincia) e sia gestita da un Direttore nominato dal Consiglio stesso fra i 14 dipendenti assunti con bando di concorso pubblico.

Ha fatto presente che gli uffici dell'Azienda di soggiorno di Bolzano sono aperti in orario 9-19, sabato e domenica compresi, e che nell'ultimo anno l'Azienda è stata visitata da 130 mila persone che hanno prevalentemente richiesto informazioni turistiche, anche grazie ad una nuova segnaletica che ha permesso un incremento esponenziale delle visite a questi uffici.

Ha reso noto che il bilancio annuale dell'Azienda è di 8 milioni di euro, tenendo conto delle partite di giro e che l'Azienda riceve dei finanziamenti pari a 760 mila euro dal Comune di Bolzano, introita circa 700 mila euro dai proventi del Mercatino di Natale derivanti dall'affitto degli stand e incassa il 90% della tassa di soggiorno (10% va al Consorzio "Bolzano vigneti) incamerata dalle strutture ricettive cittadine.

Ha precisato che l'Azienda non segue la commercializzazione turistica in quanto i sistemi di vendita sono effettuati online a livello provinciale, mentre svolge compiti di informazione e funge da centro telefonico per la città di Bolzano ma anche per l'intera Provincia.

Ha aggiunto che l'Azienda organizza tutti gli eventi turistici della Città di Bolzano e che mediamente viene organizzato un evento al mese.

Ha fatto presente che nella città di Bolzano si registrano mediamente 600 mila pernottamenti all'anno.

L'incontro con la Dott.ssa Agosti termina alle ore 15.50.

Alle ore 16.00 la delegazione è partita alla volta di Aosta, dove è giunta alle ore 21.00.

Letto, approvato e sottoscritto

IL PRESIDENTE
(Giuseppe ISABELLON)

IL CONSIGLIERE SEGRETARIO
(Joël FARCOZ)

IL FUNZIONARIO SEGRETARIO
(Monica BAUDIN)

Data di approvazione del presente Processo Verbale:



CONSEIL DE LA VALLEE CONSIGLIO REGIONALE DELLA VALLE D'AOSTA