

PIERO ROULLET (ALBERGATORE)

«Dobbiamo rottamare i nostri alberghi perché non si può tacconare all'infinito»

AOSTA - Piero Roulet (in foto), noto albergatore di Cogne, già presidente dell'Adava e della Chambre, intervenuto a un dibattito organizzato dalla Fondazione Courmayeur è convinto che per rilanciare il turismo in Valle d'Aosta sia necessario «creare un unico sistema regionale, rispettoso dell'ambiente. Il turismo di montagna impone un modello di sviluppo basato sulla qualità e non sulla quantità. Morfologicamente, non siamo una regione che può accogliere maree di persone, per cui, per essere competitivi su tutta l'offerta, dobbiamo proporre e vendere la qualità delle nostre montagne, ricordandoci - come dicono gli spagnoli -, che il prezzo non conta se è corretto».

Competitività: sembra proprio questa la grande assente in una Valle d'Aosta che da troppi anni ha vissuto sugli allori.

«Ricordiamoci che ogni ospite è un ven-



ditore. Se l'accoglieremo bene, se si troverà bene, sarà il miglior ambasciatore. Ma dobbiamo offrire eccellenza. È giunto il momento di rottamare i nostri alberghi, perché non si può tacconare all'infinito. È necessario, nel nostro settore, aumentare la redditività delle imprese. Il 2005 è stato un anno in cui gli alberghi hanno chiuso i bilanci in perdita; il momento è estremamente delicato. Ci vogliono strategie unitarie.

Quali?

Creare un piano di sviluppo turistico, intensificare e migliorare la promozione all'estero con un'immagine unitaria della Valle d'Aosta, istituendo anche degli ambasciatori del turismo valdostano. Nel 2020 l'offerta turistica supererà la domanda, per cui dobbiamo lavorare - migliorando le competenze manageriali - per non farci trovare impreparati».

■ l.u.me.

CLETO BENIN (OPERATORE TURISTICO)

«Dobbiamo offrire servizi di alto livello In Valle d'Aosta la carenza è strutturale»

AOSTA - Cleto Benin (in foto), presidente del tour operator valdostano «Eurotravel», uno dei principali operatori italiani - di recente è intervenuto a un dibattito organizzato dalla Fondazione Courmayeur - e parla di «cambiamento epocale del turismo. Fino a qualche tempo fa la domanda era indirizzata verso un turismo di massa, mentre oggi è diverso. La popolazione è invecchiata, gli anziani hanno richieste ed esigenze differenti, tanto che organizzandosi si potrebbe destagionalizzare la nostra offerta. Ma per far questo bisogna cambiare pelle, è necessario eliminare le carenze strutturali e offrire servizi di qualità e rispondenti alle esigenze di un turista che è cambiato radicalmente».

Cosa deve fare la Valle?

«Intanto, la qualità è imprescindibile. Occorre, inoltre, costruire un prodotto personalizzabile, perché ormai è impensabile di



poter vendere soltanto le settimane intere. Bisogna pensare a nuove strategie, che vertano su una politica dei prezzi da una parte e sull'organizzazione di manifestazioni al di fuori dell'alta stagione dall'altra. Non dimentichiamoci, infine, che sarebbe il caso di creare un gruppo unico di promozione: non bisogna promuovere la Valle per singole località, bensì è necessario farlo globalmente, ponendo l'accento sulle particolarità. Così si che si può uscire dal guscio».

Il turista italiano è il grande assente.

«Tutti hanno poco tempo e preferiscono i cosiddetti long week-end, anche grazie alle tariffe low cost. Il turista italiano è bombardato da mille offerte, quindi è necessario attirare offrendo l'eccellenza anche gli stranieri. Comunque, non basta fare pubblicità, perché prima dobbiamo organizzare il nostro territorio: siamo sicuri che quello che proponiamo in pubblicità il turista poi lo trovi davvero?»

■ l.m.