

Riprendiamoci il turismo: Luisa Vuillermoz (Fondazione Gran Paradiso)

Le azioni in atto per la ripresa di un settore chiave del nostro Paese. La parola ai manager

31 Mag 2021

0 Commenti

4 min di lettura



Stampa



Aggiungi ai Preferiti



Manageritalia vuole parlare dei vari comparti e territori del turismo italiano con una serie di interviste a manager di aziende e organizzazioni dell'intero settore (alberghi, cultura, leisure, agenzie viaggi ecc.) per cogliere le azioni in atto per la ripresa. Una ripresa che ci vedrà tutti protagonisti, come operatori o come turisti. Intervistiamo oggi **Luisa Vuillermoz**, direttore Fondazione Gran Paradiso.

Quanto ha pesato la crisi in atto sulla sua organizzazione e, in generale, sul turismo del suo territorio?

«La Valle d'Aosta, regione ad alta intensità turistica, ha subito una crisi molto pesante causata da chiusure quasi totali nella stagione invernale. Dopo molti mesi di blocco, tutta la filiera legata al turismo dello sci in pista – impianti di risalita, maestri di sci, rifugi e ristoranti, alberghi, noleggi ecc. – è davvero in ginocchio, in attesa di ristori di incerta entità. La riscoperta di altri sport invernali all'aria aperta – sci alpinismo, sci di fondo – non ha certo generato ricavi equivalenti. La chiusura dei confini regionali è stata particolarmente penalizzante per una regione molto piccola, in cui anche i flussi turistici locali provengono dalle regioni confinanti».

Come avete fatto fronte sino ad oggi alla crisi?

«Nella stagione estiva 2020, caratterizzata da un flusso di turisti italiani che ha in buona parte compensato l'assenza degli stranieri, Fondation Grand Paradis ha riorganizzato la sua offerta – in particolare quella legata al Gran Paradiso Film Festival, evento principale della sua programmazione – adottando un modello misto outdoor e online. Ciò ha consentito di valorizzare luoghi storici, come i parchi dei castelli di località meno vocate al turismo di montagna, di mantenere il pubblico fidelizzato e di raggiungere nuovi spettatori sul web. La programmazione online è proseguita oltre l'estate con nuovi eventi dedicati e contribuisce ora a destagionalizzare la nostra offerta. Contemporaneamente, abbiamo accelerato lo sviluppo di applicazioni e servizi basati su tecnologie di realtà aumentata e *no-touch*, anche nell'ambito dei progetti in partnership europea (es. Digitourism)».

Oltre le singole aziende, l'ecosistema del turismo del suo territorio come ha reagito in questo duro frangente? Si poteva fare meglio e di più?

«Le piccole dimensioni della regione non potevano consentire l'applicazione di strategie più articolate. In particolare, la dipendenza da un unico ospedale, con un numero di posti letto in terapia intensiva e sub-intensiva limitatamente espandibile, ha richiesto l'adozione di provvedimenti di chiusura molto pesanti e penalizzanti. Siamo gente abituata a soffrire e resistere, ma non sarà facile superare questa crisi. I governi nazionali che hanno gestito l'emergenza avrebbero potuto riservare una maggiore attenzione alle aree turistiche, di montagna in particolare, e tenere conto delle nostre caratteristiche peculiari, ma l'emergenza che ha in larga parte travolto le regioni confinanti – Piemonte e Lombardia – non ha certo aiutato».

Quali le prospettive per il prossimo futuro?

«Stiamo preparando la stagione turistica estiva, pur nella perdurante incertezza. Come Fondation Grand Paradis, durante i lockdown abbiamo proposto diversi corsi online per gli operatori turistici finalizzati ad accrescerne le competenze. L'adesione è stata importante, soprattutto da parte di chi ha cercato di tradurre lo stop forzato in un'occasione per reinventare un modello di turismo in rapidissima evoluzione. Il Gran Paradiso Film Festival riprende e sviluppa la formula varata in emergenza l'anno scorso: per noi è stata un'occasione di crescita e di evoluzione. Nel Parco Nazionale Gran Paradiso puntiamo sulla destagionalizzazione, sul recupero degli spazi della montagna, sulla qualità dell'offerta naturalistica e culturale, con flussi distribuiti, senza folla: abbiamo molte carte da giocare!».

La pandemia e la conseguente crisi hanno innescato dei cambiamenti irreversibili per il settore turismo?

«Forse è presto per dire che i cambiamenti saranno irreversibili; vediamo già come la voglia di uscire si trasformi facilmente in affollamento. Le tecnologie e la connettività ci aiuteranno a valorizzare i luoghi e le esperienze meno conosciuti, forse il seme di un cambiamento culturale rimarrà. I danni dell'overtourism erano già conosciuti prima della pandemia, ora è importante che molte persone si convincano che si può viaggiare, fare vacanza e soprattutto vivere la montagna e la natura in un modo diverso».

Avete in atto di cambiare qualcosa nel modello di business e nelle strategie per cogliere al meglio la ripresa?

«Superata l'emergenza, anche le istituzioni saranno portate a una riflessione approfondita sui modelli di sviluppo: dovremmo privilegiare l'equilibrio e l'integrazione tra settori complementari. Per la Valle d'Aosta ciò significa, oltre al turismo, cultura, agro-alimentare, sport, trasporti sostenibili. Fondation Grand Paradis è nata in fondo da questa intuizione, possiamo certamente aiutare uno sviluppo digitale e green, nel solco del piano europeo NextGenerationEU. Anche la nostra capacità di gestire progetti europei è una risorsa quanto mai preziosa, negli anni a venire».

Il vostro territorio come si sta preparando alla ripresa? C'è più sinergia tra gli attori, pensate sia necessario fare maggiormente sistema, dotarsi di più managerialità... ?

«La poca presenza di manager è un tallone d'Achille del nostro territorio e nelle imprese familiari è in atto un passaggio generazionale non sempre facile. Stanno però emergendo giovani capaci, con idee interessanti, e il nostro territorio ha tutte le caratteristiche per attirare i nuovi lavoratori smart».

E la vostra azienda, in particolare?

«Abbiamo le idee e la flessibilità necessarie a concretizzare politiche pubbliche ambiziose, senza i vincoli eccessivi della Pubblica Amministrazione, ma con il medesimo scopo di realizzare bene comune. Fondation Grand Paradis deve essere come il lievito, far crescere il territorio in cui opera e in generale la nostra regione».

Come vi aspettate che sia la domanda, i clienti... nell'immediato e nel prossimo futuro?

«Aspettiamo il ritorno dei tanti amici che portano la Valle nel cuore: loro sono i nostri migliori testimoni, dobbiamo ascoltarli e dare loro voce. Saranno più attenti alla sicurezza, chiederanno più attenzione e qualità. Certo, senza il turismo straniero è molto difficile recuperare i fatturati del passato e riprendere a crescere».

Sostenibilità, digitalizzazione... sono opportunità e come?

«Sono una grande opportunità e Fondazione ne è concreto testimone. La sostenibilità è una scelta da sviluppare con coerenza, anche a costo di qualche rinuncia. Non possiamo puntare soltanto a investimenti fisici – anche se speriamo di avere finalmente una ferrovia moderna! – servono infrastrutture leggere, digitali ed eco-sostenibili. La prospettiva dello smart working può essere una vera fonte di rinascita per i piccoli borghi, fino a poco tempo fa isolati: vivere in montagna senza perdere il contatto con il mondo è un'esperienza straordinaria di vita. Io stessa ho trascorso quest'anno quasi 200 giorni nella mia baita a 2.000 m., senza una strada d'accesso, risolvendo i problemi più vari, ma lavorando senza sosta e godendo di una natura impareggiabile».

Insomma, come si immagina il turismo in Italia e per l'Italia da qui a cinque anni?

«Mi aspetto tanti turisti quante sono le peculiarità del nostro Paese, che sono davvero tante. Il turismo dei prossimi anni si forma dalla convivenza tra abitanti e visitatori, esce dai confini temporali delle stagionalità classiche, richiede personalità eclettiche e creative. E un grande rispetto della nostra natura e della nostra cultura. D'altra parte, il motto del Gran Paradiso Film Festival è "Whatever it takes! Nature, Culture Europe"».

TAG: [LUISA VUILLERMOZ](#) [FONDAZIONE GRAN PARADISO](#)