

LUCIO TRUCCO

Guida Alpina
 Presidente delle Guide del Cervino (2002-2014)
 Tecnico del Soccorso Alpino e unità cinofila
 Gestore Rifugi (Rif. Teodulo e Rif. Guide del Cervino)
 Imprenditore settore turistico

IDEE E PROPOSTE PROGETTUALI

Introduzione

La Regione Autonoma Valle d'Aosta ha la necessità di sviluppare un approccio strategico basato sulla guida attraverso una chiara visione imprenditoriale.

Si tratta di un'opportunità di cui da tempo si sente l'esigenza ma oggi più che mai, anche alla luce delle recenti situazioni sanitarie e sociali legate alla pandemia Covid, diviene elemento di valore per l'attuazione di efficaci politiche di sviluppo.

La presenza di una Guida Alpina in Consiglio Regionale permette di portare un contributo importante a più livelli: dalla cultura della montagna, alla tutela dell'ambiente e sicurezza, fino al contributo per lo sviluppo turistico e la gestione di situazioni di emergenza in tempi ottimizzati e più efficienti.

Azioni

Creare sinergie per fare sistema è l'azione macro che crea i presupposti fondamentali per la valorizzazione della Regione a vantaggio dello sviluppo del territorio, dell'offerta e dei servizi, nonché dell'indotto dei differenti comparti.

Per traguardare obiettivi a breve e medio termine abbiamo infatti bisogno di azioni strategiche e tattiche, che possano essere risposte efficaci per essere flessibili adattandosi al cambiamento e sfruttandolo per generare risultati concreti e tangibili.

Di seguito alcuni punti sintesi delle principali azioni d'intervento:

➤ Soccorso, elisoccorso notturno e sistema sanitario

Obiettivo: diminuire debito e produrre ricavi.

Aumentare l'eccellenza del Soccorso passando da centro di costo, con entrate limitate, a una forma di centro ricavi che permetta di essere autosostenibile e consenta lo sviluppo.

La necessità è definire un modello di business e di servizio proponendo una forma assicurativa scalabile, in funzione a presenza sul territorio in grado di garantire a turisti e residenti assistenza sanitaria fino in ospedale.

➤ Strategia di gestione impianti a fune post Covid

Obiettivo: gestione crisi stagione invernale 2020/21

L'impatto del Covid sulla stagione invernale 2020/21 porterà ad un calo sostanziale delle presenze di turisti stranieri.

Anticipare questa criticità impone di adottare una strategia di sviluppo in grado di sostenere il momento trasformandolo in opportunità.

La proposta è quella di applicare per la stagione Inverno 20/21 una tariffa fissa sull'acquisto dello stagionale regionale, che dovrebbe attestarsi attorno ai 300€, e che sia in grado di tragguardare i seguenti obiettivi:

1. Attrarre e stimolare i turisti a scegliere VdA, sostenendo la promozione con una campagna marketing dedicata
2. Creare indotto su tutto sistema turistico regionale, grazie anche al ritorno dei turisti sul territorio
3. Generare una crescita costante potenziale, grazie all'applicazione anche per le stagioni successive di una politica promozionale (ad esempio applicazione di tariffe differenti in funzione al periodo nel quale viene acquistato lo stagionale. Prima viene acquistato più il prezzo sarà competitivo)
4. Creare liquidità per le stazioni sciistiche e, grazie al cash flow, lavorare ad una pianificazione di eventuali investimenti

➤ Marketing e Turismo

Obiettivo: adottare delle strategie di comunicazione e marketing evolute e di riposizionamento della Regione Autonoma Valle d'Aosta.

Sviluppare una strategia di sviluppo sostenibile che punti su un turismo di qualità.

Questa visione intercetta anche i più recenti cambiamenti di comportamento e nuovi bisogni dei turisti legati allo scenario Covid e post Covid e che sono alla ricerca di nuovi valori nei quali identificarsi quali ad esempio la consapevolezza ambientale, il contatto con la natura rifuggendo l'overtourism, la garanzia di sicurezza e soprattutto l'utilizzo di del digitale come principale media.

Questo contesto rafforza trend turistici già in atto che puntano a ritrovare se stessi e immedesimarsi in esperienze uniche ed esclusive legate a la qualità dell'esperienza turistica sul territorio e lo sviluppo di un turismo sostenibile.

Per raggiungere gli obiettivi la necessità è adottare dei modelli di promozione legati al marketing e comunicazione principalmente digitali.

Inoltre un'ulteriore azione è la creazione di un evento in grado di posizionare la nostra Regione per il suo impegno verso la sostenibilità ambientale parlando a un pubblico internazionale e generando l'amplificazione della notorietà e a sua volta attrazione sui flussi turistici.