

Montagna dolce

Per migliorare la qualità dell'offerta di appartamenti turistici in Appennino la Provincia punta sulla creazione di un marchio di qualità. Una sorta di "club di prodotto" al quale potranno accedere solamente i proprietari che accettano di adottare determinati comportamenti e soprattutto di garantire ai turisti uno standard qualitativo elevato.

Il progetto è inserito nel piano di marketing turistico che è stato approvato dal Consiglio provinciale. Hanno votato a favore la maggioranza (Ds, Margherita), contro Fi, An, e Ccd, astenuti Lega nord e Rc.

Il documento contiene le strategie sul turismo della Provincia che saranno applicate nei piani di settore, in particolare quello della promozione e comunicazione turistica e negli interventi strutturali sulla ricettività.

Una parte importante del piano è dedicata, ovviamente, alla montagna dove il settore turistico ha un impatto economico rilevante. Si parla della crisi del turismo montano a livello nazionale e della necessità di un rilancio promozionale dell'idea della vacanza in montagna che sarà realizzato utilizzando lo slogan "Appennino, montagna dolce".

"Dove dolce significa - ha affermato Mario Lugli, assessore provinciale al Turismo - una nuova idea della montagna, facile da raggiungere, tranquilla, dotata di tutti i confort e capace di soddisfare le esigenze dei turisti che appaiono sempre più specifiche e personalizzate, dalle diverse tipologie del turismo sportivo a quelle legate alla storia e alla cultura fino all'enogastronomia".

Nel piano si parla anche di sviluppo delle forme di ricettività originali come locande, alberghi diffusi, agriturismi e, appunto, il club di prodotto per gli



appartamenti che per Lugli "rappresentano una risorsa da sfruttare meglio che deve migliorare al pari dell'offerta alberghiera sulla quale in questi anni abbiamo investito ingenti risorse".

Come si legge nel piano, gli appartamenti nella montagna modenese non sono promossi con efficacia, hanno un tasso di occupazione basso e spesso non offrono servizi adeguati. Per questo la Provincia vuole offrire ai gestori una nuova opportunità di essere presenti sul mercato.

Nel corso del dibattito i consiglieri di FI, An e Ccd hanno motivato il voto contrario giudicando il piano "inadeguato ai gravi problemi del turismo modenese". In particolare Tomaso Tagliani (Ccd) ha accusato la Provincia di privilegiare l'alto Appennino "trascurando il medio basso Appennino e realtà turisticamente importanti come Serramazzone e Guiglia". ❖

turismo

Verso un club di prodotto per l'appennino modenese. Appartamenti doc per un "appennino, montagna dolce"

