



INTERVISTA AL MUNICIPALE STEFANO MAURIZIO, RESPONSABILE DEL DICASTERO TURISMO «L'aumento delle presenze dimostra che si lavora bene Ma noi puntiamo soprattutto alla qualità dell'offerta»



di STEFANO BARBUSCA

I numeri dimostrano che per il turismo in Bregaglia c'è una costante crescita. Ma al responsabile del dicastero del Turismo Stefano Maurizio abbiamo chiesto di concentrare l'attenzione anche su altri aspetti, dai progetti agli obiettivi passando per le possibili criticità.

Signor Maurizio, i dati sui pernottamenti del 2021 sono positivi e lo sviluppo negli ultimi è costante. Quali sono le sue valutazioni?

Come responsabile del dicastero del Turismo posso affermare che questa tendenza fa piacere. Dimostra ciò che è stato fatto e che si lavora bene. Ma non sono da sottovalutare i fattori

esterni che hanno influito su questa tendenza e che sono difficilmente influenzabili, come per esempio l'attuale pandemia, che ha portato più persone in valle, specialmente nel 2020.

In ogni caso è importante sfruttare questa tendenza positiva per consolidarla. Tanta gente ha scoperto la Bregaglia in questo periodo. È importante che abbiano avuto un'esperienza positiva e che tornino, portando altri visitatori in valle.

Al di là dei numeri, come valuta la situazione del turismo in Bregaglia?

Tendenzialmente penso che si stia sviluppando in modo positivo. Per esempio, considerando Maloja, negli anni scorsi due strutture importanti come il Maloja Palace e il Maloja Kulm hanno ripreso le loro attività e creano sempre più pernottamenti. Inoltre, senza nulla togliere a quello che è stato fatto in passato, a livello operativo e strategico nell'organizzazione turistica ci sono stati dei cambiamenti che hanno portato a nuovo

dinamismo. È importante rimanere attivi e innovativi. Il potenziale di sviluppo in questo ambito è ancora grande ed è importante non regredire, ma crescere a piccoli passi.

Il nuovo preventivo del Comune ha reso inevitabili dei tagli al settore turistico. Secondo lei questo comporterà delle conseguenze?

Chiaramente ci sono state delle conseguenze. Si è valutato comunque dove i tagli avrebbero fatto meno male. Si è preferito non toccare il personale, ma di ridurre i costi del marketing. Per questo motivo si è cercato un responsabile per i progetti avviati negli ultimi due anni, per portare avanti questi lavori. La Commissione del turismo ritiene che al momento sia importante creare nuove attività, siccome agli ospiti bisogna proporre un'offerta variegata e qualitativamente buona. Questa, alla fine, è la miglior pubblicità. Non miriamo a un turismo di massa, ma moderato e

Il Grigione Italiano

Il Grigione Italiano
7742 Poschiavo
081/ 844 01 63
<https://www.ilgrigioneitaliano.ch>

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 3'125
Erscheinungsweise: wöchentlich



Seite: 6
Fläche: 42'556 mm²

Auftrag: 1015977
Themen-Nr.: 276.007

Referenz: 83354248
Ausschnitt Seite: 2/2

di qualità. Comunque anche il marketing non va trascurato, anche se l'effetto che produce è difficilmente quantificabile.

Quali sono i suoi auspici per il futuro e quali progetti dovrebbero essere prioritari?

Per il futuro auspico una maggiore consapevolezza da parte di coloro che operano nel turismo, in primis anche dalla popolazione. Una destinazione forte e funzionale non dipende solamente dal lavoro svolto dall'organizzazione turistica, ma specialmente da chi opera in questo ambito e dalla gente della valle. Il turismo è un ramo economico importante e va coltivato insieme. Stiamo cercando di muoverci in questo senso, per esempio l'anno scorso abbiamo coinvolto anche la popolazione e le associazioni per abbellire i nostri villaggi e le nostre fontane. Inoltre stiamo lavorando a un programma di impulso per gli albergatori e forse in un secondo tempo pure per case di vacanza. Riteniamo importante che si investa nelle strutture ricettive, aumentando e mantenendo una buona qualità. A causa dei tagli comunali questo progetto è stato rimandato di un anno, ma sfruttiamo questo periodo per finalizzare la proposta.

Quest'anno partirà pure la Marca Bregaglia, che mira a dare una maggiore visibilità ai prodotti della valle e a promuovere la collaborazione tra i produttori. Collegato al Bregaglia Shop e a diversi mercati in cui saremo presenti, specialmente nella Svizzera tedesca, ci aiuterà a fare conoscere il marchio, e quindi pure la nostra bella valle, al di fuori di quest'ultima.