

Il Consorzio al World Travel Market: "Ogni piccolo territorio trova il suo spazio nel mondo"

La Valle Maira vola a Londra. E la conquista...

CUNEO

Oltre 180 Paesi rappresentati, 50 mila tour operator accreditati e centinaia di stand: questi gli ingredienti principali del World Travel Market di Londra (WTM), fiera must del settore turistico a cui ha partecipato, dal 4 al 6 novembre, anche il Consorzio Valle Maira tenendo alta l'attenzione sulla bellezza dei suoi paesaggi. Quanto spazio può avere un piccolo territorio, quali le vallate alpine del cuneese, nel mercato internazionale del turismo? Quali punti di forza e quali attrattive può mostrare ad un pubblico di quasi 70.000 business men e aziende di grande risonanza, quali National Geographic, un'area ancora sconosciuta come la Valle Maira? A quali obiettivi si vuole puntare? Sono state queste le domande del Consorzio Valle Maira a Londra. La fiera è stata un'esperienza unica, una vetrina internazionale grazie ad incontri con operatori da tutto il mondo: in poche parole un'occasione imperdibile per promuovere le destinazioni turistiche delle valli cuneesi. Il World Travel Market London si tiene ogni anno a Londra, e la manifestazione dura quattro giorni durante i quali vengono presentate



numerose destinazioni e proposte tecnologie di ultima generazione per ciò che concerne il settore turistico, tutto questo di fronte ad un pubblico specializzato di professionisti italiani ed europei. Per i partecipanti al WTM, la presenza alla manifestazione è sinonimo di vantaggio competitivo grazie alla possibilità di essere continuamente aggiornati sulle ultime notizie riguardanti lo sviluppo del settore. I rappresentanti del Consorzio Valle Maira, parlando dalla loro partecipazione, sottolineano come il WTM di Londra sia stato un evento stimolante e fonte di nuove idee per far conoscere le nostre

valli: "Abbiamo conosciuto professionisti da tutte le nazioni con i quali condividere progetti interessanti e la profonda passione per il settore del turismo. Le luci, i colori, la musica, i profumi che provenivano dagli altri stand, da culture così distanti e sotto alcuni aspetti così simili, fanno capire come ogni piccolo territorio trovi il suo spazio nel mondo, con le sue particolarità e le sue unicità da valorizzare". Uno degli impegni principali del Consorzio è proprio quello di promuovere il turismo incoming verso la Valle Maira, una destinazione che gli inglesi hanno definito "hidden gem" dopo aver visionato la presentazione digitale creata appositamente per le prossime fiere e workshop. Il tema del turismo slow sta gradualmente acquisendo una sempre maggiore fetta del mercato globale e sempre più turisti si spostano verso strutture o destinazioni eco-sostenibili, a basso impatto sociale e ambientale, lontane dal sovraffollamento delle masse. È proprio su questo punto di forza che la Valle Maira ha sempre puntato, e continua a puntare ancora adesso, proponendosi in chiave moderna ma con vecchi principi. Alla fiera WTM la nostra valle si è presentata a circa 40

operatori turistici da tutto il mondo, con predominanza dagli UK, Germania, Francia, Svizzera, e USA, in gran parte Travel Media, Travel Blogger, Giornalisti Freelance, e Tour Operator Incoming, la maggior parte specializzati nel settore Slow Tourism, Green Travel o Turismo Familiare, instaurando così rapporti diretti con i diversi possibili canali di promozione della destinazione. Il riscontro è stato sicuramente positivo, gli operatori non immaginavano l'esistenza di un luogo simile in Italia, abituati perlopiù a sentir parlare principalmente di Roma, Venezia, Firenze, e altre destinazioni di turismo di massa. Il messaggio del Consorzio è stato chiaro: "Vogliamo prolungare la stagionalità per aumentare il flusso turistico incoming mantenendolo sostenibile a livello ambientale e sociale; siamo una destinazione di nicchia, dove la montagna va ancora conquistata, e per questo puntiamo ad un turismo di qualità piuttosto che di quantità". Ora non resta che prepararsi per la prossima fiera in programma, la Bitesp (Borsa Internazionale del Turismo Esperienziale, dal 25 al 27 novembre 2019) di Venezia.

Giulia Beltritti

In breve

Sport e inclusione alla CRC

CUNEO

La Fondazione CRC nell'ambito del Programma Salute e Benessere sostiene da anni la realizzazione di progetti volti a promuovere la qualità della vita delle persone e il loro benessere psico-fisico. Per questa ragione nel 2019 ha previsto la realizzazione di un nuovo bando denominato "Sport e inclusione" volto a favorire la coesione di bambini e ragazzi attraverso la pratica sportiva. Il bando si pone come obiettivo quello di favorire l'integrazione sociale di bambini e giovani in condizione di fragilità mediante la realizzazione di progetti specifici nell'ambito sportivo. Il bando, con scadenza prevista per il 18 novembre 2019, vuol far sì che lo sport sia uno strumento e non un fine per creare una comunità coesa e nuova. Non si finanzieranno progetti rivolti solamente alle categorie fragili, ma idee che prevedano la partecipazione anche di soggetti normodotati: è questa la vera novità dell'iniziativa, l'intenzione cioè di connettere i ragazzi attraverso l'elemento fondamentale del dialogo reciproco. Non dunque un progetto a compartimenti stagni, bensì un'idea sperimentale che vuole unire l'aspetto sportivo e quello sociale insieme.