

DELIBERA N. 38 DEL 06/04/2022

VERBALE DI DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA COMUNALE

Oggetto: CONSORZIO CERVINO TURISMO - APPROVAZIONE "PROGETTO 2022-2024 PER LO SVILUPPO TURISTICO DEL COMPRENSORIO DEL CERVINO BREUIL-CERVINIA/VALTOURNENCHE" E DISPOSIZIONI IN ORDINE ALLA QUOTA FUNZIONALE 2022.

L'anno 2022 addì 06 del mese di aprile alle ore 10:45 nella sala della Giunta, presso la Sede comunale, convocato per **CONVOCAZIONE DEL SINDACO**

Sotto la presidenza di MAQUIGNAZ JEAN ANTOINE

Sono intervenuti i seguenti Assessori:

MAQUIGNAZ JEAN ANTOINE	Sindaco	Presente
MAQUIGNAZ NICOLE	Vice Sindaco	Presente
CICCO ELISA MAILA	Assessore	Presente
PASCARELLA RINO	Assessore	Presente
VALLET LUCA	Assessore	Presente
VUILLERMOZ CHANTAL	Assessore	Presente

Totale Presenti: 6

Totale Assenti: 0

Assiste alla seduta il Segretario Comunale, REY RENÉ.

Il Presidente, riconosciuta legale l'adunanza, dichiara aperta la seduta esponendo l'oggetto suindicato, essendo all'ordine del giorno.

PROPOSTA DI DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA COMUNALE
PREDISPOSTA DA: Area Amministrativa

Oggetto: CONSORZIO CERVINO TURISMO - APPROVAZIONE "PROGETTO 2022-2024 PER LO SVILUPPO TURISTICO DEL COMPRESORIO DEL CERVINO BREUIL-CERVINIA/VALTOURNENCHE" E DISPOSIZIONI IN ORDINE ALLA QUOTA FUNZIONALE 2022.

LA GIUNTA COMUNALE

RICHIAMATI:

- la deliberazione di Consiglio comunale n. 57 del 29/10/2012, recante ad oggetto “*Progetto per il rilancio turistico del comprensorio di Breuil-Cervinia/Valtournenche – Deliberazione di indirizzo*”;
- la deliberazione di Consiglio comunale n. 65 del 05/12/2012, recante ad oggetto “*Adesione al consorzio "Cervino Tourism Management-Cervino Turismo"*”;
- la domanda di ammissione al Consorzio "Cervino Turismo - Cervino Tourism Management" a firma del legale rappresentante di questo Comune, iscritta al protocollo generale in data 11/12/2012 al n. 18223, redatta e trasmessa in conformità a quanto disposto dall’art. 6 dello Statuto del Consorzio;
- la nota del Consiglio direttivo del Consorzio del 13/12/2012, iscritta al protocollo generale in pari data al n. 18426, con la quale è stata comunicata l’ammissione del Comune di Valtournenche al Consorzio in parola;
- la deliberazione di Giunta Comunale n. 86 del 19/01/2012, recante ad oggetto “*Adesione al Consorzio Cervino Turismo – Sottoscrizione quote strutturali e impegno di spesa*”;
- la deliberazione di Giunta Comunale n. 38 del 27/02/2019, recante ad oggetto: “*Consorzio Cervino Turismo - Approvazione "Progetto 2019-2021 per lo sviluppo turistico del comprensorio del Cervino Breuil-Cervinia/Valtournenche"*”, contenente disposizioni in merito alla la quota funzionale 2019, con la quale è stato approvato l’ultimo progetto 2019/2021;

EVIDENZIATO che:

- l’adesione al Consorzio prevede l’obbligo di versare una quota di funzionamento (cfr. art. 16 dello Statuto consortile) e, per il Comune di Valtournenche, detta quota deve essere almeno pari in valore alle quote strutturali sottoscritte e versate (cfr. art. 18 dello Statuto consortile);
- dette quote funzionali, ai sensi dell’art. 18 dello Statuto Consortile “*hanno vincolo di destinazione esclusiva alle attività di interesse collettivo di cui all’art. 4*”;
- l’importo delle quote strutturali sottoscritte e versate è pari a € 199.940,00 oltre Iva di legge;

CONSIDERATO che, al fine di programmare e condividere con la Giunta comunale le iniziative di promozione e commercializzazione turistica che il Consorzio intende attivare a favore del Comprensorio turistico del Cervino (costituito dalle località di Breuil-Cervinia e Valtournenche), nel rispetto dei vincoli di pubblica utilità di cui allo Statuto consortile summenzionato, a cadenza

periodica il Consorzio propone un documento di programmazione le cui attività sono da finanziarsi con la quota di funzionamento erogata dal Comune di Valtournenche;

RICHIAMATI, in proposito:

- il documento denominato “*Cervino 2015*”, trasmesso dal Consorzio con propria nota del 10/08/2013 iscritta al protocollo generale in data 13/08/2013 al n. 11644/I/12 e depositata agli atti, con il quale si sono definite le azioni di interesse generale che il Consorzio ha finanziato con la summenzionata quota funzionale pubblica per l’anno 2015;
- il documento denominato “*Progetto 2016-2018 per lo sviluppo turistico del comprensorio di Breuil-Cervinia Valtournenche*”, trasmesso dal Consorzio con propria nota del 23/02/2016 iscritta al protocollo generale in data 26/02/2016 al n. 8558/I/16 e depositata agli atti, con il quale si sono definite le azioni di interesse generale che il Consorzio ha finanziato con la quota funzionale pubblica per il periodo 2016/2018;

RITENUTO di:

- approvare il documento denominato “*PROGETTO 2022-2024 PER LO SVILUPPO TURISTICO DEL COMPRESORIO DEL CERVINO BREUIL-CERVINIA VALTOURNENCHE*”, trasmesso dal Consorzio in data 31/03/2022 e iscritto al protocollo generale dell’Ente al n. 4067, qui allegato per costituire parte integrante e sostanziale;
- riconoscere la pubblica utilità delle attività contenute nell’anzidetto progetto, con il quale si definiscono le azioni di interesse generale che il Consorzio intende finanziare con la quota funzionale pubblica per il periodo 2022/2024;
- approvare la richiesta del Consorzio al Comune di Valtournenche per una quota di funzionamento annua pari a € 199.940,00 al netto dell’Iva 22%, che sarà destinata nella sua totalità ad iniziative di interesse collettivo che dovranno rientrare tra le attività sopra descritte;
- incaricare il Responsabile dell’Area amministrativa ad assumere l’impegno di spesa relativamente all’anno 2022 a favore del Consorzio turistico, a titolo di quota funzionale per il finanziamento delle attività proposte;

PRECISATO che gli importi delle quote funzionali relativi agli anni 2023 e 2024 verranno contabilmente impegnati con successivi atti;

VISTI:

- il D.lgs 23 giugno 2011, n. 118 (*Disposizioni in materia di armonizzazione dei sistemi contabili e degli schemi di bilancio delle Regioni, degli enti locali e dei loro organismi, a norma degli articoli 1 e 2 della Legge 5 marzo 2009, n. 42*);
- lo Statuto comunale, nel testo vigente;
- la Legge regionale 7 dicembre 1998, n. 54 (*Sistema delle autonomie in Valle d’Aosta*);
- la Legge regionale del 6 agosto 2007, n. 19 (*Nuove disposizioni in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi*);
- il Regolamento comunale generale sull’ordinamento degli uffici e dei servizi, approvato con deliberazione di Giunta comunale n. 76 del 27/07/2016;
- il Regolamento comunale di contabilità, approvato con deliberazione di Giunta comunale n. 4 del 09/01/2019;

- la Legge regionale 23 luglio 2010, n. 22 (*Nuova disciplina dell'organizzazione dell'Amministrazione regionale e degli enti del comparto unico della Valle d'Aosta.*) e, in particolare, gli articoli 3 (*Funzioni della direzione politico-amministrativa*) e 4 (*Funzioni della direzione amministrativa*);
- la deliberazione di Giunta comunale n. 71 del 30/06/2021, con la quale si approvava il piano delle performance 2020 – 2022;
- la deliberazione di Consiglio comunale n. 2 del 28/02/2022, con la quale si approvavano il bilancio di previsione pluriennale 2022/2024 e il D.U.P.S. (documento unico di programmazione semplificato) per pari periodo;
- la deliberazione di Giunta comunale n. 31 del 16/03/2022, con la quale si assegnavano ai responsabili di servizio le quote di bilancio ai sensi dell'art. 46, comma 5, della L. R. 7/12/1998, n. 54 e dell'art. 169 del D.lgs. 267/2000;

VISTI:

- il parere favorevole espresso dal Responsabile del servizio competente per materia in ordine alla regolarità tecnica della proposta di deliberazione, ai sensi dell'art. 33, comma 3, dello Statuto comunale;
- il parere favorevole espresso dal Responsabile dell'Area contabile in ordine alla regolarità contabile della proposta anche in merito alla sua copertura finanziaria, nell'ambito dei principi di gestione del bilancio per l'effettuazione delle spese, ai sensi dell'art. 49bis, comma 2, della Legge regionale 7 dicembre 1998, n. 54 ed ai sensi del vigente Regolamento comunale di contabilità;
- il parere favorevole di legittimità espresso dal Segretario comunale ai sensi dell'art. 49bis, comma 1, della Legge regionale 7 dicembre 1998, n. 54 ed ai sensi dell'art. 9, lettera d), della Legge regionale 19 agosto 1998, n. 46, così come sostituito dall'art. 6, comma 1, della L.R. 14/2010;

Ad unanimità di voti favorevoli espressi in forma palese,

DELIBERA

Per le motivazioni di fatto e di diritto sopra esposte, che qui si intendono riportate e trascritte per far parte integrante e sostanziale del presente atto

DI APPROVARE il documento denominato "*Progetto 2022-2024 per lo sviluppo turistico del Comprensorio del Cervino Breuil-Cervinia/Valtournenche*", trasmesso dal Consorzio Cervino Turismo - Cervino Tourism Management con sede in Breuil-Cervinia, via Circonvallazione 18 – P.IVA 00672950078, qui allegato per costituire parte integrante e sostanziale del presente provvedimento;

DI RICONOSCERE la pubblica utilità delle attività contenute nel documento denominato "*Progetto 2022-2024 per lo sviluppo turistico del Comprensorio del Cervino Breuil-*

Cervinia/Valtournenche", trasmesso dal Consorzio Cervino Turismo - Cervino Tourism Management;

DI AUTORIZZARE il Segretario comunale, in qualità di responsabile dell'Area amministrativa, all'assunzione dell'impegno di spesa relativo all'anno 2022 e alla successiva liquidazione, previa presentazione di formale istanza da parte del Consorzio, di uno o più anticipi della quota funzionale, entro il limite del 50% dell'importo massimo dovuto di € 243.926,80 al lordo di Iva 22%;

DI RINVIARE a proprio separato atto l'approvazione del rendiconto delle attività di pubblico interesse effettivamente realizzate in coerenza con gli obiettivi definiti nel progetto qui approvato, quale atto prodromico alla liquidazione contabile del saldo della quota funzionale in capo al responsabile di spesa;

DI DEMANDARE al responsabile l'adozione degli atti conseguenti necessari a dare corretta attuazione amministrativa e contabile a quanto qui disposto;

DI TRASMETTERE, a mezzo dell'Ufficio di Segreteria, la presente deliberazione:

- al Consorzio Cervino Tourism Management, per opportuna conoscenza e per tutte le operazioni di propria competenza;
- al Segretario comunale ed all'ufficio di ragioneria, per quanto di propria competenza.

Approvato e sottoscritto con firma digitale:

Il Sindaco
MAQUIGNAZ JEAN ANTOINE

Il Segretario Comunale
Dott. REY RENÉ

PROGETTO 2022-2024 PER LO SVILUPPO TURISTICO DEL COMPRENSORIO DEL CERVINO BREUIL-CERVINIA VALTOURNENCHE

Siamo giunti con questo progetto ad una nuova proposta di collaborazione fra il Consorzio Cervino Turismo ed il Comune di Valtournenche. Una collaborazione proficua, che ha permesso di svolgere innumerevoli attività a beneficio dell'immagine turistica del nostro comprensorio, di portare nel mondo il Cervino, di intrattenere i nostri ospiti abituali e di invogliarne di nuovi a visitarci per la prima volta.

OBIETTIVI DA PERSEGUIRE E RISULTATI ATTESI

Il comprensorio di "Breuil-Cervinia Valtournenche" rappresenta da sempre, per i praticanti e gli amanti della Montagna e dello sci alpino in particolare, una destinazione d'eccellenza in Italia e in Europa.

L'altitudine media del comprensorio sciistico, la conseguente lunghezza della stagione sciistica, l'ampiezza del "*domaine skiable*" (circa 360 km di piste tra Italia e Svizzera) e la presenza del Cervino, una delle montagne più belle e conosciute al mondo, fanno di "Breuil-Cervinia Valtournenche" la destinazione preferita da migliaia di appassionati provenienti da ogni parte del mondo.

Nello specifico, il lungo periodo di apertura degli impianti di risalita, da fine ottobre alla prima settimana di maggio e oltre, la possibilità di praticare lo sci estivo e i weekend di apertura eccezionali in primavera rendono il ghiacciaio di Plateau Rosà una meta ambitissima e "leader" per la neve.

Vi è poi una stagione estiva di circa 2 mesi e mezzo, caratterizzata da innumerevoli attività praticabili e da panorami incredibili, che tuttavia è caratterizzata da tassi di riempimento inferiori.

L'annualità ai piedi del cervino è caratterizzata dall'alternanza di settimane di bassa, media e alta stagione, e dunque ne consegue una necessità di differenziare i target di prezzo, di clientela e di obiettivi da perseguire. Inoltre, la particolarità di destinazione, ovvero la coesistenza al suo interno di due località diverse (Breuil-Cervinia e Valtournenche), rende ancor più indispensabile questo lavoro di segmentazione degli ospiti.

Si stanno consolidando i trend relativi a chi sceglie le nuove formule di ospitalità rese possibili dal web, che aumentano la capacità ricettiva del comprensorio, ma rendono più complesso il governo dei fenomeni e pertanto richiedono monitoraggio e attenzione.

L'apertura, prevista per l'autunno 2022, del collegamento funiviario tra Plateau Rosà e il Piccolo Cervino (Matterhorn Alpine Crossing) renderà disponibile all'utenza un prodotto turistico nuovo e straordinario: la possibilità di andare (e tornare) da Breuil-Cervinia a Zermatt senza sci, attraversando con gli impianti uno dei paesaggi montani più belli al mondo.

L'organizzazione di un "Grand Opening" di Coppa del Mondo di sci di discipline veloci tra fine ottobre e i primi di novembre, a partire dal 2023, darà ancora più lustro al comprensorio, che si appresta così a diventare uno dei più importanti del panorama mondiale.

INVERNO

La presenza di turisti stranieri durante l'inverno è predominante (circa l'80% del totale) soprattutto nei mesi da dicembre a marzo, così come, nel periodo in questione, è importante il ruolo dei tour operator, soprattutto inglesi e del nord Europa, che negli ultimi anni hanno anche scelto, sia a Valtournenche che a Cervinia, di acquistare intere strutture, un segno tangibile del loro interesse.

Gli ospiti italiani invece, sempre meno inclini a vacanze settimanali, se non nelle canoniche vacanze scolastiche, sono più orientati a soggiorni "*short-break*" e non intermediati.

È in crescita la possibilità di praticare attività diverse dallo sci alpino, così come la richiesta di servizi benessere (spa, massaggi, yoga), che vengono proposti in particolare dalle singole strutture ricettive.

ESTATE

Per quanto riguarda l'estate emerge invece una forte predominanza di clientela italiana unitamente alla bassa percentuale di clientela intermediata. Si denota negli ultimi anni una sostanziale crescita dei turisti stranieri, che iniziano a conoscere il comprensorio anche come destinazione estiva, nonostante la mancanza di voli charter da alcuni paesi target.

A differenza della stagione invernale, dove lo sci è l'attività principe, nella stagione estiva si possono individuare 4 prodotti di punta che caratterizzano l'offerta del comprensorio: trekking/alpinismo, sci estivo, mountain-bike e golf. Questi si affiancano all'attività di "villeggiatura relax", scelta invece dalla clientela meno attiva, ma interessata alla montagna come opzione di svago e riposo.

AZIONI

Alla luce delle analisi effettuate, vanno valutate quindi una serie di azioni che hanno come scopo il raggiungimento di un numero ampio e segmentato di obiettivi, definibili anche in concerto con un eventuale futuro piano marketing e che si possono riassumere nei punti di seguito indicati.

- * Continuare a consolidare i rapporti in atto con i **tour operator stranieri** già presenti in località e con i quali molte strutture alberghiere collaborano in modo proficuo da diversi anni, per garantire la prosecuzione dei rapporti e l'eventuale ampliamento dei periodi di presenza in loco, purtroppo anche vincolati dalle decisioni delle compagnie aeree.
- * Coinvolgere **nuovi operatori esteri**, anche su nuovi mercati, laddove possibile in particolare per la stagione estiva, pur considerando i posti letto della località non permettono di attivare un numero elevato di nuove collaborazioni per l'alta e richiestissima stagione invernale. Tentare delle collaborazioni con i tour operator che hanno acquistato strutture in loco e monitorare quanto avviene per le possibili nuove aperture.
- * Promuovere in modo specifico **l'avvio e la coda di stagione** attraverso mirate azioni pubblicitarie, di intrattenimento, di promozione.

- * Creare **promozioni e pacchetti ad hoc**, mirati ad incrementare le presenze nei periodi considerati più “deboli”.
- * **Fidelizzare la clientela italiana** attraverso azioni specifiche nei periodi preferiti dai nostri connazionali e che vadano incontro alle richieste, sempre più diffuse, di “vacanza breve” e immaginare un coinvolgimento dei proprietari di “seconde case”.
- * Coinvolgere i media attraverso un’azione coordinata di **ufficio stampa**. Per quanto sia uno degli obiettivi più ardui da raggiungere, sarebbe importante coordinare ancora maggiormente l’attività di comunicazione nazionale ed internazionale. Sarebbe auspicabile avere un unico referente per la comunicazione, evitando di disperdere le risorse con soggetti differenti in loco che fanno lo stesso lavoro (per esempio Cervino SpA).
- * Promuovere e commercializzare **attività complementari al “prodotto sci”** durante la stagione invernale, pur garantendo allo sci ampia visibilità. Incentivare pertanto in loco la pratica di sport invernali alternativi quali lo sci alpinismo, lo sci di fondo, le ciaspolate, il nordic walking, il freeride, il pattinaggio/curling e il parapendio con gli sci ai piedi, anche come alternative in caso di avversità atmosferiche.
- * Sviluppare e promuovere i **prodotti estivi**, anche grazie alla collaborazione dei soggetti direttamente coinvolti, quali Guide Alpine, Maestri di Sci, di Mountain-Bike, accompagnatori della natura e Golf Club. Proseguire con le attività di test a prezzo promozionale o addirittura simbolico.
- * Diffondere fra gli operatori locali i **modelli di cultura turistica al passo coi tempi**, sull’esempio di quanto fatto dai principali competitors, tramite corsi, educational ed eventualmente anche attraverso visite di altri comprensori.
- * Coordinare sul territorio le iniziative necessarie allo sviluppo degli **obiettivi previsti dai piani turistici regionali** e contemporaneamente implementare le iniziative specifiche necessarie alla destinazione, per garantirle il giusto rilievo nel contesto valdostano.
- * Perseguire gli obiettivi di **identificazione-partnership con Zermatt (Matterhorn-Cervino)**, anche attraverso lo sviluppo di nuovi progetti europei e transfrontalieri.
- * Incentivare e finanziare percorsi formativi rivolti agli **operatori turistici del comprensorio**, anche attraverso la collaborazione con istituzioni locali.
- * Aumentare la visibilità del territorio nel **mondo digitale, web e “social”** avvalendosi della collaborazione di professionisti del settore, per proseguire nel trend positivo di posizionamento e sentiment positivo.
- * Pianificare e supportare l’**organizzazione di manifestazioni** ed eventi in loco, con il duplice obiettivo di attrarre flussi supplementari di turisti (soprattutto in estate) e di aumentare la visibilità del comprensorio sui media.

- * Rendersi disponibili quale punto di riferimento per ottimizzare il **sistema dei trasporti** locali ed i collegamenti da/per i principali aeroporti internazionali.

MERCATI DI INTERVENTO E SEGMENTI DI DOMANDA INTERESSATI

I mercati ai quali la destinazione potrà rivolgersi nella pianificazione delle azioni sopra descritte sono i seguenti:

- * Italia
- * Estero (mercati consolidati e di prossimità)
 - Regno Unito, Scandinavia, Russia, Francia, Svizzera, Belgio, Spagna, Paesi Bassi, Paesi dell'est (Polonia, Lituania...), Germania.
- * Estero (paesi lontani)
 - Giappone, Stati Uniti, Sud America (Brasile in particolare), Sud Africa.
- * Estero (mercati da "esplorare")
 - Cina (alla luce delle prossime Olimpiadi Invernali), India, Emirati Arabi.

Le azioni future prevedono innanzitutto l'eventuale integrazione di questi mercati con altri target che dovessero risultare interessanti per il prodotto "Breuil-Cervinia Valtournenche".

Si coinvolgeranno poi nelle azioni concrete sia il pubblico che gli operatori specializzati, mediante il web e le nuove tecnologie.

Si prevede di monitorare strettamente l'evoluzione dei mercati individuati, in quanto le evoluzioni politico-economiche sono ormai repentine e continue.

AZIONI PROGRAMMATE, LORO DURATA E MODALITA' DI SVOLGIMENTO

Per il perseguimento degli obiettivi sopra indicati sono state individuate le azioni di seguito illustrate.

CONSULENZE ESTERNE

Saranno valutate eventuali collaborazioni con consulenti esterni che possano apportare un valore aggiunto derivante da una particolare e comprovata competenza su alcuni mercati o su specifiche aree di intervento.

Nello specifico i settori interessati potranno essere i seguenti:

- mercati esteri (commercializzazione, rapporti con tour operator, iniziative promozionali, ufficio stampa);
- attività di ufficio stampa;
- analisi di mercato e consulenze strategiche;
- web e social media marketing;
- organizzazione eventi;
- reperimento fondi attraverso la partecipazione a specifici bandi tematici;

Come obiettivo ci si deve prefissare non soltanto tutto quanto già evidenziato (immagine di montagna tutto l'anno, aumento della varietà di prodotti offerti, offerta di "esperienze", segmentazione della clientela), ma anche l'aumento di redditività d'investimento (aziende e immobili) e una migliore estetica urbana e del "doposci".

Tutto ciò attraverso un sistema turistico integrato e gestito professionalmente, dove anche grazie alla partecipazione e alla collaborazione degli operatori, si possa passare dalla promo-comunicazione ad un marketing potente ed integrato.

MATERIALI PROMOZIONALI E DI IMMAGINE

- * Depliant specifici per promuovere i prodotti principali del comprensorio, con particolare attenzione alla clientela già presente in loco. A questo proposito viene evidenziata l'importanza del materiale informativo relativo al trekking e alle escursioni estive.
- * Locandine informative con la descrizione degli eventi in programma da distribuire sul territorio.
- * Servizi fotografici e riprese video, realizzati da professionisti, per arricchire ed aggiornare costantemente l'archivio immagini della località.
- * Gadget logati che possano essere distribuiti gratuitamente o venduti alla clientela del comprensorio, anche attraverso le strutture ricettive o le attività commerciali.

COMUNICAZIONE OFF-LINE

- * Attività di ufficio stampa svolta con la collaborazione professionale di un'agenzia specializzata nel settore che opera a livello nazionale. L'azione ha come obiettivo il coinvolgimento dei media tramite il lancio di periodici comunicati stampa che evidenziano principalmente le offerte promo-commerciali, oltre che le novità e le iniziative del territorio. L'attività di ufficio stampa è annuale.
- * Pubblicità tabellare e redazionale sui media nazionali, carta stampata e tv, in periodi ben definiti dell'anno per promuovere pacchetti e offerte "short break" pensate per il mercato italiano.
- * Coordinamento immagine e logo di località tra i diversi attori del turismo, su web, pubblicità e pubblicazioni.
- * Organizzazione periodica di viaggi stampa per giornalisti nazionali e/o stranieri con lo scopo di far conoscere loro le potenzialità del territorio ed ottenere una conseguente visibilità sui media.

COMUNICAZIONE INTERNA TRA CONSORZIATI E ATTORI DEL TURISMO DI LOCALITA'

- * Attività di comunicazione e informazione a mezzo di periodiche e-newsletter e/o altri mezzi volta ad informare sulle attività del progetto turistico.

COMUNICAZIONE ON-LINE

- * Attività a 360° di aggiornamento e posizionamento del sito www.cervinia.it con riferimento alle sezioni ricettività, eventi ed attività dello stesso in accordo con la Cervino SpA.
- * Promozione pacchetti "sotto data".
- * Gestione dei social network ufficiali di località.
- * Programma di profilatura dell'utenza, anche attraverso la tenuta di un database capace di restituire informazioni utili all'analisi della clientela.

- * Dare visibilità all'offerta turistica del comprensorio per utenti potenzialmente interessati.
- * Valorizzazione online del territorio con l'obiettivo di estensione del periodo tradizionale di vacanza.
- * Management della comunicazione digitale, digital PR, cura delle informazioni in real time, crisis management. Supporto alle strutture e al territorio in caso di flessione di presenze. Coordinamento con le campagne offline e traditional media. Supporto strategico e valutazione tattica dei risultati.
- * Profilatura degli utenti su territori tradizionalmente e/o potenzialmente produttivi. Attraverso le analisi di benchmark gli utenti interessati al territorio vengono individuati con l'obiettivo di tracciare le loro ricerche e spostare la loro attenzione dai luoghi che frequentano verso il nostro territorio.
- * Individuazione all'interno delle varie community, o comunque nella rete, degli utenti che parlano sia del nostro territorio, sia delle attività che vi si possono compiere, ma che possono essere svolte anche in altri luoghi. Il fine è "convincerli" a parlare di noi e per noi, per fare in modo che si possa portare attenzione e traffico verso i nostri canali di comunicazione.

FIERE, WORKSHOP

- * Partecipazione alle più importanti fiere del settore in Italia e in Europa, con particolare attenzione a quei mercati considerati fondamentali per il prodotto neve e per i prodotti estivi precedentemente elencati (trekking, mountain bike, golf).
- * Partecipazione a specifici workshop con l'intento di coinvolgere nuovi tour operator con i quali avviare nuovi rapporti di collaborazione, inizialmente su richiesta. Questa modalità di incontro consente inoltre di raggiungere i nuovi attori quali blogger, oltre a pubblico ed operatori.

ORGANIZZAZIONE DI CORSI E SEMINARI FORMATIVI

- * Particolare attenzione sarà rivolta alla formazione degli operatori del territorio, titolari e dipendenti di strutture ricettive e attività commerciali. Verranno organizzati periodicamente seminari e corsi di formazione con la collaborazione di docenti universitari e professionisti dei settori interessati. E' indubbio che alla base del successo di una destinazione ci sia la qualità delle competenze a tutto tondo di cui dispongono gli operatori turistici. In una destinazione ben gestita, gli imprenditori e i loro più diretti collaboratori sono in grado di interpretare le tendenze emergenti e le attese dei loro clienti, conoscono le caratteristiche dei principali mercati e sanno gestire i differenti canali commerciali, sono esperti di tecniche di comunicazione 'tradizionale' e di nuova generazione, sono capaci di controllare i risultati e di costruire un piano per il futuro, costruiscono partnership efficaci con concorrenti e altre aziende della filiera, sono capaci di interagire con i clienti coinvolgendoli e facendo loro vivere un'esperienza da raccontare, sono efficienti nella gestione operativa dei servizi di ristorazione, di prenotazione, di ospitalità e molto altro ancora. Si tratta, a ben vedere, tanto di competenze di carattere manageriale, legate alla gestione delle aziende e allo sviluppo di innovazione, quanto di competenze di carattere operativo, legate allo svolgimento delle singole attività nel settore turistico e dell'ospitalità.

Occorre costruire programmi di formazione e occasioni di apprendimento che possano avere contenuti sia di carattere manageriale, sia di carattere operativo, tentando di superare la barriera

numerica dovuta al lavoro stagionale che rende difficile la programmazione di un'agenda condivisa fra tutti i vari operatori.

OSPITALITA' VARIE

- * Le ospitalità in loco si rendono necessarie al fine di realizzare le iniziative illustrate, nello specifico per quanto riguarda:
 - viaggi stampa;
 - blog tour;
 - organizzazione eventi e manifestazioni;
 - realizzazione riprese video e servizi fotografici;
 - servizi o trasmissioni TV;
 - "eductour" operatori;
 - docenti e professionisti per formazione o consulenze.

REALIZZAZIONE DI PARTNERSHIP

- * A guardare con attenzione alle destinazioni turistiche non dovrebbe passare inosservato che il più grande patrimonio di cui dispongono, che in un certo senso è una misura della loro potenzialità economica, è rappresentato dal portafoglio clienti in termini di numero di visitatori e di mercati geografici di provenienza.
Vorremmo cercare di costruire delle forme di partnership interessanti per entrambe le parti, in una logica 'win-win', nelle quali la destinazione apre il proprio portafoglio clienti ai soggetti interessati ai medesimi target. Per contro, le aziende contattate potrebbero, per esempio, sponsorizzare delle iniziative o dei prodotti che migliorano la qualità del sistema di offerta, connotare la destinazione con la forza del loro brand già affermato, aprire a loro volta il proprio portafoglio clienti alla comunicazione dei servizi della località. Inoltre, se le partnership dovessero essere in grado di generare interessanti profitti commerciali per le aziende coinvolte si potrebbe anche studiare qualche modalità contrattuale per consentire alla destinazione di trattenerne una parte.
Da questa premessa emerge come la chiave del successo di forme di collaborazione di questo tipo sia trovare il partner giusto e realmente interessato a uno specifico target di clienti e a specifici mercati. Valtournenche e Breuil-Cervinia possono proporre ai potenziali partner una clientela internazionale la cui varietà di provenienza ha pochi eguali nell'arco alpino e questo consentirebbe di attrarre aziende di respiro internazionale.
- * Un discorso a parte va fatto per quanto riguarda i testimonial del comprensorio. Negli ultimi anni il Consorzio ha individuato nei due "Enfants du Pays" Hervé Barmasse e Francois Cazzanelli i soggetti adatti per portare il nome del Cervino nel mondo. Entrambi alpinisti di fama internazionale e guide alpine hanno siglato un accordo di sponsorizzazione che prevede di "indossare" il brand "Cervino Ski Paradise" nonché di ricoprire un ruolo da protagonisti nell'organizzazione, in accordo con la località, di eventi di richiamo per il pubblico e la stampa. Nuove collaborazioni potranno essere considerate anche alla luce delle grandi manifestazioni sportive che il comprensorio ospiterà in futuro.

EVENTI SUL TERRITORIO

- * Una dimensione fondamentale è quella degli eventi che animano la destinazione, che spesso sono l'occasione ideale per lavorare in forma di partnership e che, in ultima analisi, contribuiscono a migliorare il sistema di prodotto, nonché a intrattenere chi soggiorna anche per lunghi periodi.

Gli eventi possono avere natura, dimensioni e obiettivi differenti:

- intrattenere i clienti già presenti in loco per rendere il loro soggiorno più completo e soddisfacente;
- promuovere la località grazie all'importanza e alla visibilità della manifestazione, rafforzando il posizionamento del marchio;
- attrarre nuova clientela incrementando il flusso dei ricavi e l'indotto.

Negli ultimi anni particolare rilievo hanno avuto gli eventi sportivi, i quali possono avere la doppia valenza di fungere da veicolo promozionale sfruttando la loro importanza mediatica (Giro d'Italia e Coppa del Mondo di Snowboard) e di aumentare le presenze turistiche in loco grazie ai pernottamenti degli atleti e accompagnatori. A questo proposito si segnalano le manifestazioni legate ad importanti prodotti turistici del comprensorio, come il golf, la mountain bike e il trekking.

Nei prossimi anni la località dovrà affrontare una sfida ancora più grande: organizzare, insieme ai colleghi di Zermatt, una tappa di Coppa del Mondo di sci alpino di discipline veloci. Il programma prevederà dieci giorni di gare maschili e femminili tra fine ottobre e inizio novembre, in cui il Consorzio assumerà un ruolo fondamentale per quanto riguarda la gestione dell'accoglienza.

INIZIATIVE TRANSFRONTALIERE

- * Con l'apertura nella primavera 2023 di Matterhorn Alpine Crossing, la nuova funivia che collegherà Plateau Rosà al Piccolo Cervino, vedrà la luce una nuova era di collaborazione tra Italia e Svizzera. Il nuovo collegamento creerà i presupposti per la formulazione di proposte turistiche innovative da ideare e sviluppare insieme a Zermatt, soprattutto per la stagione estiva.

Per l'attuazione del programma sopra illustrato, e come stabilito dall'articolo 18 dello Statuto del Consorzio, **si richiede al Comune di Valtournenche il versamento di una quota di funzionamento annua pari almeno a € 200.000,00**, che sarà destinata nella sua totalità ad iniziative di interesse collettivo che dovranno rientrare tra le attività sopra descritte.

Si porgono distinti saluti.

Breuil-Cervinia, 30 dicembre 2021

IL PRESIDENTE
Barbara Zavattaro



PROTOCOLLO GENERALE
N° 4067 del 31/03/2022 11:52

Movimento: Arrivo

Tipo Documento:

Tramite: Mail Ordinaria

Classificazione: 07-08

Oggetto: **PROGETTO 2022-2024 PER LO SVILUPPO TURISTICO DEL COMPRENSORIO DEL CERVINO
BREUIL-CERVINIA VALTOURNENCHE**

Mittenti

Denominazione	Comune di Residenza
CONSORZIO CERVINO TURISMO CERVINO TOURISM MANAGEMENT	VALTOURNENCHE

Smistamenti

In carico a	dal	Data ricev.	Trasmesso da	Smistamento per
Segretario Comunale	31/03/2022		Ufficio Protocollo	COMPETENZA
Ufficio Ragioneria	31/03/2022		Ufficio Protocollo	COMPETENZA
Ufficio Commercio, Pubblici esercizi e Turismo	31/03/2022		Ufficio Protocollo	COMPETENZA
Sindaco	31/03/2022		Ufficio Protocollo	COMPETENZA
Vicesegretario	31/03/2022		Ufficio Protocollo	COMPETENZA

PARERE DI REGOLARITA' TECNICA

Sulla proposta n. 434/2022 del AREA Area Amministrativa ad oggetto: CONSORZIO CERVINO TURISMO - APPROVAZIONE "PROGETTO 2022-2024 PER LO SVILUPPO TURISTICO DEL COMPRENSORIO DEL CERVINO BREUIL-CERVINIA/VALTOURNENCHE" E DISPOSIZIONI IN ORDINE ALLA QUOTA FUNZIONALE 2022. si esprime parere FAVOREVOLE in ordine alla regolarità tecnica ai sensi dell'articolo 33, comma 3 del vigente Statuto Comunale;

Valtournenche li, 05/04/2022

Sottoscritto dal Responsabile
(REY RENE')
con firma digitale

PARERE DI REGOLARITA' CONTABILE

Sulla proposta n. 434/2022 del AREA Area Amministrativa ad oggetto: CONSORZIO CERVINO TURISMO - APPROVAZIONE "PROGETTO 2022-2024 PER LO SVILUPPO TURISTICO DEL COMPRENSORIO DEL CERVINO BREUIL-CERVINIA/VALTOURNENCHE" E DISPOSIZIONI IN ORDINE ALLA QUOTA FUNZIONALE 2022. si esprime parere FAVOREVOLE in ordine alla regolarità contabile attestante la copertura finanziaria della spesa, nell'ambito dei principi di gestione del bilancio per l'effettuazione delle spese, ai sensi degli art. 183 e 184 del T.U. 18 agosto 2000, n 267, dell'art. 49bis, comma 2 della Legge Regionale 7 dicembre 1998, n. 54 e del vigente Regolamento Comunale di Contabilità.

Valtournenche li, 05/04/2022

Sottoscritto dal Responsabile
(REY RENE')
con firma digitale

PARERE DI LEGITTIMITA'

Sulla proposta n. 434/2022 del AREA Area Amministrativa ad oggetto: CONSORZIO CERVINO TURISMO - APPROVAZIONE "PROGETTO 2022-2024 PER LO SVILUPPO TURISTICO DEL COMPRENSORIO DEL CERVINO BREUIL-CERVINIA/VALTOURNENCHE" E DISPOSIZIONI IN ORDINE ALLA QUOTA FUNZIONALE 2022. si esprime parere FAVOREVOLE ai sensi dell'art. 49bis, comma 2 della Legge Regionale 7 dicembre 1998, n. 54, sotto il profilo della legittimità.

Valtournenche li, 05/04/2022

Sottoscritto dal Segretario Comunale
(REY RENE')
con firma digitale

RELAZIONE DI PUBBLICAZIONE

Delibera N. 38 del 06/04/2022

Oggetto: CONSORZIO CERVINO TURISMO - APPROVAZIONE "PROGETTO 2022-2024 PER LO SVILUPPO TURISTICO DEL COMPRENSORIO DEL CERVINO BREUIL-CERVINIA/VALTOURNENCHE" E DISPOSIZIONI IN ORDINE ALLA QUOTA FUNZIONALE 2022..

Attesto che la presente delibera verrà pubblicata all'Albo Pretorio di questo Comune per quindici giorni consecutivi e precisamente dal 14/04/2022 al 29/04/2022 ai sensi dell'art. 52 bis della L.R. 07/12/1998 n. 54 e ss.mm.ii. e che la stessa è esecutiva a far data dal primo giorno di pubblicazione ai sensi dell'art 52 ter della L.R. 07/12/1998 n. 54 e ss.mm.ii

Valtournenche li, 14/04/2022

Sottoscritta dal Segretario Comunale
(REY RENE')
con firma digitale