

# Canavese e Valli di Lanzo: arriva il passaporto per un soggiorno di gusto

Pranzo in quota in un rifugio e cena in un agriturismo della tradizione o in un'osteria tipica. Degustazioni di formaggio in cascina, di vino tra i filari a pergola, di liquori direttamente in distilleria. Assaggi di caramelle artigianali multicolori, biscotti realizzati con antiche ricette segretissime, grissini stirati a mano, nocciolini della tradizione, cioccolatini personalizzati, gelato come una volta, salumi, mirtilli, nocciole, birre artigianali, idromele e molto altro.

Non si può visitare un territorio senza assaporare la cucina della tradizione e scoprire da vicino le eccellenze locali, tra cui le proposte dei numerosi Maestri del Gusto, i produttori di vini della selezione TorinoDOC e di formaggi Torino Cheese.

Per questo nasce il **Travel Box Canavese-Lanzo**, una delle azioni messe in atto dalla Camera di commercio di Torino all'interno di una più ampia strategia per il rilancio delle diverse destinazioni turistiche della provincia.

Il Travel Box propone a tutti i turisti una **tariffa promozionale** per un pernottamento di minimo **due notti con colazione** nelle diverse strutture aderenti, dal grande albergo al bed & breakfast familiare, da prenotare sul portale **visit-canavese-lanzo.it**.

Effettuata la prenotazione, tutti i clienti riceveranno in omaggio un **Tasting Passport**, che comprende **6 degustazioni gratuite** di prodotti enogastronomici locali e il **10% di sconto** nei ristoranti aderenti, segnalati su una mappa cartacea o sul

portale. Il Passaporto avrà una validità di 7 giorni dalla data di arrivo. Si prevede di arrivare ad ospitare 1.500 persone nel corso dell'estate tramite questo strumento.

*“Il nostro obiettivo in questo momento è quello di riattivare un’offerta turistica di qualità, coinvolgendo il maggior numero di operatori locali e creando sinergia tra di loro – spiega **Dario Gallina**, Presidente della Camera di commercio torinese. – Dopo le proposte su Torino città, realizzate sul portale [visit-torino.it](http://visit-torino.it), attiviamo oggi nuove opportunità e offerte anche nel Canavese e nelle Valli di Lanzo, territori di eccellenza che hanno molto da offrire in termini di ospitalità, enogastronomia, outdoor e turismo slow per un pubblico di prossimità e non solo”.*

Il progetto è realizzato dalla **Camera di commercio di Torino**, in collaborazione con le associazioni Ascom Confcommercio Torino e ConfesercentiTorino e la partecipazione di Assohotel Confesercenti Piemonte, Federalberghi Torino, GTA – Unione Industriale Torino e i GAL del territorio che insieme hanno elaborato il Piano di Riattivazione e Rilancio Turistico 2021-2023. Inoltre, è sviluppato in sinergia promozionale con Visit Piemonte e Turismo Torino e provincia. Ad oggi aderiscono al progetto 25 strutture ricettive, 22 ristoranti, 35 produttori per degustazioni, ma molti altri si aggiungeranno a seguito dei numerosi contatti avviati. L’offerta è valida per tutto il 2021.

## **Il territorio**

Canavese e Valli di Lanzo sono contraddistinti da verdi vallate, colline ricche di vigneti, laghi, parchi, riserve naturali e tipici paesaggi alpini di grande fascino. Qui, oltre a praticare numerose attività outdoor, dalle più adrenaliniche alle più tranquille, è anche possibile scoprire

le eccellenze gastronomiche della tradizione piemontese e assaporare i gusti più genuini e autentici. Non manca un'offerta culturale di qualità, tra castelli e dimore antiche ricche di storia.

---

## **La situazione del comparto extralberghiero all'Assemblea di Agriturist Alessandria**

Una situazione ancora tutt'altro che rosea è quella emersa dall'Assemblea di Agriturist Alessandria che si è tenuta ieri sera in modalità on line tra i soci dell'associazione che si occupa del comparto extralberghiero di Confagricoltura.

Dopo i saluti agli intervenuti, il presidente provinciale e titolare di Podere La Rossa di Morsasco (AL) Franco Priarone e il presidente regionale titolare di Tenuta Fiscala Lorenzo Morandi hanno evidenziato le principali criticità del momento e le azioni mirate dell'associazione per la ripresa del comparto duramente colpito dalla pandemia.

I due Presidenti provinciale e regionale hanno commentato: *“La diminuzione del numero di prenotazioni e presenze, sia per quanto riguarda il pernottamento che la ristorazione, è evidente, anche se esistono alcune realtà più fortunate che hanno potuto continuare a lavorare come chi ha camere o alloggi vicini ad aziende e città con clientela business. Altri agriturismi hanno addirittura chiuso per gran parte della stagione autunnale e invernale. La stragrande maggioranza confida nelle presenze di turisti italiani ma anche stranieri a partire da adesso e per tutta l'estate, visto l'andamento epidemiologico e quello vaccinale”.*

Il direttore provinciale di Confagricoltura Cristina Bagnasco ha poi dato lettura dei bilanci (consuntivo e preventivo).

Si sono passate in rassegna, poi, tutte le iniziative associative: la campagna promozionale “Riparti naturalmente. Riparti con noi” presente sui social e sul sito provinciale , creata appositamente per il rilancio del comparto in questa situazione di emergenza con foto scattate negli agriturismi associati; un’ulteriore opportunità a sostegno del settore agroalimentare è l’iniziativa “L’agricoltura a domicilio”, la campagna specifica di Confagricoltura Alessandria che promuove, attraverso i siti internet associativi, i social Instagram e Twitter ed il passaparola, le aziende agricole e agrituristiche associate che consegnano prodotti a casa del consumatore; infine, si è parlato di fattorie didattiche, forse le maggiormente e duramente colpite dall’emergenza sanitaria per la sospensione delle attività didattiche extrascolastiche. Per loro Agriturst sta realizzando un progetto legato all’opuscolo didattico “Scatta il verde, vieni in campagna”, che sarà presentato al pubblico tra qualche tempo.

*“Offriamo luoghi incontaminati, attività in campagna accompagnate da cibo e vino ottimi. Questa caratteristica ha consentito alle nostre imprese di diventare un segmento importante dell’offerta turistica italiana, consentendoci di partire avvantaggiati. Occorre però – ha dichiarato Priarone – cogliere l’occasione e incrementare questo potenziale, guardando alla sostenibilità delle aziende, all’innovazione, alla digitalizzazione e alle infrastrutture. Inoltre, la pandemia sta cambiando le abitudini: il lavoro in smart working è sempre più frequente, per cui perchè non in campagna tramite i servizi di ‘Holiday working’ degli agriturismi?”.*

*“Agriturst intende coinvolgere i turisti, ponendo l’accento sul valore della vacanza in campagna, luogo che permette relax, ampi spazi all’aria aperta e cibi di qualità locali” ha concluso Morandi.*

---

# La situazione del comparto extralberghiero all'Assemblea di Agriturist Alessandria

Una situazione ancora tutt'altro che rosea è quella emersa dall'Assemblea di Agriturist Alessandria che si è tenuta ieri sera in modalità on line tra i soci dell'associazione che si occupa del comparto extralberghiero di Confagricoltura.

Dopo i saluti agli intervenuti, il presidente provinciale e titolare di Podere La Rossa di Morsasco (AL) Franco Priarone e il presidente regionale titolare di Tenuta Fiscala Lorenzo Morandi hanno evidenziato le principali criticità del momento e le azioni mirate dell'associazione per la ripresa del comparto duramente colpito dalla pandemia.

I due Presidenti provinciali e regionali hanno commentato: *“La diminuzione del numero di prenotazioni e presenze, sia per quanto riguarda il pernottamento che la ristorazione, è evidente, anche se esistono alcune realtà più fortunate che hanno potuto continuare a lavorare come chi ha camere o alloggi vicini ad aziende e città con clientela business. Altri agriturismi hanno addirittura chiuso per gran parte della stagione autunnale e invernale. La stragrande maggioranza confida nelle presenze di turisti italiani ma anche stranieri a partire da adesso e per tutta l'estate, visto l'andamento epidemiologico e quello vaccinale”*.

Il direttore provinciale di Confagricoltura Cristina Bagnasco ha poi dato lettura dei bilanci (consuntivo e preventivo).

Si sono passate in rassegna, poi, tutte le iniziative associative: la campagna promozionale “Riparti naturalmente.

Riparti con noi” presente sui social e sul sito provinciale , creata appositamente per il rilancio del comparto in questa situazione di emergenza con foto scattate negli agriturismi associati; un’ulteriore opportunità a sostegno del settore agroalimentare è l’iniziativa “L’agricoltura a domicilio”, la campagna specifica di Confagricoltura Alessandria che promuove, attraverso i siti internet associativi, i social Instagram e Twitter ed il passaparola, le aziende agricole e agrituristiche associate che consegnano prodotti a casa del consumatore; infine, si è parlato di fattorie didattiche, forse le maggiormente e duramente colpite dall’emergenza sanitaria per la sospensione delle attività didattiche extrascolastiche. Per loro Agriturst sta realizzando un progetto legato all’opuscolo didattico “Scatta il verde, vieni in campagna”, che sarà presentato al pubblico tra qualche tempo.

*“Offriamo luoghi incontaminati, attività in campagna accompagnate da cibo e vino ottimi. Questa caratteristica ha consentito alle nostre imprese di diventare un segmento importante dell’offerta turistica italiana, consentendoci di partire avvantaggiati. Occorre però – ha dichiarato Priarone – cogliere l’occasione e incrementare questo potenziale, guardando alla sostenibilità delle aziende, all’innovazione, alla digitalizzazione e alle infrastrutture. Inoltre, la pandemia sta cambiando le abitudini: il lavoro in smart working è sempre più frequente, per cui perchè non in campagna tramite i servizi di ‘Holiday working’ degli agriturismi?”.*

*“Agriturst intende coinvolgere i turisti, ponendo l’accento sul valore della vacanza in campagna, luogo che permette relax, ampi spazi all’aria aperta e cibi di qualità locali” ha concluso Morandi.*

---

# Turismo post-covid, Confindustria Piemonte: nuove risorse UE e come investirle

Prosegue il percorso intrapreso a luglio scorso con la presentazione del Position paper di indirizzo strategico dell'industria del turismo in Piemonte, frutto del lavoro del gruppo di ricerca che aveva individuato quattro filoni tematici – la Domanda che evolve e le Strategie; I Costi, gli Investimenti e le Risorse; le Norme; la Comunicazione.

L'appuntamento di oggi – **Turismo: nuove risorse UE e competitività del territorio** – promosso da Confindustria Piemonte, Federturismo, Intesa Sanpaolo, Unioncamere Piemonte e Regione Piemonte, approfondisce l'aspetto delle risorse UE per investimenti e progetti coerenti con le linee strategiche prioritarie dell'Unione Europea, con particolare focus sulle relazioni tra politiche di sviluppo territoriale e industria del turismo.

Cinque i punti sostanziali emersi dai lavori:

□A fronte dell'attuale situazione di emergenza, è essenziale definire strategie di medio-lungo termine  
La trasversalità della filiera

Le risorse sono disponibili: occorre mettere in campo una progettualità innovativa per destinare gli investimenti in modo efficace

Il tema della comunicazione resta fondamentale, ma resta ancora molto lavoro da fare

L'interazione dei tre sistemi – istituzioni, imprese e banche – crea un valore aggiunto imprescindibile

«Se a luglio il settore era già stato messo duramente alla prova dall'emergenza sanitaria – ha commentato in apertura dei lavori il Presidente della Commissione Industria del Turismo di Confindustria Piemonte **Federico De Giuli** – oggi con le nuove restrizioni alle attività imposte dal governo le difficoltà sono ancora più drammatiche, così come la necessità immediata di risorse per la sopravvivenza delle imprese. Superata questa fase, però, occorrerà cambiare passo e rivoluzionare la logica della distribuzione dei fondi, mirando a progetti che siano centrati sugli assi strategici dettati dall'Europa, Green Deal e digitale. Auspichiamo si imponga un concetto di industria del turismo intesa come filiera, dall'accommodation alla formazione manageriale, dalla digitalizzazione ai trasporti.

Dobbiamo quindi ragionare su due orizzonti temporali: nel breve termine, i prossimi due anni, la priorità è il superamento dell'emergenza; nel frattempo, bisogna elaborare strategie di medio-lungo termine, trasformando servizi e organizzazione in funzione di un mercato che sarà sicuramente diverso. Massima attenzione poi a non perdere le opportunità di traino dei grandi eventi, ATP Finals e Olimpiadi Milano-Cortina 2026».

«Il turismo sarà di gran lunga il comparto economico più colpito dagli effetti della pandemia, per questo la sua ricostruzione deve essere in cima alla lista delle nostre priorità – ha dichiarato la Presidente di Federturismo Confindustria **Marina Lalli** – A chiusura del 2020 si prevede che il settore turistico subirà una perdita in termini economici di 65 miliardi di euro, pertanto, sono necessarie forme di ristoro e occorre pensare alla filiera del turismo nel suo complesso, con nuove importanti misure e con l'aiuto dell'Ue.

Tra Recovery fund, Mes e Sure l'Europa ha messo a disposizione dei Paesi oltre mille miliardi e solo per l'Italia ne sono in arrivo 270. È inoltre di questi giorni l'erogazione da parte



della Commissione europea di 10 miliardi al nostro Paese a sostegno della cassa integrazione. È quindi di cruciale importanza progettare bene l'utilizzo del Recovery fund scongiurando il rischio che ne beneficino solo alcuni settori.»

«La Regione ha stanziato 40 milioni per il comparto turistico attenuando in questo modo gli effetti delle chiusure che hanno colpito il settore in maniera drammatica – ha evidenziato l'Assessore Cultura, Turismo e Commercio della Regione Piemonte **Vittoria Poggio** – Siamo ben consapevoli che questo è soltanto il primo passo a cui ne seguiranno altri con la programmazione del piano di riconversione delle attività, che ha l'obiettivo di far atterrare in nuovi fondi europei a partire dal 2021».

«Il turismo è un prodotto economico a tutti gli effetti – ha sottolineato il Presidente della Camera di commercio di Alessandria-Asti, **Gian Paolo Coscia** – Lo è da tempo su scala italiana, lo sta diventando anche per il Piemonte, ove produce un indotto di oltre 7 miliardi di euro, con una tendenza in costante crescita. L'opportunità di risorse europee per il settore turistico, oggetto del convegno di oggi, non può e non deve essere mancata soprattutto in questa fase emergenziale.

Cerchiamo di evitare ogni tentazione assistenzialistica e cogliamo l'opportunità delle risorse per rilanciare dalla base la competitività delle imprese turistiche piemontesi in un turismo cambiato forse per sempre. Digitalizzazione in primis, ma anche attenzione ai temi della sostenibilità, della sicurezza. Su questi temi, le Camere di commercio sono pronte a fare la loro parte».

**Teresio Testa**, Direttore regionale Piemonte, Valle d'Aosta e Liguria Intesa Sanpaolo: “Quando in piena emergenza Covid-19 Intesa Sanpaolo ha avviato le misure straordinarie a sostegno dell'economia, sul settore turistico-ricettivo ha subito concentrato un'attenzione particolare condividendone l'urgenza

con tutte le principali associazioni di categoria e organizzazioni imprenditoriali del segmento.

Tra i primi interventi, l'istituzione di un plafond dedicato per la liquidità e l'incremento della moratoria fino a 24 mesi, in linea con le aspettative di ripresa più lunghe del settore e con l'obiettivo di mettere in sicurezza le imprese. Non appena è stato possibile, abbiamo esteso la moratoria anche ai clienti di UBI Banca, quindi a circa 20.000 ulteriori operatori.

In questi mesi il Gruppo ha erogato al settore oltre 3 miliardi di credito ed ha perfezionato quasi 37.000 richieste di moratoria sui finanziamenti per un ammontare del debito residuo di circa 4,8 miliardi di euro".

Come rilevato dalla Direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo, la crescita del settore turistico piemontese negli ultimi 15 anni è stata evidente. Dal pre-Olimpiadi invernali di Torino 2006 le presenze turistiche in Piemonte sono aumentate del 46%, un tasso di crescita doppio rispetto alla media italiana.

Nel 2020 la pandemia di Covid-19 ha causato una brusca frenata alla filiera, già in leggero rallentamento dall'anno precedente. Il danno si presenta rilevante per l'economia turistica piemontese. Tuttavia il Piemonte, anche in questo contesto, ha potuto far leva su alcune caratteristiche che hanno consentito alla regione di non essere tra le più impattate in Italia.

In primo luogo una destagionalizzazione marcata delle presenze, soprattutto per quanto riguarda gli italiani, grazie ad un territorio ricco e variegato, sostenuto dall'ampio patrimonio artistico ed enogastronomico. In secondo luogo il turismo di prossimità molto sviluppato che, in questo momento in cui gli spostamenti devono essere ridotti al minimo, non può essere che un vantaggio.

Il Piemonte è la prima regione italiana per turismo intraregionale e, considerando i territori italiani e stranieri confinanti, si arriva al 47% delle presenze. Occorrerà però vincere le nuove sfide che il contesto pone con evidente accelerazione: migliorare il marketing digitale e rivisitare l'offerta turistica in chiave di sostenibilità, riqualificando anche le strutture.

---

## **Agriturismo Alessandria: negli agriturismi saltano le feste e diminuiscono le cerimonie**

Dopo una boccata d'ossigeno estiva con prenotazioni discrete sia per la ristorazione che per il pernottamento, gli agriturismi della provincia di Alessandria sono di nuovo in uno stato di allerta.

Una dopo l'altra arrivano le disdette o i rimandi per cerimonie laiche e religiose: dal battesimo, al primo compleanno, dai diciottesimi alle feste di laurea, dagli addii al nubilato e celibato agli anniversari di matrimonio.

E se la cautela nella realizzazione di eventi e nei

festeggiamenti di ricorrenze familiari era prima dettata dal sentire personale, adesso la lista dei “non realizzabili” si allunga parecchio con i recenti DPCM che pongono limiti e divieti a tutto ciò che è convivialità.

*“Non diciamo di sottovalutare l’andamento crescente dei contagi e dei ricoveri da Coronavirus – sottolinea il presidente regionale di Agriturist, Lorenzo Morandi – riteniamo però che i parametri distanziamento e sicurezza nell’agriturismo sono stati e saranno garantiti maggiormente rispetto ad altri tipi di strutture di accoglienza. Vorremmo che il pubblico se ne accorgesse e valutasse con attenzione questa soluzione per le cerimonie”.*

La preoccupazione degli operatori di Agriturist è che si riproponga una situazione assurda vissuta a maggio in cui vitto e alloggio erano permessi nelle strutture alberghiere, ma non in quelle extra alberghiere.

*“In questi giorni abbiamo sentito più volte i nostri associati e tutti manifestano lo stesso pensiero: l’agriturismo è una realtà duramente provata da questa pandemia. Invitiamo comunque tutti ad un forte senso di responsabilità attraverso la sensibilizzazione al rispetto del distanziamento, all’uso delle mascherine e all’igiene delle mani”* afferma il direttore di Confagricoltura Alessandria Cristina Bagnasco.

*“Le fattorie didattiche sono un’altra faccia della multifunzionalità in campagna, anch’essa duramente provata. Totalmente inattive la scorsa primavera per la chiusura delle scuole, contavano su una stagione migliore con la ripresa dell’anno scolastico, ma il Decreto del 13 ottobre ha vietato fino al 13 novembre lo svolgimento di uscite didattiche a ogni ordine e grado d’istruzione. Inoltre, l’ultimo decreto del 18 ottobre fa riferimento ai trasporti scolastici. Contiamo solo sulle uscite domenicali delle famiglie, garantendo l’offerta formativa tramite il nostro opuscolo ‘Scatta il verde, vieni in campagna’ reperibile sul sito [www.agrituristmonferrato.com](http://www.agrituristmonferrato.com)”*

commenta il presidente di Agriturist Alessandria Franco Priarone.

Infine, a prescindere dai decreti restrittivi emanati, è la tendenza sempre crescente a non uscire di casa che preoccupa fortemente l'associazione agrituristica.

---

## **Montagna, si punta su turismo, agricoltura, enti locali**

Turismo, agricoltura ed enti locali: sono questi i capisaldi della strategia della Regione per il rilancio delle zone montane piemontesi. Lo ha spiegato l'assessore regionale alla Montagna, che in Terza commissione ha illustrato le materie di competenza contenute nel Documento di economia e finanza regionale (Defr) 2021-2023.

L'estate post-Covid appena trascorsa, ha dimostrato un grande interesse per le montagne piemontesi, che hanno registrato anche un incremento delle presenze turistiche.

L'intento è quello di migliorare la situazione nelle nostre vallate. Il 43 per cento del territorio piemontese è montano, e coniuga le realtà che possono contare su un turismo d'eccellenza dedicato, come quello invernale, con quelle che puntano sul paesaggio per via dei parchi.

L'assessore ha spiegato che la Legge regionale 14 del 2019, oggi finanziata, è lo strumento per garantire i servizi essenziali nelle Terre Alte e la tutela del patrimonio artistico, culturale e paesaggistico, e che la linea d'azione

regionale si svilupperà appunto sulle tre direttive turismo, agricoltura ed enti locali.

Per il primo ambito, sarà sempre più strategico il ruolo dei Gal, enti composti da soggetti pubblici e privati con lo scopo di favorire lo sviluppo dei territori. In ambito agricolo si farà molto affidamento sugli specifici obiettivi del nuovo Piano di sviluppo rurale (Psr), mentre la garanzia dei servizi essenziali (in primo luogo trasporti, scuole, assistenza sanitaria e connessione) è fondamentale per contrastare lo spopolamento e favorire il ritorno in montagna anche dei giovani.

Approfondendo l'argomento della connessione alla rete, l'assessore ha poi affermato che attualmente solo il trenta per cento dei territori montani è coperto: recentemente un intervento del presidente della Giunta regionale ha sollecitato Tim e Telecom a potenziare il servizio per poter affrontare nuovi scenari come la telemedicina.

Si proseguirà ancora con i progetti transfrontalieri come Alcotra (il cui acronimo si riferisce a Alpi latine cooperazione transfrontaliera), anche per l'utilizzo dei Fondi europei. Infine, l'assessore ha anticipato l'iniziativa delle cosiddette "botteghe dei servizi", ovvero i classici negozi di montagna che si trasformano anche in punti di informazione per mettere in comunicazione gli abitanti e i turisti con gli enti locali, proprio nell'intento di ottimizzare i servizi.

---

## **Nasce a Torino l'APP gratuita**

# per il turismo sostenibile che rispetta il distanziamento fisico

Da oggi il turismo, declinato nelle sue accezioni più innovative e attuali – **digitale, sostenibile e di prossimità** – saluta l'uscita di **CityAround**, la nuova applicazione tecnologica, progettata dalla società torinese **Panorami Elettronici** insieme a **Synesthesia**, la nota Digital Experience Company, per diventare *“il navigatore ufficiale del tuo tempo libero”*.

Si tratta di una vera e propria porta digitale che con un semplice tocco sul tuo *smartphone* ti consente di accedere ad una vasta scelta di tour tematici cittadini e outdoor, da percorrere a piedi o in bicicletta.

Senza dover compiere ricerche interminabili ed estenuanti, in modo assolutamente immediato ci si trova immersi nel patrimonio paesaggistico e culturale della città e qui poter ricevere un'infinità di contenuti multimediali, dedicati ai punti di interesse incontrati lungo il percorso, ma non solo.

Infatti, la caratteristica distintiva di **CityAround** è quella di permettere l'organizzazione del proprio tour in totale autonomia e soprattutto nel rispetto del distanziamento fisico come richiesto dalle attuali norme per il Covid-19.

Il ventaglio dei circuiti disponibili nella neonata *app* è davvero ampio e fornisce diverse opzioni tra cui scegliere, offrendo nello specifico:

- **Circuiti Turistici** attraverso cui conoscere da vicino le bellezze cittadine come il Tour panoramico del Centro, il Tour del Quadrilatero Romano, la Passeggiata Fotografica Lungo Po, il Parco del Valentino, la Vista

più bella della Città e i Musei Cittadini.

- **Circuiti Tematici**, pensati apposta per scoprire la storia, la cultura e la vita urbana della città: Torino Barocca, Torino Liberty, Torino Letteraria, Risorgimento e Unità d'Italia, Città del Cinema, il Lato Oscuro di Torino, Caffè Storici, Murales del Quartiere Aurora, Sacra Sindone, Residenze Sabaude.
- **Outdoor**, la guida più completa e affidabile dedicata ai principali circuiti outdoor per MBT, escursionismo e le altre attività sportive praticabili in città e provincia, dal *wakeboard* all'arrampicata sportiva.
- **Caccie al Tesoro**, giochi coinvolgenti per portare i bambini ad approfondire la conoscenza con il territorio insieme alla propria famiglia e in modo ludico.
- **Langhe e Monferato**, con tutti i migliori percorsi per esplorare Barolo, Alba, La Morra e dintorni, tra le panchine giganti e le Cantine Sociali.
- **Sagre in Provincia**, con tutti i principali eventi, piccoli e grandi, dove c'è sempre qualcosa da gustare o qualche tradizione locale da scoprire.
- **Eventi** ovvero l'agenda guida con cui navigare nei principali eventi cittadini, evitando ogni problema di assembramento.

Proprio collegandosi a quest'ultimo punto, **CityAround** grazie al **Patrocinio del Comune di Torino** fornirà il servizio di agenda digitale gratuito per tutti gli eventi, previsti dal programma di "**Torino a cielo aperto**". Su questo versante la nuova *app* offrirà un servizio essenziale e innovativo perché sarà il mezzo per coinvolgere grandi numeri di persone nel rispetto del distanziamento, facendo confluire tutti i partecipanti nelle location desiderate, ma in tempi differenti.

In particolare ogni utente, ospite, verrà guidato passo passo dentro l'evento stesso o la manifestazione inserita in **CityAround** tanto da poter rendere possibile la partecipazione



di centinaia o migliaia di persone senza alcun rischio di assembramento.

Inoltre tra le location e le esperienze prescelte sarà possibile avere a disposizione informazioni e contenuti multimediali, fruibili attraverso l'*app* nel modo più semplice possibile, ottenendo al contempo un'esperienza d'intrattenimento piacevole e coinvolgente sempre nel rispetto della sicurezza e del distanziamento.

Per questo **CityAround** vuole essere portavoce del turismo sostenibile e responsabile. “Desideriamo porre al centro della nostra attività – dichiara Alberto Volpe, Amministratore Delegato di Panorami Elettronici – la comunità locale e il suo diritto a essere protagonista nello sviluppo turistico sostenibile e socialmente responsabile del territorio. Il nostro obiettivo è favorire l'interazione positiva tra industria del turismo, comunità locali e viaggiatori”.

**Ultima Avvertenza:** esistono due principali sistemi operativi, ognuno dei quali disponibile in svariate versioni, dove l'azienda produttrice dello *smartphone* interviene ulteriormente nella gestione delle autorizzazioni di sistema (necessarie al funzionamento delle *app*) tanto che spesso si determina un diverso funzionamento anche in apparecchi della stessa marca.

Per avere la garanzia che ciò non si verifichi, invitiamo i cittadini torinesi ad aiutarci, scaricando l'applicazione **CityAround** in versione beta dal link disponibile sul sito e comunicandoci qualsiasi malfunzionamento nell'apposita chat.

A breve sarà pubblicata la versione “definitiva” e tutti coloro che avranno scaricato e testato la versione beta dell'*app* dovranno semplicemente disinstallare l'*app* dal cellulare e scaricare gratuitamente la nuova versione dagli store).

---

# Confindustria Piemonte: turismo post-covid, le strategie per ritartire

Il settore dei viaggi e del turismo è senza dubbio tra quelli che più hanno risentito della pandemia: ora il comparto si ritrova a dover ripartire dopo due mesi di “sospensione” in cui però, si è avviato un processo di riprogettazione: sarà necessariamente un nuovo turismo quello che vedremo prendere forma nel prossimo periodo e che evolverà ancora.

Questo il filo conduttore del Position paper di indirizzo strategico dell’industria del turismo in Piemonte, frutto del lavoro del gruppo di ricerca, promosso da **Confindustria Piemonte** e coordinato dal Presidente della Commissione Industria del Turismo **Federico De Giuli**, che ha riunito tecnici, esperti di settore e destinazione turistica regionale, intervenuti ai lavori del webinar svoltosi oggi, insieme all’Assessore Cultura, Turismo e Commercio della Regione Piemonte Vittoria Poggio, con le conclusioni di **Marina Lalli**, Presidente di Federturismo.

Qual era la situazione pre-Covid? Nel 2018, con un consuntivo di oltre 15milioni di pernottamenti e 5milioni e 200mila arrivi, il Piemonte si posizionava a metà classifica fra le regioni italiane, alla guida del gruppo di centro dopo Veneto, Lombardia, Trentino-Alto Adige, Lazio ed Emilia-Romagna.

La crescita dei movimenti turistici negli ultimi dieci anni aveva registrato una crescita pari a 30,25% dei pernottamenti e 36,44% di arrivi, se pur vi fossero aree del territorio regionale con velocità, caratteristiche e capacità di attrarre

turisti molto differenti fra loro. I mesi estivi si confermano i più importanti per il turismo regionale, attraendo oltre il 60% dei flussi.

Partendo da questi dati, il paper vuole rispondere a un duplice obiettivo: scattare un'istantanea del turismo nel nostro territorio nell'emergenza sanitaria in atto e successivamente disegnare percorsi di rilancio e riposizionamento strategico del settore e della "Destinazione Piemonte" con visione di medio/lungo periodo.

La Regione è stata coinvolta nel progetto e anzi principalmente a essa, oltre che agli operatori turistici, si rivolgono molti dei temi e contributi espressi nella proposta. Ciò che si immagina di offrire è uno o più scenari possibili per indirizzare ed organizzare la ripartenza, ma anche nuovi spunti per reimpostare l'offerta, di prodotti e destinazioni.

Il lavoro degli esperti si è focalizzato su quattro filoni tematici – la Domanda che evolve e le Strategie; I Costi, gli Investimenti e le Risorse; le Norme; la Comunicazione – e ha individuato alcuni nuovi trend di scenario, tra cui:

competizione tra territori e destinazioni turistiche, al posto della tradizionale dimensione soggettiva di mercato;  
nuova targettizzazione del mercato e, almeno per un periodo, crescita del turismo di prossimità;  
importanza crescente di una narrazione promozionale fondata sulla sicurezza e sull'esperienza offerta al turista;  
poche e non tradizionali risorse economiche da utilizzarsi per gli investimenti in sviluppo.

«Il mondo del turismo è duramente messo alla prova da questa emergenza sanitaria, le imprese sono in difficoltà e bisogna essere capaci di traguardare la contingenza e avere fiducia che al più presto ci siano le condizioni per tornare a viaggiare, ha evidenziato Federico De Giuli, Presidente della Commissione Industria del Turismo di Confindustria Piemonte.

Se da un lato c'è bisogno di interventi finanziari urgenti che permettano di non disperdere il patrimonio di imprese e professionalità, dall'altra dobbiamo prepararci a una stagione competitiva e appassionante.

La domanda che abbiamo posto ai ricercatori – continua De Giuli – è di anticiparci alcune possibili tendenze della domanda turistica post-Covid, così da ottimizzare gli investimenti pubblici e privati sul prodotto e sulla sua comunicazione. Il Lavoro è pieno di spunti utili che mettono in evidenza come il territorio piemontese abbia le caratteristiche ottimali per rispondere alle nuove esigenze e che superata la crisi, se avremo il coraggio di innovare, si apriranno importanti opportunità per il settore turistico».

L'Assessore Cultura, Turismo e Commercio della Regione Piemonte **Vittoria Poggio** ha commentato: "Nessuno avrebbe mai potuto aspettarsi l'attuale, improvviso e imprevedibile scenario mondiale disegnato dalla presente emergenza sanitaria, la quale ha poi scatenato, con il più classico degli effetti domino, una susseguente e drammatica emergenza economica e sociale.

Una situazione che ha inevitabilmente stravolto completamente i piani e gli indirizzi programmatici dell'amministrazione regionale in tema di turismo, un settore fondamentale e altamente attrattivo per la nostra regione, nonché in costante crescita e capace di produrre importanti ricadute in altri comparti come quelli della cultura e del commercio, il quale sta patendo fortemente e più di altri gli effetti della pandemia.

Il nostro piano strategico di mandato prevedeva infatti l'ambizioso ma realistico incremento del Pil turistico regionale dal 7.4% al 10%, mentre ora si ipotizza per l'immediato futuro una sua drastica e drammatica caduta, da cui si evincono le fin troppo ovvie e inevitabili conseguenze sul tessuto economico e sociale del nostro territorio.

Pur consci dell'estrema confusione emergente a livello mondiale, della difficoltà di questa nuova sfida e della necessità di una risposta adeguata e soprattutto corale, che veda operare in sinergia tutte le istituzioni politiche, economiche e sanitarie mondiali, viepiù in tema di turismo e di flussi turistici nazionali e internazionali, l'amministrazione regionale, di concerto con i vari enti e rappresentanti turistici piemontesi, ha elaborato un fitto, variegato e straordinario programma di sostegno e di rilancio del turismo regionale, il cosiddetto "Riparti Turismo", il quale sta proprio ora entrando nel vivo e, grazie alla sua cospicua dote finanziaria, comincia a mostrare i primi risultati positivi.

Da questo tavolo di lavoro sono quindi emersi provvedimenti come il Voucher 3x1, che sembra avere un buon successo e piacere molto ai turisti, il Bonus Turismo, che sostiene la ripresa del settore alberghiero ed extralberghiero, una nuova Campagna di promozione e marketing turistico - 'Bellezza singolare', 'Gusto singolare', 'Libertà singolare', 'Spirito singolare' -, per il rilancio dell'intera offerta regionale, declinata per prodotti, target e mercati, e il potenziamento dei Consorzi, delle ATL e delle Proloco presenti sul territorio.

Tutte misure studiate per dare una risposta efficace e concreta all'intera filiera turistica, in quanto la nostra regione vive di turismo e questo piano deve e vuole essere un rilancio dell'immagine e del brand Piemonte, capace di attrarre un numero crescente di turisti grazie ai suoi stupendi e variegati territori, e alle sue bellezze storico-artistiche, architettoniche e naturalistico-paesaggistiche".

«Il turismo alimenta una catena del valore lunghissima – ha dichiarato infine la Presidente di Federturismo Confindustria Marina Lalli – e le ricadute, con l'emergenza sanitaria, si sono fatte sentire anche in tanti altri comparti ad esso collegati. Per uscire da questo vicolo cieco ci metteremo

diversi anni, ma dobbiamo pensare che quello che prenderà forma nel prossimo periodo sarà un nuovo turismo, un cambiamento inevitabile che la pandemia ha solo bruscamente accelerato. L'offerta di prodotti omogenei in diversi territori, il digitale, la formazione, l'attenzione a nuovi stili di vita che mettano al centro il benessere e la sicurezza della persona sono temi cruciali sui quali è diventato indispensabile investire e riprogettare».

---

## **Confartigianato Cuneo, webinar per spiegare alle aziende le potenzialità del “turismo esperienziale”**

Confartigianato Cuneo organizza, giovedì 23 luglio, alle ore 18.30, un webinar gratuito e libero a tutti dal titolo “Il turismo esperienziale artigiano: opportunità per imprese e territorio”.

«Mai come in questo periodo – dichiara Luca Crosetto, presidente territoriale di Confartigianato Cuneo – il connubio tra “artigianato” e “turismo” si rileva fondamentale per rilanciare l'economia locale e nazionale.

Il turismo deve infatti essere considerato, strategicamente, un reale volano di crescita di tanti territori italiani, attuando iniziative che permettano di valorizzare l'offerta turistica legata all'artigianato».

Secondo l'Ufficio Studi nazionale di Confartigianato, siano più di 212mila le imprese artigiane potenzialmente coinvolte nelle attività turistiche, il 15,9% del totale delle imprese.

«In questo ambito – aggiunge Giorgio Felici, vicepresidente territoriale e presidente di Confartigianato Piemonte – si declina il tema del “turismo esperienziale”: turisti che, a lato della classica visita su un territorio, vogliono abbinare attività ed esperienza, non solo sportive, enogastronomiche, culturali... ma anche conoscere e scoprire prodotti ed eccellenze locali.

Il territorio piemontese gode di un altissimo potenziale per quanto riguarda l'offerta turistica; ricordiamo la nomina, nel 2019, di “Regione Best in Travel” da Lonely Planet. Occorre quindi migliorare e favorire un maggior e più strutturale collegamento tra il comparto turistico e il settore delle piccole e medie imprese artigiane, in modo da creare un volano virtuoso per la promozione e lo sviluppo del territorio».

«Fondamentale – commenta Mauro Bernardi, presidente ATL del Cuneese – “fare rete” tra Istituzioni, Enti, Associazioni, mondo della recettività e tessuto economico. Solo costruendo sinergie e programmando nel medio e lungo termini si possono creare i presupposti necessari alla valorizzazione del nostro territorio».

«In questo contesto – spiega Joseph Meineri, direttore generale di Confartigianato Cuneo – abbiamo attivato, una innovativa piattaforma web di e-commerce e promozione delle imprese del territorio per permettere alle aziende artigiane della provincia di Cuneo di raggiungere nuovi clienti e farsi conoscere dai tanti turisti che ogni anno ci visitano. Nel corso del webinar approfondiremo opportunità e strumenti a disposizione delle aziende per rilanciarsi e rilanciare la nostra bellissima provincia Granda».

È possibile assistere al webinar fisicamente nella sala

riunioni di Confartigianato Cuneo (massimo 15 partecipanti) oppure on-line.

---

# **Il turismo in Piemonte non decolla e a soffrirne sono anche le micro, PMI artigiane legate a questo settore**

Il turismo in Piemonte non decolla e a soffrire sono anche le 14.271 micro, piccole e medie imprese artigiane che a questo settore sono legate.

Trasporti, ricettività, ristorazione, agroalimentare, servizi turistici, benessere, intrattenimento, attività ricreative e culturali ma anche artigianato artistico, abbigliamento e calzature; circa il 12% delle circa 117.000 mila realtà artigiane del Piemonte, è coinvolta, direttamente o con l'indotto, nel mercato turistico regionale, e soddisfa le richieste di 15 milioni di presenze.

Tempi duri anche per i 1.876 taxisti del Piemonte iscritti nell'albo dell'artigianato, che hanno visto scendere vertiginosamente il loro giro d'affari.

A livello provinciale l'artigianato piemontese nelle attività turistiche è così suddiviso: Torino 7.402, Cuneo 1.913, Alessandria 1.775, Novara 1.044, Asti 670, Verbano 493, Vercelli 487 e Biella 487.

Sono questi i numeri chiave del dossier "Imprese e valore artigiano in Piemonte", realizzato dall'Ufficio Studi di



Confartigianato, che ha analizzato i comparti piemontesi del turismo e dell'artigianato attraverso i dati Istat e Unioncamere del 2019.

“Le piccole e medie realtà cominciano a percepire gli effetti economici, diretti e indiretti, della paura da Coronavirus, con la conseguente contrazione del giro d'affari – commenta Dino De Santis, Presidente di Confartigianato Torino – e sono fortemente preoccupato per le conseguenze dell'onda lunga che il virus potrà avere sull'economia del nostro territorio”.

“Dai nostri associati – prosegue De Santis – continuiamo a ricevere quotidiane segnalazioni di rallentamenti o assenza di ordinativi, o della mancanza di clienti, soprattutto da quelle attività artigianali legate al turismo”.

“La crisi è profonda e stratificata – continua De Santis – A soffrire sono anche tutte le imprese legate al turismo, ad esempio i taxisti che vedono, inoltre, diminuite le chiamate da parte degli anziani che si muovono poco, per settimane le visite ospedaliere sono state sospese. Anche lo smart working ha penalizzato il trasporto privato: le grandi fabbriche, gli uffici hanno azzerato le riunioni di lavoro, optando per i collegamenti in remoto. Di conseguenza non c'è più la necessità di spostarsi.”

“E' necessario mettere in campo qualsiasi iniziativa per rilanciare l'artigianato locale, – continua De Santis – ovvero mettere al centro della proposta turistica la “piccola” bottega per valorizzare l'autenticità e le bellezze dei nostri territori. Insomma occorre lavorare per scongiurare una possibile fase di “recessione” del nostro territorio”.

“Le aziende chiedono una attenzione straordinaria verso ciò che sta accadendo – conclude De Santis – e interventi concreti per limitare i danni, se contro la paura non è possibile agire direttamente, al contrario si può intervenire per limitare gli effetti negativi sul rallentamento delle attività e della

logistica".