

Egregio signor Presidente,
signore e signori consiglieri comunali, cari colleghi,

Ringrazio il signor Franco Sprugasci per la sua interpellanza.

Nella prima parte dell'atto politico il signor Sprugasci mette sul tavolo numerose tematiche sicuramente molto interessanti che però non vengono riprese nelle domande all'indirizzo del Municipio che vertono invece sulla nuova identità visiva della nostra Organizzazione turistica regionale.

Per evitare un monologo di un'ora sul tema del ruolo di Biasca nelle Tre Valli e sulle scelte della politica cantonale che meriterebbero senz'altro una serata sul tema, mi limito ad informare l'interpellante che il Municipio crede fermamente nel ruolo centrale che Biasca deve e dovrà giocare come Polo delle Tre Valli e continuerà a difenderlo.

Passo ora alle domande che in parte mi sono permesso di raggruppare e che non leggerò con l'ordine proposto dal sig. Sprugasci per praticità.

2. Qual è stato l'iter che ha portato a tale decisione da parte dell'OTR?

È stato creato un gruppo di lavoro con il coinvolgimento di tutti i distretti, sia per quanto riguarda i rappresentanti dei comuni (io c'ero), che per quelli delle diverse categorie.

Ciò è stato fortemente voluto sin dall'inizio proprio per poter coinvolgere tutti e avere il parere e l'opinione di tutti. Il nuovo "naming" è stato accettato all'unanimità.

1. Come viene valutato da parte del Municipio questa nuova denominazione?
3. Come valuta il nuovo logo? Com'è stato scelto? Non si poteva incaricare un'agenzia del comprensorio?

Quando si parla di loghi, penso che la frase "cento teste cento idee" sia azzeccata, inoltre tutti (e mi ci metto anche io) diveniamo esperti in grafica, in marketing, strategie comunicative e quant'altro.

Il nuovo logo saranno i turisti a valutarlo. Il Municipio comunque sostiene il lavoro svolto e il risultato raggiunto.

L'interpellanza è più che legittima e mi permette di fornire alcune precisazioni.

Si tratta di nuovo brand (scusate la terminologia in inglese) e non solo di un logo. Esso racchiude un più ampio concetto di immagine e posizionamento turistico con una chiara strategia.

È importante sottolineare che il nuovo logo, e il nuovo brand in generale, sono utilizzati a scopo turistico, e non politico, e i due modi di comunicare hanno scopi totalmente diversi. Ricordiamo che per esempio la destinazione di Locarno si presenta come "Ascona Locarno" e non come "Ascona, Locarno, Valle Maggia e Valle Verzasca, ecc."

"Bellinzona e Valli" è solamente un nuovo cappello che meglio ci può rappresentare proprio con tutte le nostre peculiarità, poi la comunicazione, i contenuti, le esperienze, i racconti sono adattati in modo da valorizzare ogni angolo del nostro bellissimo comprensorio, nessuno escluso, come è stato sempre fatto. Nel logo sono rappresentati tre simboli che più ci rappresentano e che rappresentano anche Biasca e la Riviera. La scelta poi di essere più "snelli" con il nome è anche una pura questione di comunicazione, soprattutto online, che racchiude anche un discorso di motori di ricerca, keywords, eccetera.

La terminologia Valli non si riferisce solo alla Leventina e alla Valle di Blenio, ma anche alla Riviera (una delle "Tre Valli" citate dall'interpellante)

Inoltre con "Valli" si comprendono anche altre Valli minori (valle Morobbia, valle d'Osogna, valle d'Arbedo, Valle Bedretto, Val Pontirone, Val Camadra, ecc.).

Il concetto di brand è davvero molto più ampio e si potrà avere un'idea migliore solo prossimamente quando saranno concretizzati tutti gli step. Ricordiamoci che stiamo parlando a dei turisti che magari a malapena hanno sentito nominare "Ticino" o se siamo fortunati "Bellinzona", quindi il logo funge anche da "attrattore" per il resto del nostro territorio.

Avendo seguito i lavori, posso assicurare che non si è voluto assolutamente sminuire o minimizzare o dare meno valore assolutamente a nessuno e siamo certi che il nuovo logo rappresenti anche al meglio Biasca e la Riviera.

Per quanto concerne la scelta dell'agenzia, l'OTR su proposta di Ticino turismo ha deciso di allinearsi ad esso (come fatto da Mendrisiotto Turismo). Ciò permette di rafforzare il messaggio promozionale dell'intero territorio e dell'offerta turistica, unificandone l'immagine e la strategia. Per potersi allineare si è dunque lavorato con la stessa agenzia, ciò ha inoltre permesso di avere un risparmio finanziario in quanto l'operazione è stata sostenuta da Ticino Turismo.

4. Sapeva il Municipio che il Pozzon d'Osogna si trova a Biasca?

Il Pozzon di Osogna sul sito è sotto "Biasca e Riviera", quindi non solo Biasca ma la regione "Biasca e Riviera" (una delle 4 sotto regioni della OTR).

5. Sapeva il Municipio che il monastero di Claro si trova ancora nel Distretto di Riviera?

Riguardo al Monastero Claro: istituzionalmente e politicamente è vero che è sotto "Bellinzona" ma geograficamente e territorialmente può ancora essere definito in Riviera.

Da una parte sembra quasi che ci si rimproveri di non dare il giusto valore alla regione "Biasca e Riviera" e dall'altra si rimprovera che un attrattore storico-turistico-culturale venga accreditato alla Riviera quando istituzionalmente è sotto Bellinzona, ma fa parte effettivamente della Riviera. Ad ogni modo può senz'altro essere spostato sotto il cappello Bellinzona vista la segnalazione.

Infine l'interpellanza è l'occasione per informare il legislativo che da luglio presso la stazione sarà aperto un nuovo Info-Point che potrà accogliere al meglio i numerosi turisti che giungono nella nostra regione attraverso i mezzi pubblici e non solo. Questa nuova interessante ubicazione è stata trovata grazie all'intervento del Municipio di Biasca. L'info-Point riprenderà lo stile del nuovo info point di Bellinzona per anche in questo caso avere una coerenza e presenterà la vasta offerta di proposte presenti nella Riviera in Leventina e nella Valle di Blenio.

Stiamo ancora definendo i dettagli, ma molto probabilmente Biasca avrà degli spazi dedicati nei quali promuovere le proprie attrazioni, eventi e altro. Questo, in vista dell'inaugurazione della nuova sala in Casa Cavalier Pellanda nella quale siamo certi potranno essere organizzate numerose proposte interessanti è sicuramente un ulteriore canale promozionale interessante per Biasca. Questo è un ultimo esempio per ribadire che non siamo e non ci sentiamo dimenticati, ma siamo parte integrante di un concetto di promozione della nostra regione che ha un grosso potenziale. In tal senso si può certamente fare meglio, ma riteniamo che la direzione sia quella giusta.

Resto a disposizione e ringrazio per l'attenzione.

Joël Rossetti