

1987

L' accoppiata Pinzolo-Mancina I motivi d' un successo turistico

Il capoluogo della Valle Rendena ha vissuto in questi ultimi anni una profonda rivoluzione pilotata dal Direttore manager dell' Azienda Autonoma di Soggiorno al ritmo di scelte decisive

Se in Italia la voce «automobile» richiama subito alla mente Torino, la FIAT, Gianni Agnelli, in Val Rendena il lemma «turismo» revo- ca tosto Pinzolo, l' Azienda di soggiorno... e Mauro Mancina.

Public relation man d' eccezione, dall' aspetto curato ed il portamento elegante, misurato nel gesto e controllato nella parola, che sceglie ad arte ed usa per colpire ad effetto, ha costruito un «suo» personaggio con pazienza e tenacia, applicando, da manager abile ed attento, le regole classiche dello starsystem..., ed è cresciuto insieme con l' immagine del suo prodotto: Pinzolo.

È pure uomo di fede politica, naturalmente quella vincente per operare con i consensi degli amministratori locali e «centrali».

Metodico, pignolo, non lascia nulla al caso, e nemmeno lascia perdere, dotato di «fiuto» finissimo, occasioni favorevoli alla sua attività o circostanze vantaggiose alla sua professione.

Ci troviamo davanti ad uno di quei rari casi fatti apposta per smentire il vecchio adagio: «Nemo propheta in patria». A differenza del suo compaesano Rodi Mirri, proprio in questi giorni all' onore delle cronache per aver ottenuto a Milano l' Ambrogino d' Oro, il cui talento — come purtroppo è sovente accade — è stato riconosciuto solo lontano da casa sua.

Opera e programma con mentalità tipicamente teutonica, e con lungimiranza. Era partito con l' organizzare una stagione per l' altra, poi era passato a formulare piani annuali, ora pensa a progetti di più ampio respiro, a disegni che presuppongono impegni di almeno tre anni.

Ha anticipato in questo la recente normativa provinciale che regolamenta il settore



Due espressioni colte da Dino Panato, del direttore dell' Azienda di Pinzolo Mauro Mancina

— che volendo operare in termini di seria programmazione, soprattutto nel campo della pubblicizzazione, non ci si possa disancorare da una logica che sappia prevedere impegni e prospettive a lungo termine».

E soggiunge: «Questo fatto, seppur innovativo, non rappresenta per noi un elemento nuovo, in quanto l' impostazione dell' Azienda di Soggiorno di Pinzolo e S. Antonio di Mavignola era già, anche in passato, caratterizzata da un' operatività su progetti ben determinati e oggetto di approfondita ricerca e studio di fattibilità, anche se la loro gestione veniva in parte subordinata alla gestione semestrale prevista dalla legge provinciale n. 54».

Si è imposto degli obiettivi precisi, e siamo

sicuri che li perseguirò: «Abbiamo orientato il nostro impegno e le nostre risorse in tre direzioni: l' interesse a meglio individuare e colpire il potenziale economico di ogni singolo ospite; la necessità di interessare fasce di mercato appartenenti al ce- to medio - superiore e pertanto meno sensibili agli effetti di determinati condizionamenti derivanti dalle attuali esigenze socio - economiche».

L' individuazione di aree di potenziale utenza omogenea ed in grado di recepire l' offerta turistica della nostra zona, sia nell' area nazionale, privilegiando le regioni quali la Lombardia, il Lazio, l' Emilia - Romagna, la Toscana e la Puglia, che europea, quali, in particolare modo, l' area olandese e belga, i Paesi nordici e

scandinavi e l' area tedesca della Ruhr, all' avanguardia nel processo economico e tecnico, e la più industrializzata di tutta la Germania».

Intende rivedere l' archivio fotografico per riproporre una nuova immagine «carica di messaggi turistici più adeguati e significativi» con motivazione ecologica, le feste campestri, 100 mila copie di un nuovo depliant. Vuole metter insieme due nuovi posters ed un opuscolo informativo in tre lingue adatti ad illustrare l' offerta turistica, ambientale, storica e culturale e strutturale di Pinzolo e della Rendena.

Porta avanti il discorso di «Pinzolo informa», elemento sia per i locali, sia per i potenziali ospiti della località. Fa molto affidamento sulla stampa (Sciare, Nevesport, Nuovo Vai,

guide sciistiche), campagne televisive tramite Canale 5, Rete e Italia 1 e su un' ampia serie di iniziative promozione diretta, Roma in galleria Colonna, contatti con CRA, organizzazioni del terzo libero, ecc.

Particolare rilievo viene dato poi alle manifestazioni che si pongono di soddisfare alle esigenze dei numerosi ospiti già acquisiti fra cui spicca la 24h di gran fondo.

Ma del budget fanno parte l' equitazione, tennis, il pattinaggio, gli scacchi, le bocce, le corse campestri, oltre alle escursioni in montagna, alle scalate, alle guide alpine, il corso di scultura in legno, le visite alle opere dei Baschenis, i concerti d' organo, di musica strumentale, l' esibizione di bande musicali, le giornate folk, le giornate ecologiche, le feste campestri, le mostre di vario tipo, gli incontri a tavola, diretti a valorizzare la cucina tipica della Valle Rendena...

È molto critico nei confronti del nuovo Piano Urbanistico. Vuole che le amministrazioni comunali e operatori economici si vendichino con una determinazione il proprio ruolo decisionale quali veri protagonisti delle proprie scelte di sviluppo. Con pieno convincimento — dice — che l' attuale situazione ambientale di tutta la Valle Rendena deve proporsi ancora oggi in una targa e carica di significati tendenti a valorizzare le sue bellezze naturali in termini progressisti di sviluppo non di mortificazione come è avvenuto in occasione del dibattito sulla proposta del nuovo Piano Urbanistico Provinciale.

Con il quale si vorrebbe — afferma — più tutelare l' ambiente mortificare l' economia turistica di tutta la valle che si propone oggi senza concrete va-

