



TURISMO E BIELLEZZA

**Paolo Zegna
 «Imprese: ora
 di investire»**

• Azzoni a pagina 10

INTERVISTA Il leader di Biellezza
**La leva-turismo
 Zegna: crediamoci
 come con Ideabiella**

Biellezza due anni dopo. Anni complicati. Ma di grande attivismo coi primi risultati: dagli itinerari per cicloturisti e per escursionisti promossi con successo alla fiera internazionale di Milano - e accuditi grazie ad un patto col Cai - a una comunicazione più incisiva in partnership con l'Atl con manifesti a raffica tra Milano, Torino con il claim "Naturalmente Biella" e il prossimo lancio nel Canton Ticino «per far conoscere e apprezzare i nostri luoghi come meta turistica». Ma non basta.

Paolo Zegna, presidente della Fondazione Biellezza, fa il punto entrando nel terzo anno di mandato. Partendo con oggi, giorno in cui si presenta l'Academy, priorità numero uno. «Si - dice l'imprenditore prestatore al rilancio del territorio attraverso la mission del turismo - è necessario aiutare ad imparare un mestiere per diventare bravi co-

me gli altoatesini o i valdostani: purtroppo non abbiamo avuto il supporto atteso dalla Regione Piemonte che vede questo nostro tentativo formativo una concorrenza con ITS turismo di Torino. Ma andiamo avanti lo stesso. Parallelamente al corso di laurea in Heritage con l'Università di Torino, che ha come ambizione portare a Città Studi fino a 1500 studenti, avvieremo una dozzina di corsi dell'Accademia dell'ospitalità aperti al territorio ed ai suoi operatori attivi o nuovi. Per fare turismo dobbiamo imparare a essere meno orsi e più accoglienti. Caratteristiche che vanno cambiate per ospitare un turista che non si aspetta certo qui il Monte Bianco o il Lago Maggiore. Creare e gestire strutture nel Biellese può essere un

mestiere: questo è il segnale che vogliamo dare».

Cosa rappresenta il settore turismo oggi nel Biellese?

«Poco, ma non abbiamo indicazioni precise. Abbiamo dati di Atl con Vercelli e Valsesia, non disaggregati. Sappiamo che siamo il fanalino di coda del Piemonte con numeri piccoli che però hanno tenuto nel crollo generale dettato dal Covid. Presto avremo a disposizione i dati di un monitoraggio ad hoc».

Ma l'economia turistica oggi quando pesa?

«Non lo sappiamo precisamente. Ma non c'è cosa migliore che parlare di cose note come, per me, l'Oasi Zegna. Tra diretta e indiretta, l'Oasi ha un'occupazione che è simile a quanto abbiamo co-

me gruppo Zegna nel Biellese per il tessile. Una case history che va presa come sprone: se il Biellese





riuscisse a giocare la partita con l'ambizione che ha avuto per il tessile si potrebbe pensare ad un rapporto uno a uno tra tessile e turismo: perché no?»

Ma - dicono gli esperti - i tempi del turismo sono molto più lunghi per affermarsi...

«Vero, non si fa uno switch dall'oggi al domani. Ma credendoci, con azioni, programmi e obiettivi, convertire un territorio industriale in uno a vocazione turistica è possibile. Servirà però almeno una generazione».

Bellezza nasce nel febbraio 2020 con l'obiettivo di raddoppiare le presenze in 10 anni: da 250 a 500 mila entro il 2030. Ce la faremo?

«Per la precisio-

ne da 267 mila al raddoppio. Obiettivo ambizioso, sarebbe bello raggiungerlo anche prima. Non possiamo permetterci di andare troppo

lenti. Ma per farlo bisogna cambiare: ottenere che un turista oggi "mordi e fuggi", pullman e panino, venga e stia nel Biellese. Per farlo va aumentata esponenzialmente la capacità di accoglienza del territorio. Al di là Oropa, dove bisogna ottimizzare meglio la capacità attrattiva e alberghiera, il resto è residuale e gli investimenti negli ultimi anni sul Biellese per aumentare i posti letto sono stati fatti da imprenditori esterni coraggiosi, ma mai da locali. Dunque è qui che bisogna agire. L'appello che lancio verso gli imprenditori tessili interessati a diversificare, soprattutto quelli giovani che sono sostenuti da una mentalità più aperta, è quello di provare ad investire nella risorsa

nuova che è il turismo con lo stesso coraggio che si ebbe nel tessile».

C'è qualche tentativo in atto?

«Sì, ma senza proclami. Siamo agli albori. Non vedo un territorio che veda e faccia sua questa opportunità».

Parla di privati o istituzioni?

«La parte istituzionale deve agevolare i progetti, ma ci deve essere la parte imprenditoriale che ci crede. C'è il Pnrr, ci sono bandi. Ma bisogna arrivare per tempo e sapere cosa si vuole, essere pronti. Dev'essere un sistema che lavora in sinergia».

Sta avvenendo? Il vostro studio-traino sulla Trossi ha riscosso un grande interesse anche dei Comuni. E' un buon esempio?

«Ci sono operazioni in atto sulla ristrutturazione di borghi, ci sono movimenti per creare vere filiere produttive. L'esempio Trossi, doveroso intervento per migliorare il "biglietto da visita" del Biellese, va mutuato».

Sono i biellesi dunque l'ostacolo?

«Non vedo l'entusiasmo necessario. Resta la frustrazione per lo scetticismo circa il fatto che il turismo non sarebbe la chiave di volta. Piuttosto vale il detto "armiamoci e partite". Per poi magari sorridere sotto i baffi dell'eventuale fallimento. E' questo atteggiamento che va smosso. Ma il crinale - dico io - va superato insieme, con uno spirito pionieristico, convincendoci che il cambiamento è inevitabile».

Chi sono i resistenti?

«Il tessile ha avuto momenti glo-

riosi, andava tutto bene e ci siamo seduti sugli allori. Serve uno spirito imprenditoriale innovativo come quello che negli anni Settanta creò per il tessile biellese il modello vincente di Ideabiella, un gruppo di aziende grandi che trainavano quelle piccole con un obiettivo comune».

Bici, sport, gusto: le carte vincenti per il turismo sono queste?

«Il tentativo del festival BIS del 6-8 maggio è un buon viatico per il futuro».

Silver life: non c'è miglior turista di chi prende casa a Biella dove costa niente: giusto?

«E' un'opportunità unica: c'è un'offerta illimitata a prezzi ridicoli. Tenteremo di far incontrare questa offerta ad una domanda che cresce attraverso contatti con le agenzie di Real Estate che sarà accompagnata da una campagna di comunicazione adeguata per intercettare gli interessati alla nuova residenzialità correlata allo smart working, alle giovani coppie e via discorrendo. Anche qui serve un lavoro di squadra».

Sistema-Turismo cercasi: sembra che ognuno vada per la sua strada.

Con Atl si sta lavorando bene e l'allargamento a Novara è un'occasione per creare le giuste dimensioni e spendere un territorio più largo e propositivo in Piemonte: rafforzare i muscoli e poi correre la gara. Ma poi serve creare un Consorzio unico che superi i singoli consorzi per promuovere un territorio intero. L'obiettivo dev'essere alzare la permanenza media che oggi nel Biellese è poco più





► 28 aprile 2022

di una notte, ma anche in Monferrato non supera i 2 giorni e mezzo».

Quindi il futuro di Bellezza è segnato?

«La Fondazione va avanti nello sforzo di unire cercare anche nuovi sostenitori».

Avete già speso tutto il budget di 2,25 milioni?

«No. Coi fondi a disposizione supereremo i tre anni del mandato: c'è un capitale di riserva sufficiente. Ma bisogna essere pronti a sostenere eventuali interessanti progetti per il futuro».

Un Biellese più bello e adeguato nelle infrastrutture: come siamo messi?

«Per attrarre devi essere più bello: l'ampliamento a tutto il Biellese del premio Bellezza in valle va in questa direzione. Del resto, fare le cose bene spesso non costa di più del fare le cose male. Ci interessa molto a questo proposito il Parco del Bellone: ci piacerebbe provare a farlo diventare il parco di Biella da vivere per tutti con orgoglio per un territorio bello. Infrastrutture? Pensiamo alle Funivie di Oropa. Ci piace vedere che le difficoltà sono permanenti. Per questo abbiamo fatto un'eccezione deliberando un contributo di 100mila euro per raggiungere il risultato della cordata di salvataggio».

• **Roberto Azzoni**

Progetti: caccia a turisti e residenti pure in Canton Ticino Parco del Bellone Un Consorzio unico Il punto 2 anni dopo «C'è ancora troppo

scetticismo cambiamento inevitabile»



IL PRESIDENTE
 Paolo Zegna, classe 1956, già presidente del Gruppo Zegna, oggi è membro del board della società quotata alla borsa di Wall Street. Dal febbraio 2020 ha assunto il compito

di guidare la Fondazione Bellezza con lo scopo di rilanciare il Biellese verso il turismo

