

Belluno » Cronaca

Ferrazzi: «La montagna come business location»

L'analisi

Alla base della nuova visione della Dmo proposta da Confindustria, c'è una forte integrazione tra tutti i soggetti che gestiscono fondi pubblici, come il Gal e il Consorzio Bim e che sono punti di riferimento degli operatori privati, come il Consorzio Dolomiti. A spiegarlo è il direttore, Andrea Ferrazzi, che riassume le aree di intervento della nuova Dmo: sviluppo e promozione della destinazione turistica, sviluppo e promozione del territorio come business location, promozione dell'innovazione economica e sociale, supporto per il marketing e la promozione dei prodotti di eccellenza del territorio, promozione del territorio quale luogo ideale in cui trasferirsi per l'elevata qualità della vita e infine sviluppo e coordinamento di progetti finanziati con fondi aggiuntivi. «La promozione della destinazione Belluno dev'essere complessiva», sottolinea Ferrazzi, «in Alto Adige si fa e noi pensiamo che sia compatibile. Abbiamo ben presente il trend demografico di questa provincia e il marketing territoriale è la leva principale che può farci diventare attrattivi verso imprese innovative e capitale umano competente, che è ciò di cui le imprese oggi hanno più bisogno».

Chi pensa che lo smart working basti a convincere le persone a trasferirsi si sbaglia: «Le idee migliori nascono davanti alla macchinetta del caffè», dice il direttore di Confindustria Belluno Dolomiti. «Il modello vincente sarà quindi misto, a distanza e in presenza. In provincia abbiamo già alcune delle imprese più innovative, ma il problema di trovare personale di alto livello è stringente». —