

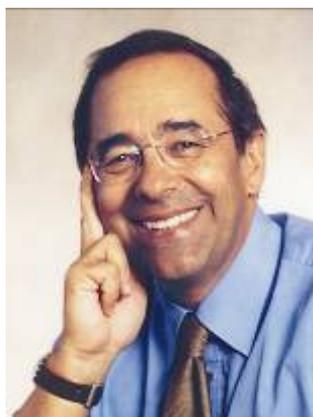
«Senza la gente del posto non ci può essere uno sviluppo»**Intervista a Roland Huber**

di Andrea Guidicelli

Lo intercettiamo poco dopo il suo ritorno da un viaggio in Asia, al termine di una delle sue frequenti visite in valle di Blenio. Roland Huber, capo progetto del masterplan “Valle di Blenio”, conosce davvero a fondo il mondo del turismo svizzero e internazionale, e vanta un’esperienza pluridecennale in ambito turistico. Quella in valle di Blenio è solo l’ultima di una serie di sfide professionali che lo hanno visto protagonista: Huber negli anni è infatti stato a capo di numerosi masterplan. Pensiamo ad esempio a quello per lo sviluppo turistico dell’Alto Adige, a quello di Adelboden, della città di Baden, del centro termale di Bad Gastein in Austria e a quello di Bad Orb in Germania. Per conoscere meglio le sue esperienze e le sue visioni, gli abbiamo rivolto una serie di domande.

Signor Huber, lei ha maturato un’enorme esperienza in ambito turistico, quali sono i motivi che l’hanno spinto ad accettare questo incarico?

La mia relazione con la Valle di Blenio dura da quasi vent’anni, dall’inizio degli anni ’90. Ai tempi ero direttore dei bagni termali di Scuol e ricevetti qualche visita da gruppi di persone della Valle di Blenio che desideravano conoscere il nostro modello per sviluppare un progetto di bagni termali ad Acquarossa. In quell’occasione conobbi Edgardo Mannhart e fu l’inizio di un’amicizia fra la Valle di Blenio e Scuol. In seguito ho lasciato Scuol per un incarico ad Adelboden, ma ho avuto continui contatti con Edgardo che mi hanno permesso di seguire da vicino l’evolversi della situazione in valle. Quando ho lasciato il mio incarico ad Adelboden, Edgardo mi ha subito contattato per chiedermi se fossi interessato allo sviluppo di un masterplan in Valle di Blenio. Vista la ventennale amicizia che mi lega a lui e alla valle ho subito accettato. Sono particolarmente entusiasta all’idea di poter lavorare allo sviluppo di un grande centro SPA collegato a questo masterplan. Credo inoltre che questo progetto abbia tutte le caratteristiche e le possibilità per decollare veramente, anche perché reputo che il Ticino abbia davvero bisogno di un progetto turistico di queste dimensioni.



Parlando della valle di Blenio, quali crede siano i suoi punti forti?

Il punto forte della valle è proprio la valle in sé, che è ancora un angolo nascosto del Cantone Ticino. Proprio oggi sono arrivato in valle passando dal Lucomagno: il paesaggio di quella regione è assolutamente indimenticabile. Prima di arrivare a Olivone sono riuscito a vedere almeno una decina di marmotte e un cervo, sembrava di essere in un parco nazionale. Il concetto su cui bisogna puntare è quello di riuscire a vendere lo spazio – la natura ancora incontaminata e selvaggia – e il tempo; se si riesce in questa operazione si hanno tutti i mezzi necessari ad uno sviluppo.

Può spiegarci meglio?

Si tratta di un nuovo concetto di marketing. Si parte dall'idea che le persone facoltose al giorno d'oggi possono disporre di tutto. Ci sono solo due cose che non possono comprare: lo spazio libero e il tempo. È questo il futuro del turismo. Le dirò che sono appena tornato da Singapore, una città incredibile e modernissima, dove lo spazio però è completamente ingombro. Per rilassarti ti devi accontentare di una piccola piscina al 55esimo piano di un grattacielo, sono tutti spazi di venti per venti metri. Voi qui avete la possibilità di offrire grandi spazi che sono rimasti ancora pressoché intatti, è una risorsa importantissima.



Passiamo alle note dolenti, quale crede sia il punto debole della valle?

Il problema principale è sicuramente lo spopolamento, una tendenza che bisogna cercare di fermare il più presto possibile. È un vero peccato che i giovani non credano più nel futuro della valle, ho parlato con alcuni di loro e mi hanno dato tutte le stesse risposte. Proprio per questo è di fondamentale importanza riuscire a creare dei posti di lavoro e incoraggiare le iniziative dei giovani. In questo senso trovo che sia molto interessante il fatto che nel masterplan sia coinvolta anche la Scuola Media di Acquarossa, per cercare di coinvolgere in questo progetto di sviluppo anche le nuove generazioni. Trovo che sia estremamente importante riuscire a dialogare con i giovani, per cercare di capire quali siano le loro visioni, le speranze e le paure. Ribadisco poi la necessità di un progetto di grandi dimensioni, perché solo la creazione di un buon numero di posti di lavoro può rendere la valle veramente attrattiva.

Lei vede delle similitudini con altre realtà svizzere?

No. Ogni valle ha la sua faccia, la sua identità. Ogni valle deve quindi trovare una soluzione specifica e unica rispetto alle altre. La Valle di Blenio ha delle caratteristiche geografiche che la rendono incredibilmente attrattiva. Pensiamo ad esempio alla vicinanza

con Milano, dove si terrà l'esposizione Universale EXPO 2015, e al futuro collegamento con Alptransit. Non dimentichiamoci poi che a nord siamo molto vicini al centro turistico di Andermatt, dove è in corso di sviluppo il progetto per collegarsi con Sedrun. La Valle di Blenio non è quindi una valle chiusa, bensì una valle di passaggio, di collegamento fra Svizzera ed Italia, una situazione davvero unica ed estremamente interessante.

Su cosa bisogna puntare quindi?

La valle è unica e bisogna avere la forza di comunicarlo. Nel contempo ogni suo abitante deve essere fiero di farne parte, di far parte del suo passato ma soprattutto del suo futuro. Bisognerebbe riuscire a creare il marchio "Valle di Blenio" e renderlo noto nel mondo. Bisogna riuscire a creare un marchio di cui la gente vada fiera, che ci faccia dire: "sono fiero di essere parte di tutto questo".

Parliamo ora un attimo del masterplan e dei suoi scopi...

Il masterplan è un progetto che ha il duplice scopo di indicare una direzione da percorrere per lo sviluppo e, viceversa, il compito di indicare la direzione assolutamente da non prendere. Il mio invito è però quello di essere pazienti, perché vedo che diversa gente si aspetta un processo rapido che porti dei frutti in pochi mesi. Non è così. Bisogna invece avere la forza di prendersi il tempo necessario per sviluppare i vari progetti e soprattutto prendersi il tempo di gettare delle basi solide. Il masterplan ha inoltre lo scopo di connettere le persone coinvolte nello sviluppo della valle, e questa è un'operazione che richiede tempo. In ogni caso io sono già molto fiero del fatto che, a parte gli investitori, siano coinvolte unicamente persone della valle. Ad ogni riunione partecipano tra le quindici e le trenta persone, un risultato ottimo visto che una delle mie paure era che la gente perdesse rapidamente interesse. Ho potuto constatare invece che la gente ha un grande interesse e, automaticamente, ha delle aspettative molto alte. Ora dobbiamo riuscire a utilizzare in maniera positiva questa spinta.



Per concludere, cosa vorrebbe dire alla gente della valle?

Io vorrei dire alla gente che è giunto il momento di avere il coraggio di fare delle domande, di portare nuove idee e soluzioni ma anche di esprimere quelle che sono le paure e le insicurezze. In inglese direi alla gente "be part of it", siate parte dello sviluppo della valle. Perché senza la gente del posto non ci può essere uno sviluppo.