

Ascona e Locarno si confermano a misura di famiglia

L'Organizzazione turistica Lago Maggiore e Valli (OTLMV) ha ottenuto recentemente il rinnovo per altri tre anni, dal 2022 al 2024, del marchio "Family Destination". Si tratta di un importante label di qualità, rilasciato dalla Federazione Svizzera del turismo, che premia le mete e le località turistiche la cui offerta verte sui bisogni e desideri dei bambini e dei loro accompagnatori. In Svizzera sono 25 in totale le località che soddisfano i severi requisiti del marchio e Ascona – Locarno è sinora l'unica destinazione ticinese a poterne beneficiare.

*"L'OTLMV dall'ormai lontano 2013 ha integrato il target delle famiglie nella sua strategia di destinazione e il rinnovo del marchio, che otteniamo per la quarta volta in otto anni, non fa che quindi confermare una vocazione già fortemente radicata. Il marchio – sottolinea il Direttore Operativo dell'OTLMV, **Benjamin Frizzi** - rappresenta il coronamento di un lungo lavoro portato avanti negli anni in collaborazione con i partner sul territorio. L'obiettivo è poter garantire alle famiglie la vacanza perfetta: divertente, ricca di scoperte e avventure per i ragazzi, che saranno gli ospiti di domani, ma anche rilassante per i genitori nella misura in cui sapranno ritagliarsi qualche momento di relax tutto per loro, sapendo che i pargoli sono in buone mani e in compagnia dei loro coetanei".*

Far parte delle "Family Destination" è un atout importante a livello promozionale. Permette, ad esempio, di essere presenti in tutte le campagne marketing di Svizzera turismo che riguardano le famiglie. Prima di potersi fregiare del marchio occorre, tuttavia, soddisfare una serie di severi requisiti che riguardano ambiti molto diversi, che spaziano dagli alloggi ai ristoranti, dalle attività ludiche, sportive, ricreative e culturali ai trasporti, dalla sicurezza all'informazione e all'assistenza.

Un cahier de charge piuttosto gravoso. Ne sa qualcosa **Cinzia Pezzanite**, Product manager del segmento Famiglie all'OTLMV, la quale evidenzia comunque il ruolo centrale che giocano i partner sul territorio. *"È infatti solo grazie al loro impegno che il prodotto per le famiglie è andato costantemente migliorando negli ultimi anni. Dai Lidi ai campeggi, ad attrazioni come i parchi avventura, la Falconeria o Bobosco, il prodotto si è costantemente arricchito. Naturalmente anche noi facciamo la nostra parte. Abbiamo in cantiere tutta una serie di iniziative, dal restyling della nostra fortunata mascotte Pardy, che ci accompagna oramai da tanti anni, alla pubblicazione, la prossima primavera, di un "prospetto famiglie" completamente rinnovato nei contenuti e nella forma; senza dimenticare il sostegno a vari eventi, come la UBS Kids Cup o la Coop Escursione in Famiglia, che abbiamo ospitato in autunno per la prima volta con grande successo, e l'organizzazione a nostro carico delle cacce al tesoro, che rilanceremo in grande stile con un nuovo concetto".*

Se ne riparerà sicuramente la prossima primavera.

Per maggiori informazioni:

Benjamin Frizzi, Direttore Operativo OTLMV

Tel. 079 223 93 70