



Führungsstruktur - Struttura dirigenziale:
Verwaltungsorgane – Organi istituzionali
Dienst - Servizio:
Gemeinderat – Consiglio Comunale

Datum - Data: 10.03.2025
Prot.
Bearbeitet von
elaborato da: SD
Tel. 0472 062 010
E-Mail: info@brixen.it

Ai Consiglieri comunali

Verena Stenico
stenicoverena@pec.it

Markus Frei
markus.frei@pec.it

Barbara Wielander
bwielander@pec.it

Risposta all'interrogazione riguardante. Marchio Bressanone Dolomiti, una scelta avventata!

Gentile consigliera comunale Stenico,
Gentile consigliere comunale Frei,
Gentile consigliera comunale Wielander,

in riferimento all'interrogazione di cui sopra, si risponde quanto segue:

Domanda 1: Il Comune è stato coinvolto nella scelta del nome del marchio? Se sì quando?

Risposta 1: Il Comune non è stato coinvolto nella scelta del nome. Il sindaco e l'assessora al turismo sono però stati invitati alla prima presentazione dell'iniziativa in data 29 luglio 2024 che portava il titolo "Ergebnispräsentation Zusammenarbeit der Tourismusgenossenschaften Brixen und Gitschberg Jochtal". Alla seconda presentazione in data 30 gennaio 2025 che portava il titolo "Informationstreffen Kooperation Brixen Dolomites" era presente solo l'assessora al turismo.

Domanda 2: Il Comune approva e sostiene questa decisione?

Risposta 2: L'assessora al turismo ha partecipato ad entrambi gli incontri e si sottolinea che il processo va ben oltre una semplice denominazione del marchio. Il concetto della stretta collaborazione delle varie associazioni turistiche è un percorso necessario e aspettato da anni con l'idea di diverse aree di cooperazione. Tra questi figurano l'accessibilità e la mobilità, lo spazio abitativo, la mountain bike, una carta comune per gli ospiti, i servizi e la consulenza per i soci e l'internazionalizzazione.



**BRIXEN
BRESSANONE**

Stadtgemeinde Brixen · Città di Bressanone

Domanda 3: Non ritiene il comune che sia controproducente ed abbia in prospettiva effetti negativi sulla politica turistica della nostra zona?

Risposta 3: Non si tratta di una cooperazione marketing ma verrà a breve creato un consorzio per curare il marchio, il sito web e l'elaborazione delle aree tematiche. Questo consorzio è gestito dal gruppo direttivo con membri delle varie associazioni turistiche. Questo processo andrà a professionalizzare la tematica e quindi ridurre effetti negativi.

Domanda 4: Secondo il comune un obiettivo non dichiarato potrebbe essere quello di attirare maggiori turisti per visitare il "famoso" parco Heller?

Risposta 4: Non emerge nessun collegamento tra la formazione del consorzio e altri progetti turistici e non turistici.

Domanda 5: Il comune non ritiene che con questa azione di marketing si peggiori la già precaria viabilità della nostra zona?

Risposta 5: Vedi punto 3, non si tratta di un azione marketing ma di una futura collaborazione tra enti turistici che già oggi svolgono singolarmente il loro lavoro.

Cordiali saluti

L'ASSESSORA
Sara Defakum