

Monitur

MONITORAGGIO DEL TURISMO IN TRENTINO

OSSERVATORIO
del Turismo Trentino

Supplemento alla rivista "Poster Trentino"
Provincia Autonoma di Trento
Rivista "Poster Trentino"
Piazza Dante, 15
38100 TRENTO
Direttore Responsabile: Alberto Faustini

Supplemento n. 1 al n. 3/2005 di Poster Trentino

ANNO I - n. 4 - AGOSTO 2005

Valutazioni sull'andamento stagione estiva 2005

Trovandosi, il Trentino turistico, a circa metà stagione estiva, si è ritenuto interessante lanciare un monitoraggio attraverso la rete di corrispondenti creata e consolidata in questi primi anni di attività dell'Osservatorio Provinciale per il turismo, al fine di conoscere sia le impressioni sull'appena concluso mese di Luglio, sia per tracciare un'ipotesi ragionevolmente affidabile di quello che potrà essere, alla fine, anche il bilancio del mese di Agosto, mese che talvolta è soltanto un luogo comune etichettare come il periodo del "tutto esaurito".



Allo scopo, sono stati individuati due gruppi da contattare:

un primo gruppo composto essenzialmente da operatori del settore ricettivo, quindi

albergatori, gestori di campeggi, rifugi, ostelli, affittanti camere e appartamenti a scopo turistico; un secondo gruppo composto da soggetti appartenenti a varie categorie, ritenuti interessati e conoscitori dei fenomeni inerenti i flussi ed i comportamenti degli ospiti nella nostra provincia: si tratta di agenzie di viaggio, APT, associazioni di categoria, amministratori pubblici, cantine, commercianti al dettaglio, consorzi di commercializzazione dell'offerta turistica trentina, consulenti in materia turistica, componenti del Coordinamento provinciale per il turismo, edicole, parchi naturali e pubblici esercizi.

Il primo gruppo è stato contattato attraverso un messaggio di posta elettronica su personal computer ed un avviso sms sul cellulare, come negli altri casi precedenti, chiedendo di rispondere ai quesiti dell'Osservatorio nei giorni compresi tra il 26 ed il 29 luglio, mentre il secondo gruppo è stato contattato nei giorni immediatamente successivi, chiedendo di dare risposte nei giorni compresi tra l'1 ed il 4 agosto.

Il gruppo inerente il sistema ricettivo (che chiameremo "gruppo ricettivo", RI nei grafici) era composto da 402 soggetti, che hanno fornito entro il tempo utile 202 risposte (oltre il 50% dei contattati).



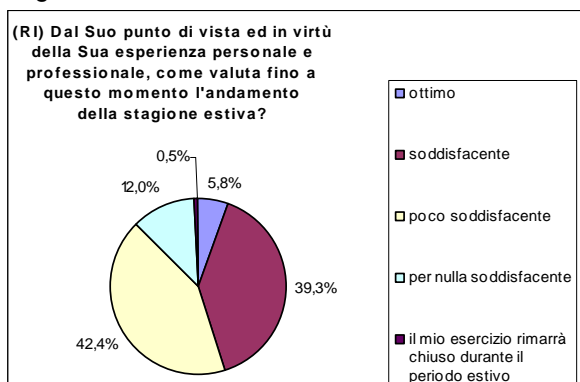
Il secondo gruppo di intervistati, quello costituito da varie tipologie di soggetti, pubblici e privati, e che nel prosieguo chiameremo "gruppo estate" (GE nei grafici), era composto da 191 soggetti, 71 dei quali hanno fornito risposta in tempo utile (pari al 37% degli interlocutori).

1. La soddisfazione

La stagione estiva è per il Trentino, come per molte destinazioni turistiche montane, una stagione non facile, durante la quale, oltre alla ormai conosciuta diminuzione della permanenza media degli ospiti, fenomeno in atto ormai da almeno 20-25 anni, si aggiunge la frequente diminuzione, di stagione in stagione, del numero degli arrivi, cioè del numero delle persone che "entrano" in Trentino e pernottano almeno una volta nel suo sistema ricettivo.

La caldissima estate 2003, è vero, ha registrato recuperi, anche notevoli ed è interessante chiedersi, dopo una stagione 2004 rivelatasi poi, com'era ragionevolmente prevedibile, non così vivace, che cosa stia accadendo in questa (moderatamente calda) estate 2005.

La domanda rivolta agli operatori del ricettivo era: "Dal suo punto di vista ed in virtù della Sua esperienza personale e professionale, come valuta fino a questo momento l'andamento della stagione estiva?".

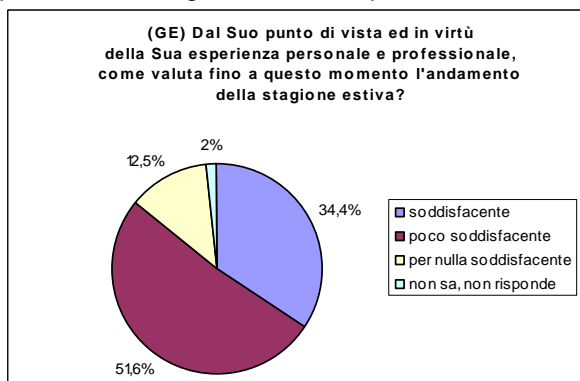


Con un 6% di "ottima" ed un 39% di giudizio "soddisfacente", le risposte positive totalizzano un 45% circa delle risposte totali. Si tratta di un giudizio relativamente consistente.

Un quasi altrettanto corposo 42% giudica invece poco soddisfacente l'andamento dell'estate fin qui giunta, insoddisfazione che assieme al 12% di "per nulla soddisfatti" dà la sensazione – le altre risposte sono di entità trascurabile – di una netta spaccatura nelle opinioni degli intervistati, suddivisione che varia anche sensibilmente di area in area, di località in località ed a seconda dei tipi di alloggio ricettivo.

Ad esempio, se nei rifugi alpini l'insoddisfazione è più elevata della media, nell'ostello partecipante al sondaggio è decisamente migliore della media; negli alberghi invece, molto numerosi nel campione, questo aspetto rispecchia le risposte complessive.

L'andamento della stagione estiva in corso tra gli operatori pubblici e privati ("gruppo estate") viene valutato dai più "poco soddisfacente", totalizzando attorno a questo valore il 52% delle risposte, quantità non certo indifferente, mentre il 34% delle risposte valuta "soddisfacente" detto andamento. L'opzione corrispondente ad un giudizio "ottimo", però, non raccoglie nessuna risposta.



Coloro che ritengono "per nulla soddisfacente", fino ad ora, l'andamento dell'estate 2005 sono

invece il 12% dei rispondenti, mentre su valori trascurabili si attestano le altre risposte possibili. Si può quindi affermare che la valutazione espressa dal gruppo di testimoni privilegiati non operatori del ricettivo riguardo l'andamento della stagione estiva, appare ben più pessimista rispetto al giudizio dato dagli stessi operatori del ricettivo.

Chiedendo, al di là del giudizio sintetico espresso sull'andamento dell'estate in corso, di formulare anche qualche considerazione di approfondimento, gli intervistati rispondono anzitutto che l'andamento è, tra pareri fortemente negativi e preoccupazioni, comunque giudicato negativamente e si descrive un'estate appesantita da richieste di permanenza spesso molto contenuta, anche in termini di soli due o tre giorni, eventualità che sta presentandosi con una frequenza molto maggiore rispetto ad un recente passato.

Alla vacanza corta, cortissima, si somma anche il sentimento di incertezza, le difficoltà economiche, temi che trovano una grande sovrapposizione di opinione tra categorie differenti. Se si approfondisce il tema della crisi economica, della capacità e della propensione alla spesa il panorama è davvero tinto di grigio, perché molto frequentemente tra i rispondenti, sintetizzando le risposte, si ritiene che tendenzialmente "i soldi non ci siano" o, se i soldi ci sono, "i consumi siano trattenuti", sospesi, nella migliore delle ipotesi rinviati.



Destinazioni uguali e diverse

Ma le situazioni descritte dal monitoraggio non sono uniformi.

In Trentino successi, conservazione dei livelli raggiunti e crisi si possono trovare a convivere entro un territorio che è certamente non particolarmente esteso, ma assai variegato al suo interno. Questo rende

possibili situazioni molto diverse. Vediamone gli aspetti, negativi e positivi, più macroscopici, nelle aree dove la numerosità delle risposte giunte all'Osservatorio sono anche più consistenti.

Cominciando con le situazioni negative, la Val Rendena ed il Garda Trentino si segnalano per aver raccolto in questo sondaggio opinioni decisamente critiche, indici di difficoltà che certo necessitano di ben più accurate indagini, ma che risultano potenzialmente gravi. Anche le testimonianze degli operatori di questi due ambiti

confermano la valutazione sostanzialmente negativa.



In Rendena e Campiglio - a differenza di operatori di altri ambiti - nessun intervistato esprime un giudizio di "andamento ottimo". Sul Garda poco meno di un terzo degli operatori (29%) esprime un giudizio "soddisfacente", ma tale percentuale scende in Rendena e Campiglio al 17%, con i "poco soddisfatti" che in questo ambito, come pure sul Garda, arrivano addirittura ad interessare i due terzi degli intervistati rispetto ad un valore medio provinciale pari al 42%.

A proposito dell'ambito turistico della Rendena e Campiglio, grazie a tre centraline installate a fine 2002 sulla strada nazionale della Rendena (prima di Pinzolo, dopo Pinzolo in direzione di Campiglio e dopo Campiglio a Passo Carlo Magno in direzione della Valle di Sole) e in grado di leggere in tempo reale il flusso veicolare in direzione nord e sud sulla Valle Rendena, è possibile farsi un'idea dell'affluenza in Valle.

Comparando i dati dell'ultimo triennio, durante il mese di Luglio le entrate veicolari a Pinzolo hanno raggiunto una punta massima nel mese di Luglio 2003, mentre i valori del 2005 sono analoghi a quelli registrati nel mese di Luglio 2004. Per quanto riguarda invece le entrate a Campiglio la crescita nel triennio è stata costante (circa un + 5%) con una punta massima nel Luglio 2005. Invece sia a Pinzolo che a Campiglio nel mese di Luglio 2005 è cresciuto di qualche punto percentuale rispetto ai mesi di Luglio 2003 e 2004 il flusso veicolare in uscita dalla Valle. Le informazioni fornite dai dati desunti dal traffico veicolare potrebbero essere quindi lette come un minor numero di arrivi turistici nella media Valle Rendena (Pinzolo) e contestualmente un incremento rispetto agli anni scorsi del movimento di tipo escursionistico, il che in parte confermerebbe le valutazioni negative espresse dagli operatori del ricettivo interpellati.

Positive impressioni giungono invece dalla Valle di Fassa, dove un operatore su dieci esprime un

giudizio di "andamento ottimo", e cinque su dieci esprimono un valore di "andamento soddisfacente", a fronte di quattro interlocutori su dieci che reputano l'andamento della stagione estiva in corso "poco soddisfacente".

Anche in Valle di Fiemme, al pari della Valle di Fassa, un interlocutore su dieci dà un giudizio di "ottimo", e cinque su dieci esprimono un valore di "andamento soddisfacente". Ma, a differenza della Valle di Fassa, dove nessun operatore esprimeva un giudizio decisamente negativo ("per nulla soddisfacente"), in Valle di Fiemme ben un operatore su quattro fornisce questa valutazione negativa, che appare un valore doppiamente negativo rispetto a quanto riscontrato a livello provinciale. Questi giudizi drasticamente diversificati tra una valutazione positiva e una decisamente negativa sono sintomo di una realtà ricettiva che in Valle sta vivendo situazioni molto dicotomizzate, e che richiedono un approfondimento riguardo a tipologie di offerta e di domanda esistenti che appaiono ben poco omogenee al loro interno. Stando alle testimonianze raccolte sembrerebbe che più di un operatore lamenti *"una contrazione del periodo di vacanza: adesso abbiamo un grande afflusso solo nei fine settimana"*; e ancora: *"bisogna adattarsi e ringraziare anche per i due giorni di soggiorno"*.

Tra le situazioni migliori, si segnala anche l'Altopiano di Fai e della Paganella. Anche qui come per la Val di Fassa quasi un operatore su dieci dà una valutazione "ottima" e cinque su dieci si reputano "soddisfatti". Nessuno esprime un giudizio totalmente negativo anche se circa quattro operatori su dieci si ritengono "poco soddisfatti".

Anche in Val di Sole la situazione appare dicotomizzata: la metà degli operatori interpellati dichiara un "andamento soddisfacente" e quasi altrettanti "poco soddisfacente" (nessuno dà una valutazione di "andamento ottimo").

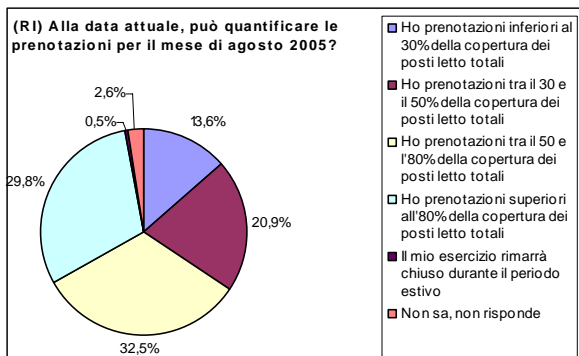


2. Le prenotazioni

L'attenzione alle prenotazioni è, come noto, un aspetto importante. La rilevanza di questo tema deriva da molti fattori, ad esempio la necessità di programmare l'attività dell'azienda con maggior anticipo e chiarezza nelle politiche, come quella di prezzo, ma può fornire anche indicazioni in merito al costume di fruizione della vacanza da parte degli ospiti, al loro grado di fedeltà, ecc.

La seconda domanda proposta affronta quindi questo tema, chiedendo agli intervistati di quantificare percentualmente, se possibile, in fasce proposte ad hoc, il livello di prenotazione

dei posti letto dell'azienda alla data della risposta al questionario.



Nel complesso le prenotazioni riferite ad Agosto non sono mancanti: nel 30% dei casi esse coprono oltre l'80% dell'occupazione dei posti letto dell'azienda, mentre nel 32% dei casi sono comunque su percentuali comprese tra il 50 e l'80% della capacità ricettiva; sono valori, come si vede, non indifferenti. Nel 21% dei casi i letti prenotati sono invece compresi tra il 30 ed il 50%, mentre soltanto nel 14% dei casi le prenotazioni dichiarate per Agosto, alla fine di Luglio, sono su un livello inferiore al 30%.

Può essere interessante notare come il livello di prenotazioni già acquisite dalle strutture agrituristiche sia decisamente apprezzabile, mentre gli alberghi, considerato il loro numero elevato, sono ovviamente molto più prossimi alla media, mentre per i campeggi, la situazione si presenta ben peggiore, anche se la natura stessa della vacanza open air, risulta comunque meno programmata e più mobile.

3. Difficoltà economiche e allungamento stagionale

Pochi soldi, crisi economica, riduzione dei consumi... è un discorso, questo, molto diffuso tra gli intervistati del settore del ricettivo, si insiste su questo aspetto. Evidentemente, a parte una certa propensione degli operatori a lamentare un'insufficiente e diminuita propensione alla spesa dei turisti, la situazione, realmente, appare piuttosto pesante ed i dati economico-finanziari di questi tempi non fanno che confermare tutto questo, almeno limitandoci ai confini del turismo europeo. E' risaputo infatti che in alcuni paesi, come gli Stati Uniti, le cose vanno diversamente, ma non è certo con i flussi provenienti da questo lontano paese che il Trentino turistico può pensare di accrescere la propensione media complessiva alla spesa degli ospiti.

La realtà è che gli ospiti veneti, lombardi, emiliano-romagnoli, laziali, tedeschi, ecc. non

sono nelle condizioni ideali per aumentare la loro spesa media quotidiana durante le loro vacanze o, se lo possono fare, hanno una buona percentuale di comportamento che è stato efficacemente definito, in termini socio-economici, "trattenuto", sospeso, in attesa di vedere come va.

Non pochi operatori nelle loro testimonianze fanno riferimento alle vacanze brevi, ma non solo in termini di contrazione della durata della vacanza, magari moltiplicandone le occasioni, ma addirittura facendo riferimento a richieste, anche in piena estate, di periodi di due soli giorni da parte di alcuni potenziali o reali ospiti.

Le richieste di informazioni e le eventuali prenotazioni dell'ultimo momento (last minute) sono in aumento.

Non mancano, comunque, come si è visto anche dalle valutazioni sull'andamento della stagione, contraddizioni tra le opinioni degli operatori, anche all'interno della stessa località, indice di diversità di condizioni aziendali, di servizio, di management, di rapporti con il trade...

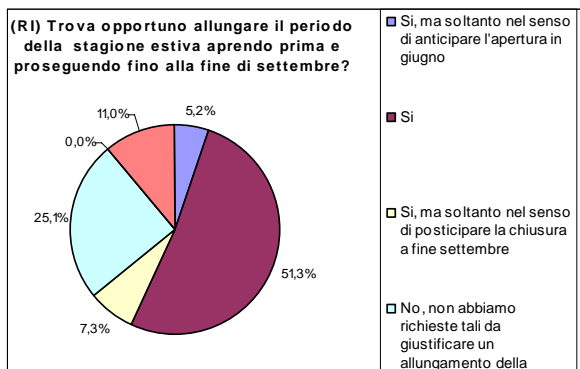
La montagna come destinazione, dicono alcuni interlocutori, è dura da vendere. Sui mass media, poi, soprattutto in televisione, la montagna non è "consigliata per gli acquisti", per usare una sagace definizione proposta da un intervistato. Qualcuno fa un amaro riferimento, ad una ben nota, recente pubblicità che mostrava come chi andava al mare avesse l'occasione di conoscere addirittura Naomi Campbell, mentre chi andava in montagna, per di più con un pullman azzurro volutamente vetusto, era in compagnia di due rubizze ma ridicole contadinotte in stile più o meno svizzero, in una dimensione decisamente superata e "perdente".



Molti intervistati parlano senza esitazione di flessione, fino a questo momento, della domanda proveniente dall'importante mercato tedesco.

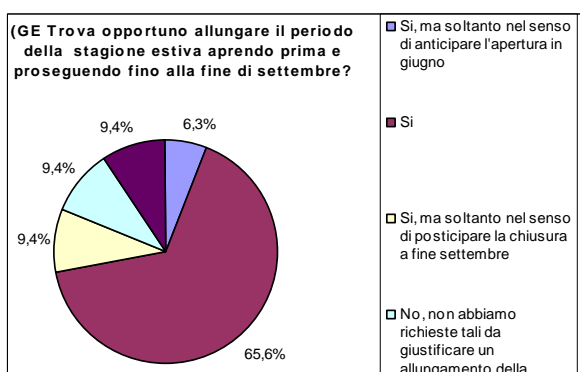
In merito al grande tema dell'allungamento stagionale, di grande rilevanza strategica sia per le singole aziende, sia per l'intera accoglienza trentina, intesa nell'accezione più allargata del termine, anche al fine di ottimizzare lo sfruttamento del sistema dell'ospitalità, o almeno di parte di esso, il 51% dei rispondenti afferma di trovarlo un

obiettivo opportuno; il 25% non lo trova invece giustificato dalle attuali dinamiche della domanda; poco più del 5% degli intervistati è per operare ai fini di un anticipo di stagione a Giugno, mentre un 7% è per tentare di allungare a Settembre.



E' interessante notare come in questo caso siano gli agritur le realtà maggiormente propense ad allungare la stagione estiva a Settembre, posizione sicuramente collegata al ciclo dei raccolti, in particolar modo della frutta (le mele e la vendemmia); i rifugi alpini, invece, su Settembre hanno notevoli riserve, ed anche in questo caso è comprensibile questa posizione, data la notevole quota alla quale si trovano queste strutture. Tra i gestori di camere in affitto ed appartamenti per vacanze non si ritiene, con una frequenza decisamente superiore alla media, che esistano richieste tali da giustificare allungamenti stagionali.

Sembra dunque esserci una discreta massa di soggetti favorevoli ad un allungamento stagionale, ma le riserve non mancano, come si è potuto vedere e vanno senza dubbio considerate con attenzione. Quello che principalmente sembrano affermare queste dichiarazioni è che l'allungamento della stagione sarebbe auspicabile ed è un obiettivo condiviso da una maggioranza di operatori che però al tempo stesso non reputano esistano le condizioni per tenere aperte le loro strutture più di quanto già fanno ("sarebbe bello, ma manca un prodotto vendibile").



Anche tra gli operatori pubblici e privati del "gruppo estate", in merito all'opportunità, per il Trentino turistico della montagna, di allungare la stagione estiva, anticipando a Giugno e prolungando l'offerta a Settembre, i due terzi di coloro che rispondono a questa domanda non hanno dubbi ed il parere favorevole totalizza,

per l'esattezza, circa due terzi delle risposte. Ma anche in questo caso, come per gli operatori, sono pochi coloro che indicano concretamente l'opportunità di un anticipo al mese di Giugno (solo il 6% delle risposte) o un prolungamento della stagione nel mese di Settembre (solo il 9%).

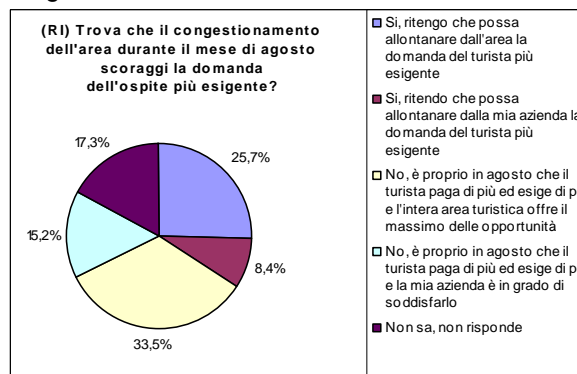


Un interlocutore su dieci non trova giustificato, credibile o possibile un tentativo di allungamento della stagione estiva in montagna e una quota analoga di interlocutori dichiara di non sapere rispondere a questa domanda (valore di mancate risposte decisamente più elevato della media riferita alle altre domande, indice di un'obiettiva difficoltà, al di là dell'auspicio, ad individuare proposte credibili e convincenti per la domanda turistica tali da giustificare l'apertura delle strutture ricettive di montagna in mesi diversi da Luglio e Agosto).

per l'esattezza, circa due terzi delle risposte. Ma anche in questo caso, come per gli operatori, sono pochi coloro che indicano concretamente l'opportunità di un anticipo al mese di Giugno (solo il 6% delle risposte) o un prolungamento della stagione nel mese di Settembre (solo il 9%).

4. L'Agosto che scoraggia...?

Alla domanda inerente l'ipotesi che il congestionamento di Agosto possa scoraggiare la domanda più esigente, tema assai interessante da vari punti di vista, in quanto riguardante molti aspetti, quali ad esempio la politica di prezzo, i limiti del carico antropico sul contesto naturale, ma anche nei confronti di quello urbano, il possibile abbassamento della qualità del servizio, la cura dei particolari, l'effetto "città in quota", il 33% dei rispondenti non ritiene che il "pienone" tenga lontana la clientela migliore, anzi, si ritiene che la località offra il massimo delle opportunità proprio in quel periodo. Il 26% dei rispondenti, però, è di parere contrario, ritiene che le possibilità di allontanamento dall'area congestionata ci sia.



Le camere e gli appartamenti in affitto per vacanze sono forme di ospitalità nelle quali si

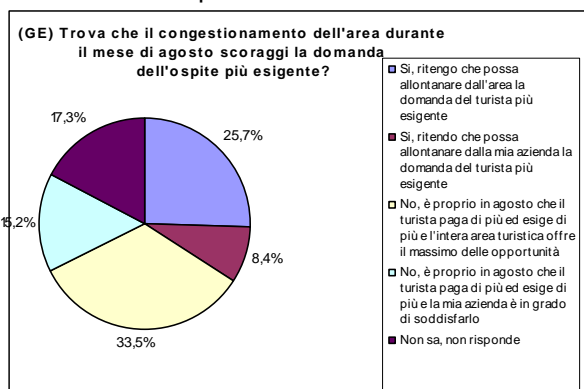
teme questo potenziale fenomeno negativo ben oltre la media registrata per il totale.

I rifugi, invece, data la corta estate vissuta in quota, sono naturalmente meno preoccupati per l'aspetto di possibile sovraffollamento del mese di Agosto con le inevitabili ripercussioni negative, compresa la viabilità stradale.

Anche i campeggi non risultano particolarmente preoccupati di un possibile effetto negativo determinato da un sovraffollamento agostano.

Se si esamina l'aspetto in questione riferito però all'azienda singola, alla sua capacità di soddisfare gli ospiti, il 15% risponde che la propria azienda, in alta stagione, dà il meglio di sé, mentre un più contenuto 8% pensa che la propria azienda non sia, in detto periodo, in grado di offrire il massimo ai propri ospiti, che sarebbero quindi penalizzati dal super lavoro.

E' interessante notare come su questa domanda la quota di coloro che dichiarano di non sapere o di non voler rispondere, risulti la più alta in assoluto tra tutte le domande formulate arrivando ad un notevole 17%. Evidentemente, la diversità delle situazioni e delle opinioni è in questo caso comunque elevata, come pure la complessità e la difficoltà della risposta.



Anche tra gli operatori pubblici e privati ("gruppo estate"), la quota maggioritaria ritiene che l'affollamento di Agosto non rappresenti un problema. Quattro interlocutori su dieci ritiene che questo fenomeno non allontani la clientela più esigente e quindi anche disposta a pagare di più, dal momento che, al contrario, si afferma che è proprio in questo periodo che l'intera area turistica offre di più.

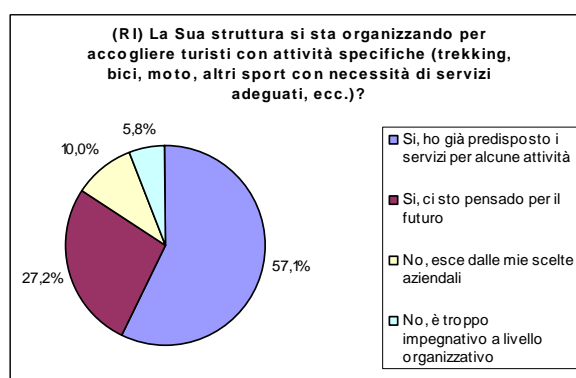
Il 30% degli interlocutori però, è di parere contrario, ritenendo che un sovraffollamento possa generare un fenomeno di allontanamento riguardante proprio il tipo di utenza considerata migliore.

Peraltro, entrando all'interno delle singole

aziende, si può notare come soltanto il 5% degli operatori (una quota di poco inferiore a quanto registrato tra le strutture ricettive) ritiene che in Agosto la propria attività non possa dare il meglio.

5. Predisporre l'azienda

Una domanda strategicamente molto rilevante ed indice tra l'altro del complessivo "clima imprenditoriale" e culturale, del grado di approccio al mercato, è quella inerente la predisposizione dell'azienda ricettiva, in termini di accoglienza, nei confronti di ospiti praticanti attività specifiche quali trekking, bici, moto, altri sport con particolari necessità di servizio.



Il 57% dei rispondenti afferma di avere già predisposto servizi specifici, mentre il 27% dice che ci sta pensando per il futuro; complessivamente, dunque, il grado di sensibilità in questo senso sembra svilupparsi piuttosto rapidamente, dopo anni di servizio di accoglienza "generalista", non caratterizzata e differenziata.

I campeggi si mostrano meno preoccupati di predisporre dei servizi specifici per la domanda, forse perché consapevoli che, almeno in parte, i loro ospiti sono storicamente abili nel fare da sé, nell'organizzarsi le attività, dal trekking alla bicicletta, dal nuoto al gioco, nel vivere tutte le condizioni di tempo...

A differenza dei campeggi, oltre agli alberghi, anche camere e appartamenti in affitto sono formule di ospitalità che, attraverso i loro gestori intervistati dichiarano di prestare attenzione (con valori sopra la media complessiva) alle esigenze specifiche degli ospiti dotandosi di particolari servizi.

Soltanto il 10% di interlocutori del ricettivo risponde che questo tipo di operazioni esce dalle scelte aziendali ed un ancor più modesto 6% ritiene ciò troppo impegnativo organizzativamente.

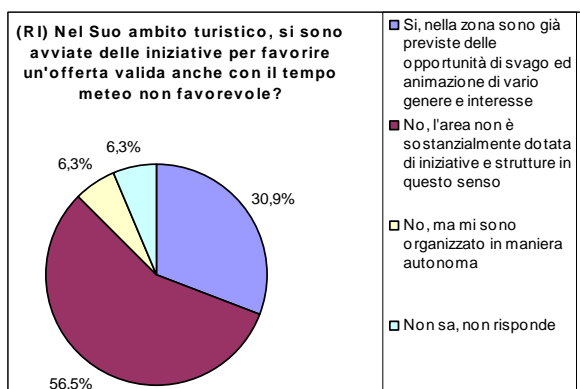


Comunque sia, la sostanza è che il processo di specializzazione o di molteplice disponibilità e accoglienza dedicata, si sta estendendo nelle strutture ricettive.

6. E se il tempo è brutto

In merito alle intuibili problematiche inerenti iniziative che favoriscano la creazione di un'offerta valida anche con il tempo meteo non favorevole, emerge tra gli operatori del ricettivo come quasi sei interlocutori su dieci (57%) dichiarino che la loro area territoriale non si è attrezzata coerentemente. E' un'affermazione grave e meritevole di grande attenzione.

Il 31% afferma invece che nella zona nella quale si trova ad operare sono previste opportunità di svago e di animazione di vario genere ed interesse usufruibili anche con tempo meteo sfavorevole.



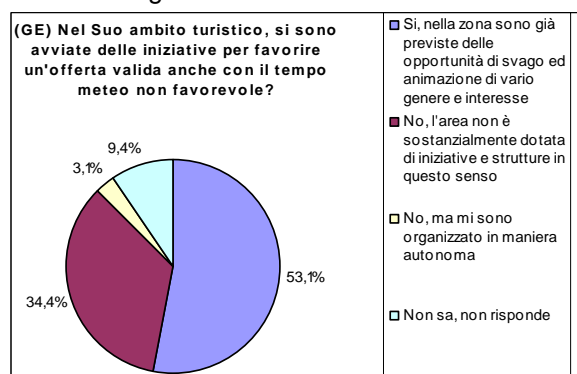
Tutte queste risposte, nel loro insieme, non sembrano molto rassicuranti e spingono senza dubbio verso un aumento dell'attenzione in questa direzione da parte degli operatori, sia pubblici, ai quale probabilmente più o meno tacitamente si delega una buona parte del problema e della sua soluzione, che privati.

Le strutture ricettive che, anche comprensibilmente, sembrano preoccuparsi meno di strutturarsi con appositi accorgimenti sono i rifugi, da sempre ospitanti clientela tendenzialmente adulta e data la loro collocazione in alta montagna, lontani da servizi adatti a far trascorrere piacevolmente le ore in caso di brutto tempo.

Gli operatori pubblici e privati non del ricettivo ("gruppo estate") danno invece una valutazione diversa circa la capacità dell'area territoriale di sapersi attrezzare con offerte interessanti per il turista anche in caso di tempo meteo non favorevole.

Più di cinque interlocutori su dieci (53%), con una percentuale speculare a quella degli operatori del

ricettivo, ritiene che esistano risposte positive in merito a svago ed animazione.



Coloro che, al contrario, non ritengono che l'area territoriale sia dotata di iniziative e strutture idonee a contrastare il cattivo tempo creando un'offerta adeguata per i turisti, rappresentano invece il 34%. Un 3%, data la situazione, risponde di essersi organizzato in maniera autonoma.

Non è un tema facile, quello della ricerca e della proposta di iniziative da proporre all'ospite in caso di condizioni meteo non favorevoli, ma le idee non mancano in vari casi. Vediamo di riassumerne i temi proposti senza penalizzare troppo con una sintesi.

L'attività fisica viene parzialmente garantita attraverso alcune palestre, anche attrezzate per l'arrampicata artificiale, oltre che per le più conosciute attività ginnico-sportive o, in alcuni casi, anche proponendo il ghiaccio d'estate, per il pattinaggio.

Un'area che sta prendendo decisamente piede è quella del benessere, oscillante tra il piacevole relax in zone apposite, dotate di vari servizi che



vanno dalla piscina alle saune, dal bagno turco ai cosiddetti percorsi salutistici, al relax con accorgimenti che lo rendano particolarmente piacevole, fino a più specifiche azioni e trattamenti del tipo "beauty farm".

La dimensione del gioco, sia indirizzato agli adulti, come "gioco di società", sia dedicato ai bambini, è poi in fase di sviluppo, anche in forma di più specifico servizio di animazione con sorveglianza, come nel caso dei kinderheim.

La cultura e l'attenzione verso di essa, sia in termini di offerta che di domanda, sta vivendo una fase di positivo gradimento tra gli ospiti ed è

sicuramente considerata una risorsa che va giustamente ben oltre i momenti di “emergenza” causati dal maltempo; dai musei che propongono mostre, eventi, approcci etnografici, fino al Mart e la sua proposta contemporanea, dagli edifici storici alle chiese, il territorio trentino sta consolidando anche sotto questo profilo la sua dimensione di risorsa.

La campagna ed in modo particolare la grande ed eccellente realtà vitivinicola trentina sono parte di questo sistema di offerta e si integrano fortemente sia con la già citata dimensione storico-artistica che con il crescente interesse ed apprezzamento per le produzioni tipiche, si pensi ad esempio alle visite ai caseifici ed alla gastronomia nel suo complesso (in alcuni casi si propongono corsi in merito), che, tempo bello o brutto che sia, sono ormai molto più che tendenze emergenti.



Nei parchi le attività al coperto, peraltro facenti parte del “pacchetto” di servizi al visitatore abitualmente proposto, ben si prestano ad essere proposte anche durante i momenti meteo critici non favorevoli.

Di rilevante importanza è il riferimento, fatto da un pubblico esercente, alla notevole quantità di proposte esistenti che però necessitano assolutamente di una valida attività di regia. Complessivamente dalle risposte esce una serie di indicazioni che bene descrivono la capacità ed al contempo la difficoltà di reagire al brutto tempo. E' difficile fare una graduatoria e riunire a “grappolo”, in modo soddisfacente, le numerose attività ed i servizi coinvolti in questa operazione “anti-noia”, ma si può tentare di raccogliere in un primo gruppo tutte le attività di animazione per così dire “casalinga”, all'interno delle aziende, con giochi di società ed attività dedicate ai bambini, talvolta in forma di miniclub.

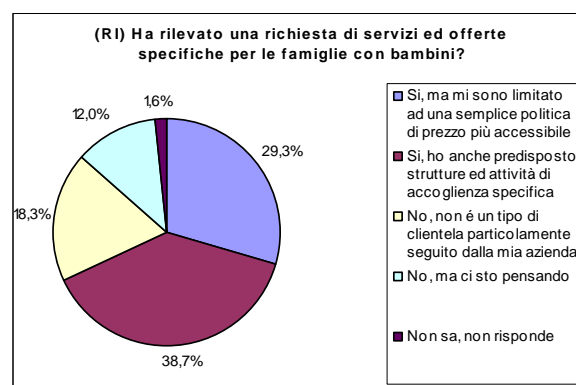
L'insieme piscina-palestra, spesso fortunatamente presente assieme alla ben più evoluta formula dei centri benessere è in crescita e si può ritenere che oramai il numero di questi luoghi di ricerca dello stare bene siano entrati in una fase di positiva “normalizzazione”, nel senso di fruizione non soltanto da parte di salutisti ospiti nordici, ma anche da “normali” vacanzieri italiani, conquistati dalla piacevolezza, che si sta rivelando anche un prezioso antidoto – appunto – alla potenziale noia dovuta al brutto tempo. Si propone l'attività fisica. Le escursioni, più o meno organizzate, con servizi di trasporto e magari anche di guida alpina sono abbastanza diffuse sul territorio.

Va forte, comunque, anche tutto il pacchetto cultura, nell'accezione più vasta, quindi non soltanto costituita da musei, mostre, patrimonio architettonico, monumentale, etnico, ma si comprendono frequentemente anche le visite alle cantine e la conoscenza/de gustazione di prodotti tipici.

In merito alle tipologie ricettive, i rifugi sono comprensibilmente poco sensibili a questo aspetto, mentre gli agritur sono decisamente attenti a proporre le spesso esistenti opportunità di svago presenti nell'area, particolarmente importanti per arricchire ed animare la vacanza anche quando il tempo non asseconda. Gli alberghi sono nella media, non ritengono particolarmente ricco l'ambito di appartenenza in quanto ad opportunità “anti brutto tempo”, mentre nei camping si è meno severi che negli alberghi nel giudicare le opportunità dell'area. Contrastanti i giudizi tra coloro che affittano camere ed appartamenti per vacanze, sopra la media sia nella soddisfazione che nelle critiche.

7. Le famiglie con bambini

Le famiglie con bambini sono molto spesso una tipologia di domanda importante per il sistema dell'ospitalità: il 39% degli operatori del ricettivo rispondenti al monitoraggio ha predisposto strutture ed attività di accoglienza specifiche, mentre il 29% si è invece limitato ad una politica di prezzo che rendesse comunque più accessibile l'offerta alle famiglie. Il 12% ci sta pensando, lasciando intuire una certa prospettiva futura di molti di loro.



Soltanto il 18% dei rispondenti, invece, afferma che questo tipo di clientela non è particolarmente seguita dalla propria azienda e un ulteriore 2% non sa o non risponde.

Analizzando le tipologie ricettive, alberghi e agritur dichiarano di essersi attrezzati con offerte specifiche per le famiglie in misura superiore al dato medio. Perfino le camere e gli appartamenti in affitto hanno predisposto iniziative ad hoc per le famiglie. La politica di semplice sconto nei confronti dei bambini non piace invece granché ai campeggi ed ai rifugi.

[gb, mf]