



Ripensamento in direzione di un'ospitalità "semplice"

Programma ambientali per i rifugi dei club alpini austriaco e tedesco

Ribadire la funzione diversa dei rifugi alpini

Cosa fare?

Evitare un inquinamento culturale

Preservare la funzione del rifugio quale "porta su due mondi": quello alpino, con i suoi tempi e usanze, e quello urbano con le sue domande e aspettative



La nostra esposizione

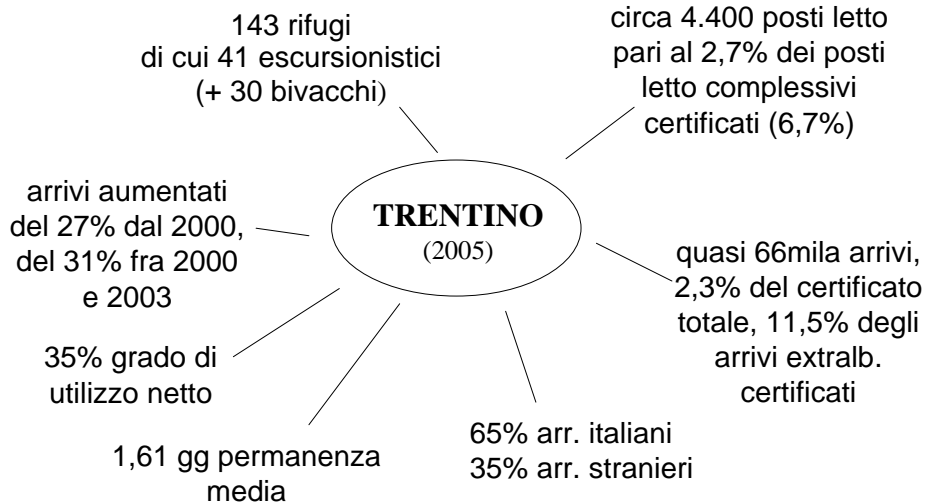
- alcuni dati strutturali
- il cliente: descrizione, importanza e soddisfazione, le verifiche S.A.T., uso prodotti trentini
- la voce dei gestori
- conclusioni



Gestori e frequentatori dei rifugi in Trentino

dati strutturali

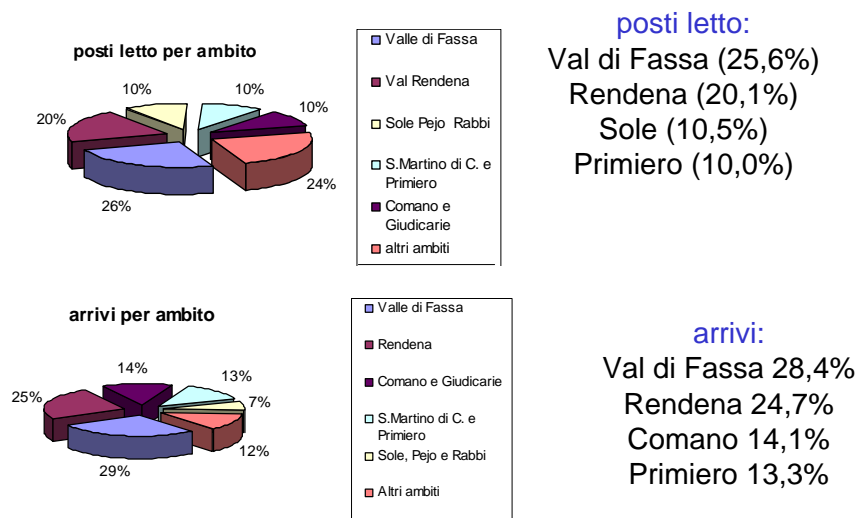
5



Gestori e frequentatori dei rifugi in Trentino

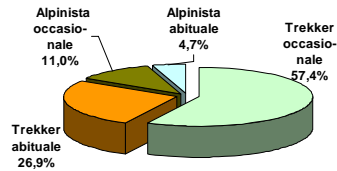
dati strutturali – gli ambiti più significativi

6





grado di frequent. della montagna



età
oltre la metà ha tra i 26 ed i 45 anni

genere
maschio 68%
femmina 32%

tre idealtipi:

- escursionista/alpinista (31,2%) (22,8%)
- attivo (37,4%)
- occasionale (15,7%)
- altri (15,7%) (24,1%)



titolo di studio elevato:

- laurea (36%)
- scuola superiore (38,6%)
- diploma profess. (11,8%)
- scuola dell'obbligo (13,0%)

provenienza:

- Trentino (18%)
- Italia (67%)
- Estero (15%) (34,8%)



età prima ascensione a una cima o rifugio

- < 10 anni 34%
- 10<15 anni 27%
- 15<20 anni 17%
- >20 anni 22%

iscrizione ad ass. alpinistiche
no 66%
si 34%

professioni:

- impiegato (39%)
- libero profess. (19%)
- operaio (13%)
- pensionato (9%)
- studente (8%)



Gestori e frequentatori dei rifugi in Trentino

Il cliente - descrizione

9

con chi

- famiglia 35%
- in coppia 29%
- con amici 24%
- gruppo organizz. 7%

in quale struttura ricettiva

- albergo 41,6%
- **rifugio/i 23,5%**
- alloggio privato 17,7%
- seconda casa 8,4%
- campeggio 5,8%

La vacanza

in Trentino perché

- opport. vacanza attiva 41%
- escursioni 24%
- riposo e relax 27%

fedeltà al Trentino

- primini 17%
- fedeli 40%
- molto fedeli 43%



Gestori e frequentatori dei rifugi in Trentino

Il cliente - descrizione

10

modalità di conoscenza del rifugio

- passaparola 32%
- materiale/info c/o APT (20%)
- materiale/riviste di settore
- ass.ni alpinistiche (12%)

durata della vacanza

- media = 11,9 gg
- 4-7 gg (41%)
- 8-15 gg (35%)

La vacanza

attività complementari alle escursioni

- visite a parchi 25%
- riposo 23%
- degust. prod. tipici 17%
- sport 13%

spesa media giornaliera

€ 52,27 di media
(€ 78,64 media estiva)

tempo dedicato alle escursioni

- tutto il tempo disp. 34%
- ¾ del tempo disp. 21%
- ½ del tempo disp. 27%



Gestori e frequentatori dei rifugi in Trentino

Il cliente - descrizione

11

il concetto di rifugio

- punto di appoggio essenziale 87%
- struttura ricettiva di medio comfort 11%
- struttura ricettiva a comfort elevato 2%

valutazione rifugi
trentini

- non sa 55,2%
- sostanzialmente analoga a quella fuori provincia 24,6%
- migliore di quella fuori provincia 18,7%



Gestori e frequentatori dei rifugi in Trentino

Il cliente - descrizione

12

sentieri e loro
frequentazione

stato della sentieristica
e della segnaletica

- ottimo 53%
- soddisfacente 41%
- appena sufficiente 5%

problemi da sovrappollamento?

- danni per l'ambiente 41%
- riduzione piacere per la montagna 35%
- degrado dei sentieri 14%
- rischi per l'incolumità 11%

valutazione n° persone
incontrate sui sentieri

- equilibrato 58%
- scarso 11%
- elevato 24%
- eccessivo 7%



- corretta e sostenibile gestione ambientale del rifugio (68%)
- servizi igienici (51%) e pulizia camere
- capacità di relazione del gestore (50%)
- posizione del rifugio (47%)
 - personale (41%)
 - tranquillità e silenzio (38%)
 - prezzi praticati (28%)
- nuove tecnologie (8%)
- camere riservate con posti letto limitati (6%)
- arredo e ampiezza delle camere (3%)

Ricerca 1993 Alpi del Sole



Importanza dei servizi presso la località di partenza dell'escursione:

- punti informativi e recapiti guide (21%)
- apertura estiva impianti di risalita (20%)
- servizio navetta (14%)
 - card integrate (7%)
 - negozi noleggio attrezzatura (4%)
 - servizio trasporto bagagli (4%)



- posizione e segnaletica (46%)
- personale (accoglienza, cortesia, professionalità, disponibilità ed efficienza) (42%)
- flessibilità orari e velocità servizio ristorazione (34%)
 - tranquillità e silenzio (30%)
 - capacità di relazione del gestore (29%)
 - ristorazione: varietà e qualità (29%)
 - pulizia delle camere (28%)
 - ristorazione: presenza prodotti tipici (27%)
- camere riservate con posti letto limitati (12%)
- attività proposte (10%)
- nuove tecnologie (7%)

Spiccano in negativo gli stessi aspetti giudicati non molto importanti



Entusiasmo e delusione (scala da ± 4)

- posizione del rifugio (2,32)
- personale (2,11)
- politiche sostenibili di gestione ambientale (2,02)
- capacità di relazione del gestore (2,01)
 - servizi collaterali all'offerta ricettiva e ristorativa (0,97)
 - possibilità di prenotazione (0,86)
 - camere riservate con posti letto limitati (0,55)
 - attività proposte (0,53)
 - nuove tecnologie (0,16)

Indicazioni di miglioramento: nuove tecnologie (anche per prenotazione) e arricchimento della proposta letto e vitto



Carta dei servizi nei rifugi: sconosciuta ai due terzi degli interessati —————> necessaria un'opera di sensibilizzazione

Sacco lenzuolo: due terzi sanno che è obbligatorio, solo la metà ne possiede uno proprio

Regolamento e comportamento da tenere nei rifugi: solo una maggioranza risicata (51,5%) dichiara di conoscerlo

Obbligo del silenzio: tra le poche risposte (129),
57% sempre
39% quasi sempre



Piatto alpinistico a prezzo fisso: poco conosciuto

- non lo chiede mai il 37%
 - raramente il 36%
 - quasi sempre il 21%
- poco promosso o poco gradito?

Registro del rifugio

- uno su quattro lo firma sempre
- il 27% quasi sempre
- il 29% raramente
- il 18% ammette di non farlo mai

Portare a valle i rifiuti: l'88% dichiara di farlo sempre. E' l'item riguardo al quale i tre idealtipi hanno risposto con la maggiore omogeneità



Salumi: speck (57%), lucanica-salsiccia (14%), carne salada

Formaggi: Puzzone (25%), Grana Trentino (13%), Spressa (11%)

Vini: Teroldego (39%), Marzemino (18%), Müller Thurgau (11%)

Ortofrutta: mele (47%), piccoli frutti (25%)

Tra i **piatti della cucina trentina** i canederli staccano nettamente polenta, strangolapreti e strudel.



Due tematiche:

1. mutamenti della clientela e delle sue aspettative e come i gestori interpretano e rispondono a questi cambiamenti
2. Modalità promozionali e innovazioni introdotte

Clientela: più turisti che alpinisti, più cittadini che montanari, più vecchi che giovani

Ambiente e ubicazione del rifugio influenzano giudizio e opinione dei gestori

Sufficientemente convinti di non trasformare i loro rifugi in alberghi in quota



Per alcuni risulta necessario adeguarsi, altri non sono per nulla disponibili a scendere a compromessi

Confine: ammessi standard maggiori di servizi per l'igiene personale, maggiore varietà nei menu; per altri il confine è già stato tracciato in passato e non va in alcun modo superato

Innovazioni e promozione: per alcuni meglio il passaparola, per altri sito e posta elettronica sono ormai indispensabili per lavorare soprattutto con i clienti stranieri

Tematica ambientale molto sentita

Non sempre si riesce – o si vuole - fare rete con altri gestori e con altri operatori e collaborare con le nuove Aziende.



Come governare la massa di turisti molto più eterogenea, spensierata ed inesperta che sale verso il rifugio e le cime?

- Rinuncia ad ulteriori facilitazioni all'accesso in montagna
- Mantenere la *wilderness* della montagna
- Far avvicinare il turista più *lentamente* alla montagna
- Non affollare l'alta montagna, facendo perdere il potere evocativo e il fascino che da sempre essa esercita sulla fantasia dell'uomo

Il rifugio deve rimanere un filtro: è l'ultimo baluardo della civiltà urbana in montagna alle alte quote