



## BedandBreakfast in Trentino



Assemblea annuale 18 aprile 2007



cianfranco betta

18 aprile 2007



OSSERVATORIO  
del Turismo Trentino

## BedandBreakfast in Trentino

Crescita costante

2

1. In numero di strutture
2. In arrivi e presenze superiori al dato medio
3. Incapacità di acquisire nuovi clienti per il Trentino
4. Un marchio forte che incontra i favori del mercato e del turista evoluto
5. Fra luxurious luxurious luxurious e cheaper cheaper cheaper strutture come i B&B possono essere la terza via

cianfranco betta

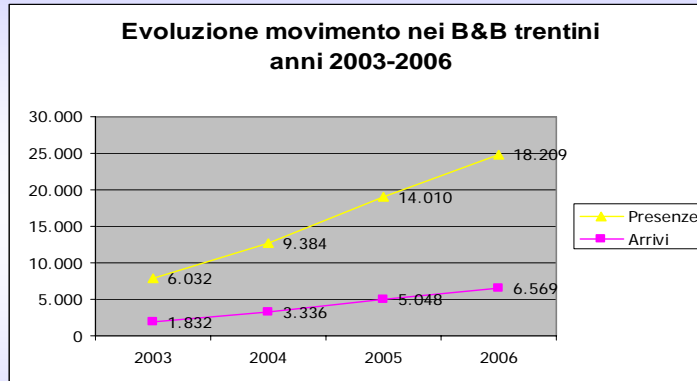
18 aprile 2007



## BedandBreakfast in Trentino

Crescita costante

3



	2005/04		2006/05	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Totale strutture	4,8	4,8	3,1	0,6
B&B	51,3	49,3	30,1	30,0



## BedandBreakfast in Trentino

Crescita costante in qualità per il sistema Trentino

4

1. Intessuto relazioni all'interno e all'esterno (l'Asat...la Fei...)
2. Una risposta concreta alle parole chiave della scommessa turistica del Trentino di qualità:
  - Cultura turistica
  - Autenticità
  - Integrazione
  - Sostenibilità
  - Qualità



1. Qualità è saper leggere e soddisfare le aspettative del cliente
2. Non tutti i B&B marciano alla stessa velocità rispetto alle attese del cliente: le schede di soddisfazione un criterio di scelta → +12%, -17%
3. Web-marketing fondamentale