



Supplementi alla rivista "Poster Trentino"
Provincia Autonoma di Trento
Rivista "Poster Trentino"
Piazza Dante, 15
38100 TRENTO
Direttore Responsabile: Gianpiero Pedrati

Monitur

MONITORAGGIO DEL TURISMO IN TRENTINO



ANNO IV - n. 17 - SETTEMBRE 2008

Supplemento n° 4 al n. 2/2008 di Poster Trentino

Una valutazione dell'estate 2008

In sintesi

Al termine della stagione estiva 2008, è stato lanciato un Monitur ai numerosi operatori che da anni sono disponibili a collaborare nel rispondere a quesiti riguardanti tematiche e dinamiche turistiche, con particolare riferimento alla realtà trentina.

Anche questa volta oltre 200 soggetti hanno voluto rispondere alle domande ed aggiungere anche corpose ed interessanti considerazioni, nonché idee ed indicazioni, per quanto riguarda la situazione e le prospettive del turismo del Trentino.

la valutazione della stagione estiva dalle risposte rese dagli operatori interpellati da Monitur risulta meno negativa di quanto i numerosi articoli più o meno allarmistici apparsi a più riprese sulla stampa locale facessero presagire.

Oltre sette intervistati su dieci si dichiarano soddisfatti o discretamente soddisfatti. E soltanto un quarto esprime una valutazione poco positiva o addirittura deludente. I dati di arrivi e presenze nelle strutture certificate per il periodo giugno - agosto in Trentino confermano peraltro questa valutazione soggettiva. Si è registrato un incremento di arrivi (+1,7%) e presenze (+2,7%) di stranieri rispetto all'estate 2007 e un incremento di arrivi di italiani (+1,6%), a fronte però di una contrazione nel numero di pernottamenti (-2,2%), che si riflette negativamente sulle presenze complessive (-0,7%). I dati ufficiali delle presenze evidenziano situazioni molto diversificati tra un ambito e l'altro. A fronte di ambiti con incrementi positivi anche significativi come Vallagarina e Rovereto, Trento, Valsugana, Pinè Cembra, stanno altri ambiti con perdite più consistenti del dato medio come gli Altipiani di Folgaria Lavarone e Luserna e l'ambito di Comano. Quest'ultimo ambito, peraltro, assieme al Garda presenta anche un dato negativo sugli arrivi.

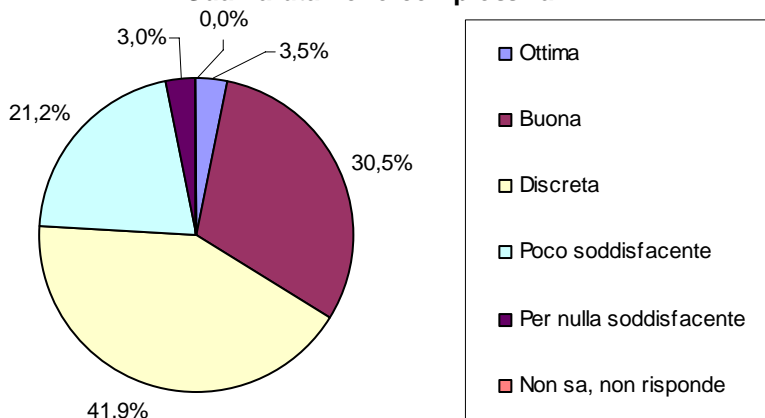
Anche le testimonianze rese dagli operatori interpellati da Monitur rispecchiano ampie differenziazioni, anche se sembra abbastanza condiviso il parere che il mese di agosto sia andato complessivamente meglio di luglio, penalizzato dal maltempo. Almeno due intervistati su tre (ma la percentuale è più alta per campeggi e rifugi) riconoscono di essere stati penalizzati dalle condizioni meteo che hanno caratterizzato l'apertura della stagione estiva. Meno ottimismo è invece nutrito sull'andamento del mese di settembre. Emerge da queste risposte come la stagione estiva sia più difficile da gestire rispetto all'inverno. Nonostante gli sforzi fatti in questi anni, e peraltro riconosciuti dagli interlocutori di Monitur, di diversificare l'offerta potenziando la vacanza attiva. Almeno un terzo ad esempio ha riscontrato un crescente interesse per le piste ciclabili, in grado di alimentare nuovi flussi di turisti.

Le sollecitazioni degli intervistati su come migliorare l'offerta estiva raccolte da Monitur sono numerose e non sempre scontate: dalla valorizzazione dell'ambiente alla vacanza come esperienza, dall'avventura e la vacanza sportiva all'attenzione a forme di vacanza ecocompatibili, dall'acqua e benessere, alla maggiore attenzione a specializzare le proposte per indirizzarsi a target particolari o di nicchia.



Archivio Servizio Turismo (Tomaselli)

Siamo ormai prossimi al termine della stagione estiva 2008. Secondo la Sua esperienza, quale è la Sua valutazione complessiva?



Com'è andata?

La prima domanda aveva per tema *una valutazione complessiva dell'andamento della stagione estiva 2008*.

Le risposte nettamente positive si sono raccolte attorno ad un giudizio "buono" per il 31% dei casi, alle quali va aggiunto un "ottimo" per il 3% dei rispondenti. In totale, quindi, i soddisfatti sono il 34%.

Discretamente soddisfatti si dichiarano invece il 42% dei rispondenti. E' una quota davvero rilevante, la più ampia.

Poco soddisfatti il 21%, per nulla il 3%. Realmente convinti di un risultato negativo, quindi, sono il 24% dei rispondenti, meno di uno su quattro.

Nessuno non risponde alla domanda, ed è questo un aspetto interessante, segno non soltanto di grande partecipazione, ma anche di chiarezza di idee in proposito.

Considerando le difficoltà meteorologiche particolarmente evidenti in luglio, la stagione estiva 2008 non è valutata negativamente a fine settembre, quando le cose sono ovviamente più



Archivio Servizio Turismo (Tomaselli)

evidenti e chiare.

Andando a vedere tra le varie categorie di soggetti rispondenti quali siano le eventuali differenze, si può notare una soddisfazione superiore alla media tra i - pochi, in assoluto - rappresentanti delle C.A.V, mentre tra i responsabili delle ApT e delle Pro loco c'è una netta spaccatura, con circa la metà formulanti un giudizio positivo e l'altra metà fortemente insoddisfatta, in una sorta di doppia polarizzazione delle opinioni in merito.

Se si va ad indagare in merito alla differenza di percezione inerente l'andamento della stagione tra le varie aree del Trentino turistico,

non si può non notare come in Valsugana lo sbilanciamento verso un giudizio decisamente positivo sia il più elevato tra gli ambiti. Anche sul Garda Trentino si aggrega comunque un numero



Fototeca Trentino SpA

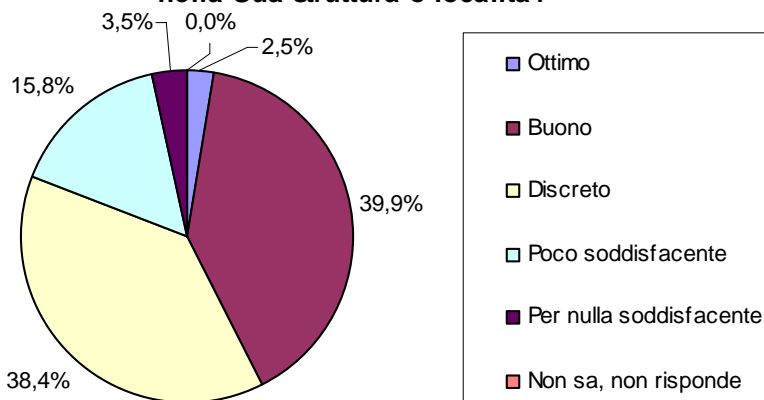
di dichiarazioni positive superiore alla media dell'intera provincia. Segnali apprezzabili, pur su livelli inferiori, si colgono in Paganella e anche in Vallagarina.

Solo discreto invece è il giudizio espresso, tendenzialmente, in Val Rendena, in Folgaria e nel Tesino, che in questo si contrappone all'Alta Valsugana (si preferisce in questa sede separare le considerazioni inerenti Tesino ed Alta Valsugana nonostante la recente fusione dei due ambiti, visto che le impressioni emergenti sono ben diverse).

Maggiore delusione invece in Valle di Fiemme ed in Valle di Sole.

La valutazione, a consuntivo, inerente *l'andamento e la ricaduta economica* generata dal flusso turistico del *mese di agosto* vede emettere un giudizio buono nel 40% dei casi ed un giudizio ottimo nel 3% delle risposte, totalizzando quindi un 43% di soggetti soddisfatti.

Come valuta, a consuntivo, l'andamento e la ricaduta economica del flusso turistico di agosto nella Sua struttura o località?



Soltanto discreto è giudicato l'agosto per il 38% dei rispondenti, mentre poco soddisfatti sono il 16%. Per nulla soddisfatti il 3%. Anche in questo caso tutti hanno risposto alla domanda.

Si può considerare, in sintesi, che i soggetti formulanti un giudizio inequivocabilmente negativo sono il 19%, meno di uno su cinque. E' una percentuale meno elevata di quella inerente l'intero andamento estivo, segnale questo che agosto ha dato maggiori soddisfazioni della media stagionale.

Qualche ambito come la Valsugana (ma non il Tesino) o la Val di Non, registrano un giudizio più positivo, mentre altri, come ad esempio la Valle di Fiemme, esprimono livelli più elevati di insoddisfazione.

Si chiedeva poi una valutazione in merito all'andamento conclusivo della stagione estiva, riferito al *mese di settembre*.

Le risposte sono state in buona parte tendenzialmente negative, nel senso che il 40% dei rispondenti ha giudicato settembre un mese peggiore del 2007. Per il 50%, invece, il mese in questione si è rivelato sui livelli di quello di raffronto, senza apprezzabili differenze; il 12%, però, lo ha trovato leggermente

migliore, ed il 2% decisamente superiore per risultati a quello del 2007.

Una prima conclusione porta ad evidenziare come da un lato le risposte che tendono ad un giudizio complessivamente positivo siano la maggior parte, mentre una seconda considerazione porta a sottolineare come ben due rispondenti su tre valutino il mese di settembre peggiore di quello di raffronto, generando una certa "doppia lettura" della stagione in oggetto. Gli alberghi tendono a concentrarsi oltre la media attorno all'idea che le cose siano andate come nell'estate del

2007, opinione che vede di quest'avviso anche una buona parte di ApT e Pro loco. In Val di Sole, Val di Fiemme e Val Rendena, emergono

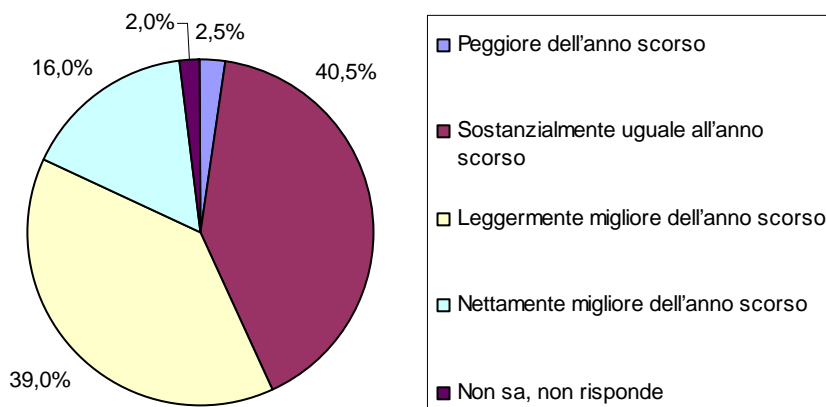
valutazioni che vedono frequentemente insoddisfatti gli operatori, che giudicano il mese di settembre in più di un caso peggiore di quello di raffronto. In Valle di Fassa, invece, si tende a coagulare il giudizio attorno ad una "ripetizione dei valori dell'estate precedente", opinione che va per la maggiore



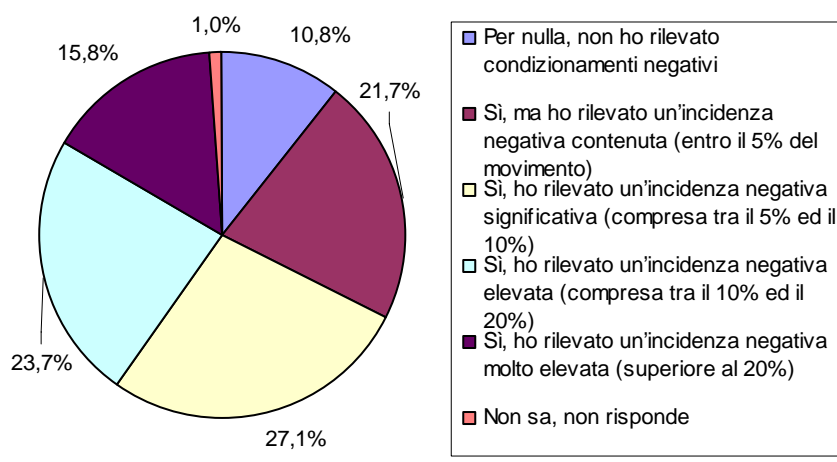
Fototeca Trentino SpA

anche in Alta Valsugana.

A Suo avviso, come si sta rivelando l'andamento del mese di settembre?



A Suo parere, le avverse condizioni meteorologiche della prima parte della stagione estiva hanno condizionato i flussi di arrivi e presenze turistiche nella Sua struttura o località?



In Paganella soprattutto, ma anche in valle di Non e nel Primiero il numero di operatori che valutano settembre "leggermente migliore dell'anno scorso" sono relativamente più numerosi di quanto accade nelle altre aree del Trentino.

Ed il maltempo?

Le avverse condizioni meteorologiche della prima parte della stagione estiva potrebbero avere condizionato i flussi turistici in Trentino. Si chiedeva quindi se questo si era verificato nelle località o nelle strutture degli intervistati.

L'11% dei rispondenti dichiara di non averne risentito in alcun modo, mentre il 22% ha rilevato un'incidenza negativa, ma limitata al massimo entro un 5% dell'intero movimento.

Un'incidenza negativa che sta invece tra il 5 ed il 10% la dichiara il 27% dei rispondenti, mentre una perdita compresa tra il 10 ed il 20% lo registra il 24%.

Un'incidenza negativa molto elevata, superiore al 20%, la dichiara invece il 16% dei rispondenti.

In conclusione, almeno a grandi linee, si può dire che il maltempo ha messo in qualche difficoltà la maggior parte degli intervistati, che ne hanno risentito quindi in termini superiori al 5%. Soltanto uno su tre tra i rispondenti al Monitor dichiara di non averne sofferto, oppure di avere limitato le perdite.



Archivio Servizio Turismo (Finadri)



Fototeca Trentino SpA

Nei campeggi la situazione viene percepita come maggiormente negativa di quanto non emerga in altre categorie: non deve stupire, poiché il maltempo nei camping è certo "vissuto" peggio dagli ospiti che in un albergo o in un appartamento...

Decisamente preoccupante la sensazione riportata dai rifugi, che in più di un caso denunciano una contrazione compresa tra il 10 ed il 20%, se non anche più pesante.

Anche gli alberghi sembra abbiano risentito del maltempo, ma non in termini più gravi di quanto espresso dal totale degli intervistati.

Andando a vedere le opinioni di area in area, notiamo accentuazioni più negative sul Garda trentino e nella vicina Vallagarina; ma anche nel Tesino e in Piné.

Poco soddisfatti a Trento, in Valle di Non e nel Primiero-Vanoi.

Meno condizionati negativamente, ma sembrerebbero essere stati altri ambiti come Folgaria, Lavarone e Luserna, la Paganella, la Valle di Fiemme (che però vede anche molte risposte polarizzarsi attorno all'insoddisfazione, in una duplice chiave di lettura).



Fototeca Trentino SpA

La Valle di Sole, similmente alla Valle di Fiemme, raccoglie pareri molto diversi, spalmati sulle diverse opinioni.

afferma che essa è già evidente realtà in termini di aumento e rinnovamento della clientela, mentre una quota più consistente ma ancora non molto ampia, si tratta del 18%, dichiara che questo è un fatto reale, ma negli effetti ancora contenuto.

Per il 47% di coloro che hanno voluto fornire risposte, questo è certo un progresso effettivo, reale in termini di immagine rinnovata, ma non si è ancora tradotto in un sostanziale aumento di flussi turistici e di mutata propensione alla spesa.

Più pesante è il giudizio del 23% dei rispondenti, che oltre a non vedere miglioramenti, afferma che non sono presenti, in realtà, delle iniziative di rilancio della montagna estiva trentina ed è evidente, invece, una situazione di stallo della stessa.

Non sa o non risponde addirittura l'11% dei partecipanti al Monitur in questione, segnale

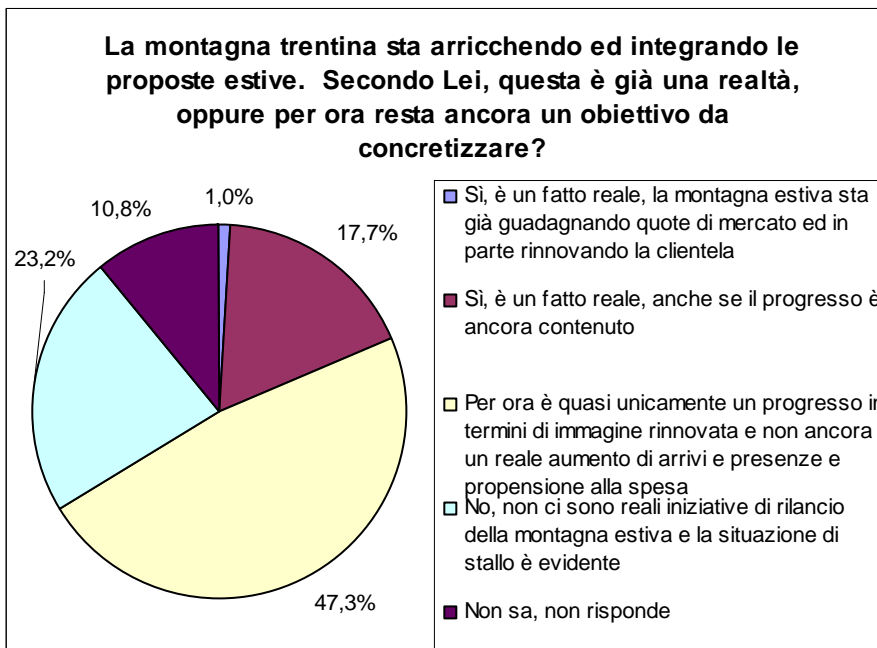
L'offerta che migliora

La montagna trentina ha arricchito ed integrato le proposte estive, allo scopo di potenziare la sua capacità di attrazione sia verso gli ospiti abituali che quelli nuovi. Si chiedeva se questa operazione di *miglioramento dell'offerta* si era già *tradotta in realtà* anche in termini di aumento di arrivi e presenze degli ospiti e di miglior propensione alla spesa, *oppure resta* per il momento *ancora* un obiettivo da raggiungere.



Fototeca Trentino SpA

Soltanto l'1% dei rispondenti

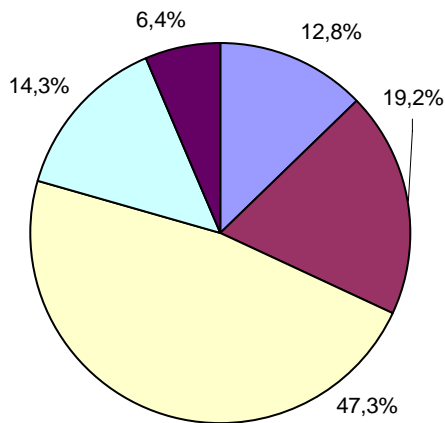


questo che almeno in parte si può ricondurre alla difficoltà insita nella valutazione del fenomeno di cui si va trattando, fenomeno peraltro non facile da focalizzare e, soprattutto, quantificare.

I rifugi si distinguono per ritenere che non ci siano ancora realmente iniziative di rilancio per la montagna estiva ed evidenziano la situazione di stallo attuale.

Le piste ciclabili, estese e di buona qualità in Trentino, rappresentano un punto di forza dell'offerta turistica e del complessivo vivere il territorio. Si chiedeva così se l'azienda o la località dell'intervistato

L'estesa rete di piste ciclabili è un punto di forza del Trentino. L'offerta ha incontrato in estate l'interesse di consistenti gruppi di turisti, o si è limitata ad essere un'integrazione della vacanza di "chi c'è già"?



- Sì, abbiamo riscontrato nella nostra azienda/località un crescente flusso di turisti con uno specifico interesse per la rete ciclabile
- Sì, abbiamo riscontrato nella nostra azienda/località un movimento di turisti interessati però al semplice uso della bicicletta come strumento di svago ed attività
- No, non abbiamo ancora avuto un riscontro significativo, da parte dei cicloturisti, riconducibile alla presenza delle piste ciclabili, ma soltanto da parte di semplici utilizzatori occasionali
- No, non abbiamo ancora avuto alcun riscontro in merito, né per quanto riguarda i cicloturisti, né in merito ad ospiti utilizzatori occasionali
- Non sa, non risponde

Il 47% dichiara di non avere ancora avuto un riscontro che si possa considerare significativo, da parte dei cicloturisti, nel senso di ospiti chiaramente riconducibili alla disponibilità della rete ciclabile, ma ha notato la presenza di semplici utilizzatori occasionali. Si tratterebbe in molti casi di soggetti utilizzatori di bici e ciclabili in termini non "forti" ed appassionati ed in una situazione di questo tipo la

avesse avuto occasione di incontrare, nel corso dell'estate, l'interesse di consistenti gruppi di ospiti motivati dalla presenza delle piste ciclabili, oppure se le stesse fossero al momento soltanto una, pur positiva, semplice integrazione della vacanza di coloro che sono già sul posto.

ciclabile resta soltanto una positiva presenza ad

Le risposte in merito vedono un 13% di rispondenti affermare di avere riscontrato un crescente flusso di turisti con uno specifico interesse per la rete ciclabile; un 19% ha invece riscontrato un interesse ed un movimento turistico, ma l'interesse è limitato al semplice uso della bicicletta come strumento di svago e pratica attiva, non nettamente collegato alla bicicletta come principale motivazione di vacanza.

Si tratta complessivamente di un'attenzione alla bicicletta tutt'altro che disprezzabile.



Fototeca Trentino SpA

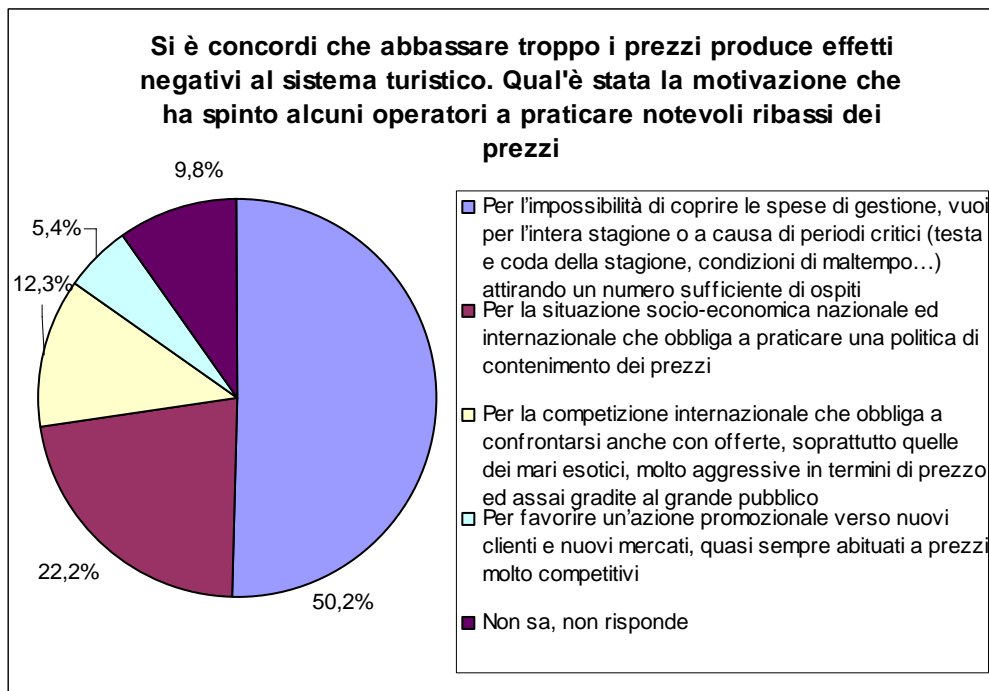
integrazione dell'offerta, ma non un potente elemento di richiamo per il marketing d'area.

Il 14%, invece, afferma di non avere avuto alcun riscontro, né quindi cicloturisti né utilizzatori occasionali sono stati notati in termini significativi. Non sa o non risponde alla domanda il 6%, una percentuale non trascurabile.

Tra le varie aree trentine i pareri sono come spesso accade diversi: sul Garda l'aumento delle presenze dovuto alle piste ciclabili è già per molti un dato di fatto. Qualche assai modesto segnale positivo a Trento, così come nel Primiero, in Valle di Fassa, nella contigua Valle di Fiemme e in Valle di Ledro.



Fototeca Trentino SpA



Prezzi e ribassi...

L'ottavo quesito posto da Monitur verteva sulla *politica di prezzo*. La premessa posta agli intervistati era l'affermazione che un *eccessivo abbassamento dei prezzi* dell'offerta (quantificato in un 20% in meno del prezzo dichiarato) produce effetti negativi all'intero sistema turistico. Ciononostante, nel corso dell'estate 2008 non sono mancati notevoli ribassi da parte di operatori trentini. Si chiedeva allora, fatte queste premesse, quale fosse stata la principale motivazione che spingeva, a detta dell'intervistato, alcuni operatori ad agire in tal modo.

Le risposte si sono raccolte anzitutto attorno ad un 50% di soggetti che ritengono che l'impossibilità di coprire le spese di gestione (sia dell'intera stagione, sia di alcuni periodi critici, di testa e di coda di stagione, oppure dovuti al maltempo) sia la motivazione principale che spinge taluni operatori a ribassare eccessivamente i prezzi, nella speranza di attirare un maggior numero di ospiti.

Un secondo blocco, il 22%, pur assai meno numeroso, è quello costituito da coloro che attribuiscono alla negativa situazione socio-economica nazionale ed internazionale l'obbligo di praticare una politica di contenimento dei prezzi.

Il 12% dei rispondenti si raccoglie sotto la spiegazione riguardante il difficile confronto competitivo internazionale, scenario nel quale le mete esotiche sono molto aggressive in termini di



Fototeca Trentino Spa



Archivio Servizio Turismo (Finadri)

raccolti attorno al territorio visto come *ambiente naturale* (la "montagna" è particolarmente indicata

dai rispondenti della Valle di Sole come elemento di scoperta-riscoperta, e non potrebbe essere altrimenti), ma anche e fortemente come *contesto culturale, storico* (si pensi ad esempio alla grande guerra, tanto per citare uno dei temi ricordati, ad esem-

prezzo, risultando assai gradite al pubblico.

Chiavi di lettura e proposte

Monitur sollecitava anche gli interlocutori a formulare suggerimenti per migliorare l'offerta estiva.

Ambiente naturale ed umano, culturale...

In merito al primo quesito inerente i temi che, se sviluppati, potrebbero dare ulteriori soddisfazioni al Trentino turistico estivo, innescando crescita e profitto, si può considerare

innanzitutto un primo blocco di suggerimenti,



Fototeca Trentino SpA

La vacanza come esperienza, la diversità, la caratterizzazione...

Altre segnalazioni si raccolgono attorno al tema della *vacanza-esperienza*, intendendo così riassumere una proposta caratterizzata non soltanto dal riposo, dallo svago, ma soprattutto dal “provare”, vivere una - appunto - esperienza ben precisa, ad esempio attraverso il coinvolgimento nella vita della campagna, oppure nella raccolta-produzione di alimenti, nell'apprendimento di tecniche...

La vacanza “esperienza” viene indicata come formula interessante da più di un ambito e non è limitata ad una precisa zona del Trentino. D'altra parte, non per nulla si parla da anni di un vincente marketing “esperienciale”, per la maggior parte dei prodotti e dei servizi, e a maggior ragione per la vacanza.

pio dagli operatori di Folgaria Lavarone e Luserna, oppure in Valle di Ledro, ma non mancano anche dalla più “alta” Valle Rendena, da Campiglio, che nonostante la quota vede appunto citazioni in questo senso), luogo di attività umana interessante, di un vivere ricco di sfaccettature che vanno dalla salubrità al forte spessore culturale, religioso. In rapporto a questa indicazione del territorio come motivazione forte, troviamo la produzione di *eventi coerenti* e sinergici a questo modo di vivere e proporre la destinazione: eventi dove cultura e gastronomia possono anche incontrare l'innovazione tecnologica, le scelte energetiche, i temi del corretto rapporto con l'ambiente sia naturale che umano.

Un'altra area dove gli eventi vengono ritenuti importanti è quella sportiva: l'evento sportivo, agonistico è animazione ed anche promozione del territorio, evidentemente. E' questo il “grappolo” di motivazioni affini più importante e numeroso. Si tratta di segnalazioni, indicazioni che vengono da quasi un intervistato su cinque.

Altri interlocutori hanno segnalato l'importanza della *vacanza “a tema”*, sottolineando la caratterizzazione e la vocazione di un territorio



Fototeca Trentino SpA

che si può esprimere nella vacanza, a tema. Non uno “stacco” generico, quindi, ma una vacanza caratterizzata, “marchiata” da un piacevole, interessante aspetto.

Qualche intervistato suggerisce alcuni “temi” quali il cavallo, la pesca, il windsurf, ma non manca una proposta per chi è in vacanza con il cane e non sempre trova ospitalità. Altri raccomandano la creazione di pacchetti ricchi di attività e proposte che trovino conseguentemente anche più possibilità di successo in ambito di commercializzazione, invitando a dare un'immagine più “grintosa” all'intera montagna ed alla vacanza.

Numerose segnalazioni esprimono la convinzione che sia opportuno per il futuro, *specializzare* aziende ed aree, *valorizzandone le vocazioni e le peculiarità*.



Fototeca Trentino SpA



Fototeca Trentino SpA

Nell'insieme tutte queste segnalazioni mettono in evidenza la necessità/opportunità di spingere virtuosamente sulla caratterizzazione, su una proposta fortemente connotata, sulla "unicità" ben difficilmente duplicabile, dunque, da parte dei competitor. Si raccolgono certo interpretazioni diverse, ma il tema conduttore, forte, è questo.

Una sola è la proposta che fa riferimento ai congressi, mercato peraltro problematico.

Tranquillità nella natura

Un terzo insieme di risposte, che incontra la sensibilità di oltre un partecipante su sei, è quello che si raccoglie attorno al tradizionale ma sempre valido e gradito mix di tranquillità, *possibilità di relax*, in un ambiente naturale gradevole, in un paesaggio ameno, il tutto corroborato da un buon trattamento ad ogni livello nei servizi. Sono presenti riferimenti di questo genere in buona parte del Trentino, dal Garda alla Valle di Fassa. Chi cerca relax, in vacanza, non manca mai.

E' la vacanza riposante, quella ben conosciuta, quindi, ma assai aperta ed attenta a piacevoli, stimolanti integrazioni. Non sembri questa, dunque, una proposta superata: il riposo in un ambiente salubre e adatto ad attività che ritemprino sotto il profilo psicofisico non è mai "vecchia". Superato, semmai, può essere il modo di proporla, sbagliata la non-attualizzazione di comunicazione e servizi, ma non certo la sostanza, consistente nel godere di natura, clima, proposte ed esplorazioni che vanno dall'attività dolce all'enogastronomia, dalla lenta lettura del territorio alla socializzazione, alla cultura intesa in un'accezione molto ampia.



Archivio Servizio Turismo

In un mondo che corre sempre più velocemente, in una società ormai votata in gran parte alla superficialità, rallentare e comunicare, relazionarsi con luoghi e persone è senza dubbio un valore di grande e virtuosa potenza. E come tale non può certo invecchiare, né tantomeno essere considerato superato. Semmai, si tratta di attualizzarne le forme di comunicazione, informazione e promozione soprattutto, che ruotano attorno ad esso.

Avventura, sport ed emozioni

La vacanza avventura, che chiama per certi versi da vicino anche le segnalazioni in merito all'acropark, spesso dedicato ai giovanissimi, o a canoa-rafting, è poi un altro tema che raccoglie anch'esso un buon numero di segnalazioni. Attività e formule di vacanza vivaci, nettamente caratterizzate dal taglio avventuroso.

Altri sottolineano *la vacanza sportiva*, dalla classica arrampicata - ben più tecnica e per esperti, non confrontabile con certe esperienze "avventura", emozionanti certo, ma fruibili da quasi tutti, in sicurezza ed in modo anche "passivo" - al trekking, inteso come pratica che si differenzia dalla semplice, disimpegnata passeggiata.

Indicazioni in questo senso vengono da varie parti del Trentino, ad esempio dalla Valle di Sole e dalla Valle di Fassa, ma anche dalla più "tranquilla" area di Rovereto-Monte Baldo...

Compatibilità, sostenibilità, biologicità

Un "filo rosso" importante ed in qualche modo più "alto" è quello caratterizzante il gruppo di indicazioni/motivazioni che

possiamo definire "bio-eco", quella nutrita serie di indicazioni che sottolineano come



Archivio Servizio Turismo



Archivio Servizio Turismo

la *biologicità* dei prodotti, delle costruzioni (bio-architettura), l'attenzione alla salute, nonché il concetto di *eco-compatibilità*, l'attenzione all'ambiente ed all'uomo in tutte le loro espressioni, sia un tema non soltanto etico e scientifico, ma anche di marketing. Il pubblico, specialmente quello straniero (gli italiani sembrerebbero meno sensibili) è già pronto a questo approccio, a questa filosofia nel proporre territorio, vacanza, strutture ed ospitalità in generale.

Il tema della "naturalità" e del basso impatto ambientale, della purezza di terra, acqua ed aria, nonché di alimenti, la scarsità di rifiuti, di scarti non è soltanto limitata al vivere agriturismo, ma è trasversalmente declinabile attraverso la bio-edilizia, le produzioni di frutta, verdura, vino, prodotti biologici in genere, per passare poi rapidamente, ma non per questo superficialmente, al basso consumo di detersivi, alla produzione di energia per quanto possibile pulita e da fonti rinnovabili, ecc.



Fototeca Trentino SpA

Più che un prodotto-vacanza è quindi una *modus operandi*, una filosofia d'avanguardia che diviene poi, anche, marketing, caratterizzazione, differenza rispetto ad altre proposte. E buona parte del pubblico, quella più sensibile ed evoluta, gradisce senz'altro.

Acqua e benessere

Non mancano segnalazioni in merito al tema del termalismo, ma sono per lo più ad intendere un *termalismo-benessere "leggero"*, rivolto a giovani e famiglie, un wellness di piacevole svago, ad integrazione di un buon vivere che molti ospiti della montagna trentina delle stagioni più recenti hanno cominciato a conoscere ed apprezzare.

Non si tratta quindi di acque "curative", ma di acqua e servizi quali saune, idromassaggi come elemento di relax e svago e - perché no? - anche come antidoto valido alla potenziale noia dei giorni di maltempo. Un benessere che deve



Fototeca Trentino SpA

essere accessibile secondo alcuni anche a famiglie con bambini, giovani... Si tratta dunque di una definitiva "normalizzazione" dell'uso dei centri wellness, evoluzione che potrà e forse obbligherà a riflessioni. Del resto, anche i villaggi turistici nascono rivolti ad un pubblico adulto, pur giovanile, che vive di socializzazione e di comfort a volte spartano, e poi nel tempo diventano "villaggi per famiglie", protetti, e "guidati", ben lontani dal vivere "libero" degli anni '60 e '70...

Il tema del wellness vede una diffusa sensibilità e da anni non è più ad appannaggio di specifiche aree. Semmai c'è da notare come sia stato in parte già metabolizzato dai rispondenti, nel senso che la diffusa presenza di strutture per benessere "leggero" è data come quasi normale e non viene più ad essere come poche stagioni or sono, invece, uno dei temi più segnalati e "raccomandati", sia in termini di utilità che di tendenza di mercato.



Fototeca Trentino SpA

La bicicletta

Quasi il 10% degli interpellati cita la bicicletta come oggetto che è non soltanto un attrezzo sportivo per veri appassionati, molto preparati tecnicamente e fisicamente, ma anche uno stile di vacanza, una pratica più o meno impegnativa che è chiave di fruizione del territorio, perno delle giornate di soggetti senza dubbio più "turisti" e meno "agonisti".

La presenza della estesa rete delle ciclabili, apprezzata ma da più parti richiesta di un potenziamento e di ancora maggiore estensione, rappresenta indubbiamente un'opportunità. In merito alla mountain bike, invece, non vi sono segnalazioni in numero sostanzioso soprattutto per il semplice motivo che si dà per scontata la presenza di appassionati di questa disciplina.

Esaminando le risposte per area non poteva non emergere una buona attenzione nei confronti della proposta-bicicletta nel Garda Trentino, che da anni peraltro punta con successo anche in questa direzione.

I giovani, un mercato da conquistare o da rafforzare

Alcune segnalazioni vanno ad indicare il target dei *giovani*, soggetti che rappresenterebbero, secondo questi intervistati, un mercato da perseguire con maggiore impegno ed

attenzione da parte del Trentino turistico estivo, sia nel prodotto che nelle forme di promo-commercializzazione. Non si disdegnano anche i gruppi parrocchiali.

Si può dire, forse, che non sono molte le segnalazioni in proposito. Neppure le famiglie con bambini, del resto, sono in particolare visibilità. Può darsi che ormai si considerino questi due target come ovvi, come evidentemente espressi e quindi non più emergenti nelle nuove sensibilità e nelle recenti politiche d'impresa e strategie della complessiva destinazione.

I mercati esteri

Alcuni testimoni indicano opportuna una *maggiore attenzione* da parte del Trentino turistico estivo ai *mercati stranieri*. La Valle di Fiemme, tra le aree della provincia, è particolarmente sensibile a questo tema, sia

in estate che, come noto, in inverno, stagione nella quale i pernottamenti degli ospiti esteri sono la maggioranza assoluta.

Forse non sono molte le segnalazioni in questo senso, ma restano un importante richiamo a non perdere di vista l'internazionalizzazione dell'offerta e delle dinamiche trentine e dei singoli ambiti, che spesso trovano in inverno maggiore

facilità nel rapporto con i bacini di utenza estera.



Fototeca Trentino SpA



Fototeca Trentino SpA



Archivio Servizio Turismo (Finadri)

L'ovvio che non è... ovvio

Un gruppo di segnalazioni, peraltro eterogenee nell'indicare opportunità o difficoltà, può essere raccolto attorno ad una chiave di lettura che è quella di un sottolineare come si debbano fare anzitutto le cose ovvie, spesso conosciute, apparentemente poco interessanti e stimolanti poiché non innovative, ma assai importanti. Si cita



Archivio Servizio Turismo (Tomaselli)

ad esempio la mobilità nelle località turistiche, che dev'essere veramente orientata all'ospite e magari "slow".

Le difficoltà

I riferimenti alla crisi economica non sono pochi, ma si esprimono formulando un generico rammarico di fronte alla diminuita capacità di spesa, alla tendenza al "mordi e fuggi" e alla "vacanza breve".

La crisi, segnalata più chiaramente da una dozzina di intervistati, si collega al conseguente - ma certo non necessariamente irrinunciabile - gioco del *ribasso dei prezzi* (non mancano certo numerosi riferimenti in questo senso!), i last minute, la difficoltà nell'affrontare con professionalità il mercato (si pensi ad esempio, dice un intervistato, alla conoscenza della lingua tedesca), la mancanza di una buona e diffusa

formazione culturale e professionale, la difficoltà nel fare sinergie tra imprenditori, ma anche nel rapporto con l'ente pubblico, le istituzioni, la politica in generale (secondo case numerose, infiltrazione criminalità attraverso l'acquisto di aziende, assenza di professionalità soprattutto da parte di persone che si improvvisano), ma anche



Archivio Servizio Turismo (Finadri)

in merito ai finanziamenti pubblici.

E' un tema, questo, che vede il Garda Trentino particolarmente attento. Ma non è certo l'unica area a manifestare questa sensibilità, si pensi alle dichiarazioni provenienti da Madonna di Campiglio, Pinzolo e Val Rendena, alla Valle di Fassa, dalla Valle di Fiemme, all'ambito di Trento, Monte Bondone, Valle dei Laghi.

[gb,mf]



Archivio Servizio Turismo (Finadri)