

## Sintesi Report n°4 - Analisi e approfondimenti per la predisposizione delle Linee Guida per la politica turistica in Trentino

Questo Rapporto è stato pensato come materiale di documentazione per la predisposizione delle Linee Guida sul turismo per la XIII Legislatura.

Spazia su una serie di temi che delineano un insieme compiuto della realtà turistica provinciale e delle tante problematiche connesse.

Si apre con una sintesi delle attuali tendenze in atto nel turismo montano e in particolare alpino (frammentazione dell'offerta, ma al tempo stesso espressione della comunità locale, debolezza della stagione estiva, crescente importanza della stagione invernale ecc).

Un successivo capitolo analizza il quadro normativo e programmatico del Trentino, focalizzando l'attenzione sul Progetto di marketing territoriale, e le due leggi fondamentali del 2002: la Riforma della promozione turistica in Trentino e la Disciplina degli esercizi alberghieri ed extralberghieri con l'opzione della promozione della qualità nella ricettività turistica.

Si passa poi ad analizzare l'offerta turistica trentina. I diversi modelli di offerta territoriale (con un excursus anche sui diversi patti territoriali proposti) e i loro diversi prodotti, con un'analisi puntuale dell'offerta estiva in rapporto alla stagione invernale in termini di fatturato, posti letto occupati, pernottamenti.

Sui prodotti specifici l'approfondimento è condotto su trekking e Parchi (turismo natura); sull'offerta laghi, Bike e ciclabili, il golf. Sono poi analizzate l'offerta culturale (i Musei, con una disamina dei modelli di card turistiche fuori del Trentino, gli eventi); l'offerta di turismo rurale ed enogastronomico; terme e offerta benessere; il turismo congressuale.

Per quanto riguarda la stagione invernale il Rapporto contiene una serie di considerazioni sull'offerta del prodotto neve, i più recenti interventi effettuati nelle aree sciabili, il progetto Nordic ski.

Chiude questa parte sull'offerta un'analisi della ricettività, con un approfondimento del settore alberghiero anche alla luce dei risultati conseguiti dall'indagine decennale sull'imprenditoria alberghiera. già oggetto di uno specifico Rapporto.

Prima di esaminare in una parte successiva il ruolo dell'ente pubblico e una serie di obiettivi strategici, è analizzato il posizionamento competitivo del Trentino in riferimento alle regioni alpine italiane ed estere.

Sugli obiettivi strategici l'analisi e gli approfondimenti privilegiano la sostenibilità, il traffico e la mobilità, la scelta della qualità (qualità aziendale ed emozionale, qualità ambientale e Agenda 21, qualità e marchi); il Trentino come area sistema, con un accenno al destination management, alla nuova organizzazione turistica, al web marketing.

Questa parte di strategia approfondisce successivamente il tema del capitale umano e l'imprenditorialità nel turismo e soprattutto nel ricettivo e si chiude con alcune indicazioni di marketing strategico: le potenzialità del mercato germanico, gli emergenti mercati dell'Est per il turismo invernale, il Far East.

Il Rapporto contiene poi una serie di indicazioni puntuali per la messa a punto di specifiche azioni e misure riprendendo le indicazioni fornite dai gruppi di lavoro del Coordinamento provinciale per il turismo: il riposizionamento delle piccole stazioni: azioni per la qualità; azioni e club di prodotto nella ricettività (ospitalità diffusa, ospitalità rurale...come esempi di turismo sostenibile); azioni per la diffusione di prodotti locali e tipici; azioni per eventi culturali e ambiente; azioni sulle risorse umane.

Infine il Rapporto contiene una serie di contributi degli esperti che hanno dato vita ad un Think tank per l'elaborazione delle Linee guida e una rassegna sintetica di alcuni importanti documenti programmatici provinciali e non.

Forse il migliore Report dell'Osservatorio, senz'altro il più vario e ricco di spunti.

[gb]