



LA RISORSA SOCIALE: COME ORGANIZZARCI PER ESSERE ATTRATTIVI?

24 gennaio 2019, Tuenno, Ville d'Anaunia

Punto della situazione

Negli incontri precedenti si è via via delineato un quadro di riferimento relativamente a:



Destinazione turistica: alcuni concetti

- La destinazione è quel “contesto geografico” (luogo, comprensorio, piccola località, ...) scelto dal turista o dal segmento di turisti come **meta** del proprio viaggio;
- La delimitazione geografica **varia** – in base all’origine dell’ospite – in base alle *conoscenze e alle informazioni* che l’ospite (potenziale) ha sulla destinazione;
- La destinazione viene definita dall’ospite. Ogni visitatore, ogni ospite definisce la **destinazione come una *combinazione di prodotti e servizi*** che intende consumare nella delimitazione geografica che decide.

Un mix di risorse

Destinazione turistica

Attrazioni

Accessibilità

**Informazione,
accoglienza,
ricettività**

**Immagine
turistica**

Quale modello organizzativo?

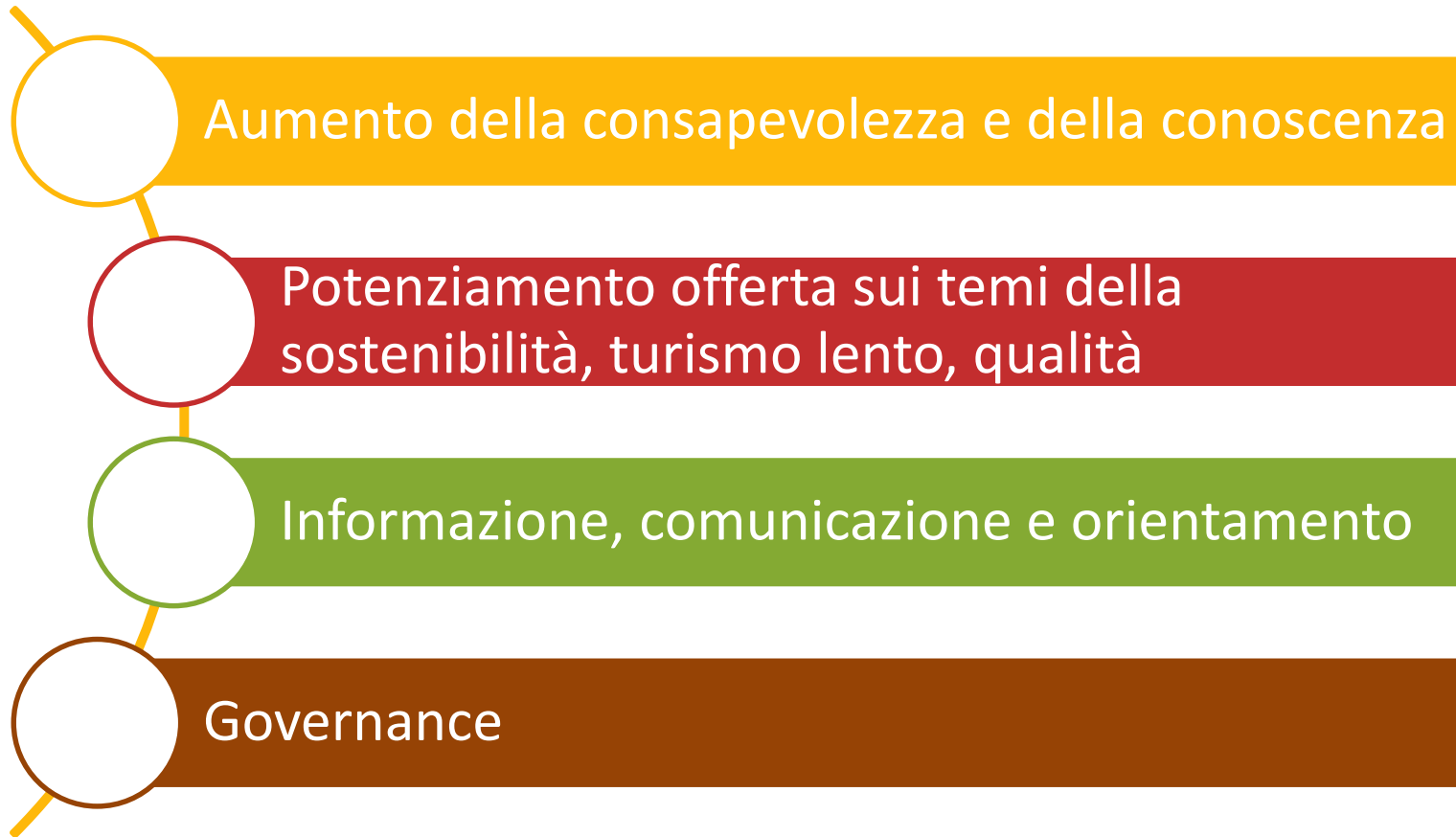
Valorizzare Ville d'Anania come destinazione turistica, orientata ad un modello di **turismo sostenibile**, implica:

Gestione strategica del territorio

- una **visione condivisa**
- l'incoraggiamento, a partire dal patrimonio di risorse e competenze disponibili, di **accordi tra attori** (pubblici e privati), perché sostengano e alimentino il disegno complessivo del territorio
- Configurazione di network, per la generazione di **nuove relazioni** tra i soggetti locali

TEMI PORTANTI E RISORSE ATTIVABILI

Temi prioritari emersi



Aumento della consapevolezza e della conoscenza

- Sostenere nella comunità una visione di **turismo (sostenibile), come opportunità** di sviluppo per l'intero territorio
- **Promuovere la conoscenza**, in particolare tra i più giovani, del patrimonio culturale, artistico e naturalistico diffuso
- **Mettere a fattor comune il patrimonio di conoscenza di ciascuno**, per ricostruire un quadro il più possibile completo dell'offerta territoriale
- Sostenere un **cambio di mentalità**, per una comunità più aperta
- Promuovere **un'ospitalità diffusa**
- **Contrastare il turismo «mordi e fuggi»** e favorire una maggiore consapevolezza anche da parte del visitatore nei confronti dell'offerta locale
- Valorizzare non solo i punti di interesse già noti, ma recuperare l'attenzione anche per elementi minori ma fortemente identitari (es. malghe, alpeggi)
- ...

Potenziamento offerta sui temi della sostenibilità, turismo lento, qualità

- Promuovere una **rete integrata di itinerari** di visita del territorio che intercettino diverse risorse (ambientali, culturali, enogastronomiche) e portino il turista a fermarsi più a lungo sul territorio
- Sostenere **un'offerta fortemente esperienziale**, dove il visitatore sia coinvolto in prima persona in attività tipiche (es. osservazione aspetti naturalistici, raccolta mele, lavorazione prodotti enogastronomici, ...) >> **
- Valutare la limitazione degli **accessi** alle aree sensibili (Tovel), potenziare politiche di prezzo
- Incentivare modelli di fruizione lenta del territorio, anche attraverso il potenziamento di **dotazioni infrastrutturali** (es. aree camper, itinerari outdoor, ...) e dei servizi (es. noleggio bici elettriche, ...)
- Curare il decoro e l'arredo urbano dei centri abitati, per trasmettere un'immagine coerente rispetto al modello di accoglienza (attenta e identitaria) che si mira a promuovere
- ...

Informazione, comunicazione e orientamento

- **Non lasciare solo il visitatore**, ma guidarlo perché possa cogliere al meglio e apprezzare le risorse locali (vd. guide)
- Veicolare, anche attraverso il **brand Melinda**, un'immagine di sostenibilità e di autenticità del territorio di origine
- Diffondere in strutture ricettive, ristoranti, bar, ... opportunità di scoperta e informazione sul territorio
- Promuovere l'immagine di un territorio attento ai temi della sostenibilità, in grado di **offrire proposte di soggiorno dinamiche** e nuove
- Elaborare un quadro d'insieme che permetta di avere informazioni su tutte le opportunità presenti
- Uniformare e completare **cartellonistica** lungo gli itinerari, nei punti di interesse
- >> ** Raccontare il territorio attraverso gli occhi del visitatore (storytelling, social, ..)
- ...

Governance

- Sostenere **l'integrazione tra settore turistico e agricolo**
- Sostenere lo sviluppo di reti per **superare l'attuale frammentazione**
- Promuovere una conoscenza più puntuale dei **visitatori target** (es. coppie, famiglie,) per riuscire a sviluppare messaggi e attività di promozione mirati
- Curare la dimensione locale (relazioni interne), senza trascurare il posizionamento a livello di Valle – Provincia
- ...

LE RISORSE ATTIVABILI



SUGGERIMENTI

Un esempio – Rifugio Brioschi

Sperimentare, rinnovare i luoghi,
combinare elementi diversi
In un'ottica di sostenibilità

<https://www.youtube.com/watch?v=GYTDzkwpPu8>



a2410
SPAZIO DI CULTURA CASMOFITICA
EVENTO DI PRESENTAZIONE DEL PROGETTO
RIFUGIO C.A.I.
LUIGI BRIOSCHI
GRIGNA SETTENTRIONALE

3 SETTEMBRE 2016
SAGAS V.2 / VIDEOPERFORMANCE
di Francesco Bertelé con Recipient.cc

PERFORMANCE MUSICALE
di Fanciulli Goom

10 SETTEMBRE 2016
ACTION PAINTING
di Simone Pedefferri con Simone Morandotti