



APT ALPE CIBRA

FOLGARIA LAVARONE LUSERNA

Asiago, 7 febbraio 2017

Organizzazione turistica del Trentino

- Legge provinciale 11 giugno 2002, n. 8 – L.P. sulla promozione turistica
 - Trentino Marketing:
 - Marketing turistico territoriale del Trentino
 - Analisi di mercato e strategia del Trentino
 - Sviluppo di prodotti innovativi e di rete
 - Aziende per il Turismo:
 - Informazione ed accoglienza turistica
 - Coordinamento delle attività di animazione turistica
 - Identificazione e valorizzazione del prodotto
 - Consorzi pro loco:
 - Valorizzazione risorse naturali e culturali del territorio
 - Realizzazione attività di animazione turistica
 - Attività volte allo sviluppo della cultura dell'accoglienza



1 Trentino Marketing

14 Aziende per il Turismo

6 Consorzi - Pro loco

APT Alpe Cimbra


- Comuni di Folgaria Lavarone e Luserna
- Altopiano compreso tra 500 mslm 2.060 mslm
- Popolazione residente totale 4.500, 3.100 Folgaria, 1.100 Lavarone, 300 Luserna
- 30.000 posti letto totali
- Presenze turistiche annuali 2 mln
- Presenze turistiche alberghi ed esercizi complementari 500.000



ALPE CIMBRA

Progetto riorganizzativo

Approvato a fine 2014

- 
- **Nuova strategia a breve-medio-lungo termine**
 - **Riconoscimento degli effetti congiunturali sul turismo**
 - **Pianificazione economica finanziaria in considerazione della costante riduzione della partecipazione pubblica**
 - **Efficientare il sistema organizzativo in termini di costi, professionalità e strumenti**
 - **Miglior rapporto con il sistema**
 - **Nuova strategia a breve-medio-lungo termine**
 - **Innovazione**

Quali erano i problemi:

- **Non esisteva un piano generale per il turismo**
 - ***Caotico ed inefficiente sistema di governance e d'investimento***
- **Le risorse disponibili erano sempre le stesse**
 - ***Tanti i soggetti che investono ma disordinatamente***
- **Frazionamento della forza d'impatto**
 - ***Investimenti sovrapposti, uguali e contrari ecc.***
- **Aumento dei costi**
 - ***3 strutture di marketing, 3 siti, 3 pagine facebook ecc.***
- **Confusione dell'immagine di località**
- **Totale assenza di strategia estiva**

**In generale non esiste un problema APT o Consorzi o Enti Pubblici...
esiste un problema di territorio**



Trentino Italy

SSS



Alcuni dati per dare un'idea:

Mese di novembre 2014, dati raccolti tramite Tool Competitor prime 2 pag di google

- **Lavarone Ski 4.196 visite uniche**
- **Lavarone Vacanze 76 visite uniche**
- **Alpe Cimbra 5.100 visite uniche**
- **Folgariaski 26.000 visite uniche**

- **I Dati di Visittrentino**
- **6.000.000 di visitatori unici/anno**
- **22.000.000 di pagine viste**



La proposta dal 1 gennaio 2015:

- **APT torna nel suo ruolo centrale per il turismo del territorio**
- **Esperienza maturata nei due consorzi promo-commerciali confluisce in azienda**
- **Istituzione di un unico ufficio promo-commerciale estate inverno per l'Alpe Cimbra**
- **Istituzione del contributo unico**
- **Approvazione di un piano turistico triennale con focus annuali ed approvati**
- **Messa in discussione dell'attuale CDA ed integrazione delle società impianti**

Proposta di quota unica:

- **Hotel passa da 40 euro/posto letto a 100 euro/posto letto incasso APT tot. 210.000 euro**
- **Residence passa da 30 euro/posto letto a 60 euro/posto letto. Incasso APT 30.000 euro**
- **Quota ristoranti/bar e negozi partono da un minimo di 1000 euro + quota variabile e composita in base all'ubicazione (zona rossa, zona arancio e zona azzurra) ed all'indice di lavoratori medi anno.**
- **Servizi, quota fissa di 1.000 euro**
- **Artigiani 500 euro ad azienda**



Trentino Italy

SSS



- **60 Alberghi, Residence e affittacamere hanno aderito al progetto per un totale di 300.000 euro**
- **Più di 100 appartamenti per un totale di 20.000 euro**
- **100 negozi, ristoranti e bar per un totale di 80.000 euro**
- **Tutte le Scuole di Sci 25.000 euro**
- **Comuni e Comunità di Valle nel 2016 investono 170.000 euro**
- **1.037.000 euro la Provincia Autonoma di Trento**

- **Eventi 400.000 euro**
- **Marketing e commerciale 500.000 euro**
- **Trasporti Turistici 150.000 euro**
- **Personale 600.000 euro**
- **Costi generali 170.000 euro**

PIANO ANNUALE ESTATE

Asset di riferimento

- Bike
- Trekking
- Family
- Cultura e Gastronomia

ESTATE

Mercati

ITALIA

BELGI
O

U.K

GERMAN
IA

OLAND
A

NORD EUROPA
DANIMARCA
SVEZIA
NORVEGIA

SVIZZER
A

PROGRAMMA FIERE E WORKSHOP 2016

Danimarca 11/04

Vilnius (Lituania) 12/04 Riga
(Lettonia) 14/04

Malmo 03/05 Goteborg
05/05

Bruxelles 19/05)

Fiets en Wandelbeurs Anversa 27
– 28/2

Fesno (Zurigo) 28 – 31/1/16

Vakaniebeurs – Utrecht 12 – 17/1

Fiets en Wandelbeurs Utrecht 20 – 21/2

Bergsportdag

Porta a Porta Germania Marzo

Travel Expo 8-10/04 Palermo

Bit- Destination Sport

Fiera Campionaria Padova

Fiera Campionaria Ferrara

Beach 4 Eat (spiagge riviera)

Children Tour Modena

Bike Festival Riva del Garda

Cosmo Bike Fiera Verona



INVERNO

CONSOLIDARE IL POSIZIONAMENTO

SKIAREA
ALPE
CIMBRA

FLY SKI
SHUTTLE
VR-BG-LINATE

SHUTTLE
FOLGARIA-
LAVARONE

PRODOTTO SCI + OLTRE LO SCI

ITALI
A

REP.
CECA

CROZIA-
SLOVENI
A

U.K

POLONI
A

BELGI
O

ROMANI
A

SVIZZE
RA

OLAND
A

BALTIC
I

NORD
EUROP
A

FIERE E WORKSHOP

Budapest 19/04 Bratislava

20/04 Praga 21/04 Cracovia

27/04 Wroclaw 28/04 Poznan

11/05 Varsavia 12/05 Danzica 13/05

Lubiana 03/05 Zagabria

04/05

Fiume o Spalato 05/05 Bucarest

31/08 Cluj Napoca 01/09

FIERE E WORKSHOP

Lugano 16/04

Lucerna/Berna 17/04 **Roma** 23/05

Latina 24/05 **Viterbo** 25/05

Milano 26/05 **Bologna** 13/09

Parma 14/09 **Treviso** 15/09

Civitanova 20/09 **Firenze** 21/09

Livorno 22/09



FIERE E WORKSHOP

Brindisi/Lecce 04/10

Palermo 05/10 Cagliari 6/10

Rimini 13 – 15 ottobre 2016 TTI-

TTG Skipass Modena 29/10 –

1/11 (Fiera)

Artigianato in fiera dic. 2016

(Fiera)

Children & Family nov 2016 Vicenza

(Fiera)

L' IDENTITA' CULTURALE

- IL TURISTA: E' sempre più alla ricerca di ESPERIENZE autentiche, che lo mettono cioè a contatto con la tipicità dei luoghi, con la cultura e con le abitudini radicate nella località dove intende soggiornare

Strettamente connesso al concetto di tipicità c'è quello di SOSTENIBILITA'...ovvero la ricerca di luoghi e strutture dove soggiornare che prestano attenzioni concrete al mantenimento della qualità ambientale

Questo vale soprattutto per i turisti stranieri, di lingua tedesca e nordici in particolare, dato che nei loro paesi questo è uno stile di vita consolidato

INVERNO

CONSOLIDARE IL
POSIZIONAMENTO

SKI AREA ALPE
CIMBRA

SKI SHUTTLE
FOLGARIA-
LAVARONE

PRODOTTO SCI + OLTRE LO SCI

ITALI
A

REP.
CECA

CROZIA-
SLOVENI
A

U.K

POLONI
A

BELGI
O