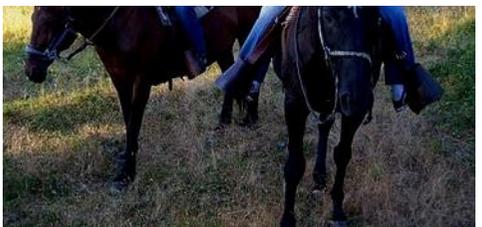




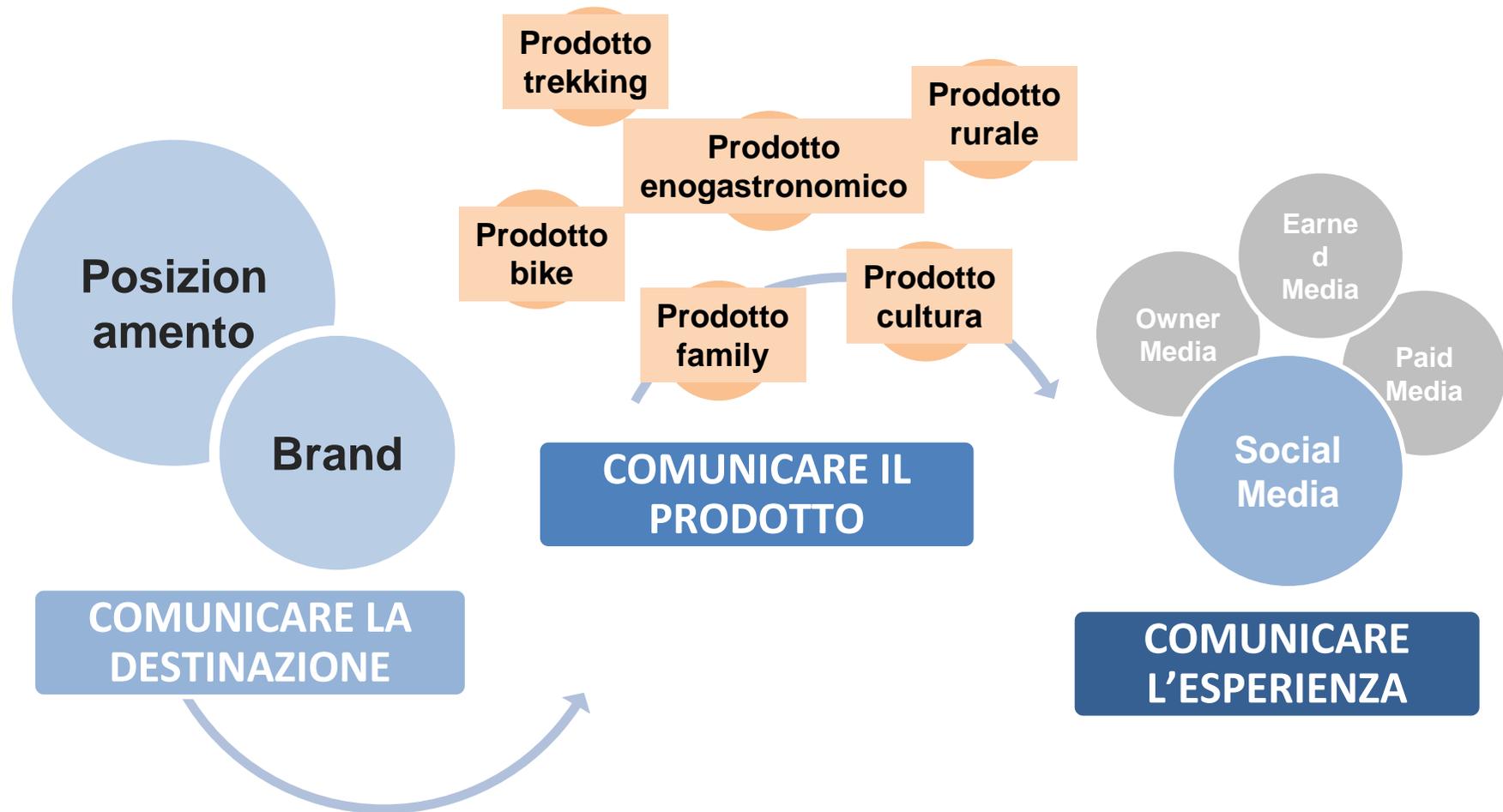
Passare dalla offerta di **risorse** (natura, patrimonio, cultura ecc) ...



... Alla proposta di **esperienze** (bike, trekking, fattorie didattiche ecc.)



La costruzione del prodotto turistico



Innovazione del prodotto turistico montano

Mezzi di trasporto come avventura



Glacier Express, Svizzera



Coaster



Devil Bike e Downhill Kart

I mezzi di trasporto, tradizionali o moderni, possono costituire un fattore di attrazione.

Il Glacier Express è un treno con vagoni panoramici che attraversa la Svizzera durante tutto l'anno e permette di godere di paesaggi montuosi, fiumi, valli e altre attrattive naturali. Si tratta inoltre del recupero di una storica tratta ferroviaria.

Altro caso di trasporto panoramico è il Coaster: creato per diminuire il traffico su strada, il sistema viene utilizzato anche in contesti turistici.

Accanto all'impiego turistico di mezzi di trasporto tradizionali, esistono altre forme di locomozione specificamente create per finalità ludiche e ricreative.

Innovazione del prodotto turistico montano

Storytelling di fiabe e leggende



DrachenMoor, Monte Pilatus, Svizzera

Spesso le località di montagna sono caratterizzate da storie e leggende tipiche del luogo, che permettono al turista di immergersi in una atmosfera di magia e misticismo.

In molti casi sono proprio queste narrazioni legate alla natura e alla cultura del luogo a rappresentare il punto di contatto tra il visitatore e lo spirito del luogo. Il visitatore si sente così “parte” della storia del territorio.

È il caso del Monte Pilatus, in Svizzera, in cui l’antica leggenda della presenza di draghi sulla montagna rocciosa caratterizza tutte le attrazioni della località. I simboli del drago sono presenti su funivie, ferrovie e segnaletica, esistono percorsi dedicati e merchandising coordinato.

Innovazione del prodotto turistico montano

La montagna per la famiglia



Mariazeller Burgeralpe, Austria

Quello familiare è sicuramente uno dei principali target di riferimento del turismo montano, soprattutto in relazione alla struttura familiare contemporanea: figli unici e genitori sempre più assenti, che fanno della vacanza uno dei pochi momenti dedicati allo stare insieme.

La montagna diventa quindi un luogo in cui sperimentare attività ludico-esperienziali, dallo sport ai percorsi educativi.

La montagna è un luogo di vera e propria “scoperta” per bambini che trascorrono il resto dell’anno in città. La domanda è quella di una forte interazione con il contesto naturale e culturale: parchi naturalistici e faunistici, laboratori artigianali e gastronomici, parchi avventura.

Innovazione del prodotto turistico montano

Acqua e boschi



Barefoot Park, Svizzera



Wasserspielpark, Austria

Tra le principali e più caratteristiche risorse dell'ambiente alpino risultano i corsi d'acqua e la vegetazione: spesso suggestivi, meglio ancora quando "interattivi".

È il caso dell'impiego di tali risorse in percorsi benessere, come i Barefoot Park, o in attività ludiche e ricreative come i **parchi avventura acquatici**.

Il barefoot è una pratica di grande diffusione in tutto il mondo, che prevede l'attraversamento di diverse superfici naturali (acqua, fango, foglie, sassi ecc.) a piedi nudi. Esistono numerosi Barefoot Park in tutta Europa, con percorsi allestiti in zone naturali prevalentemente montane.

Innovazione del prodotto turistico montano

Spettacoli notturni



Sonnwendfeuer, Austria



Mariazeller Bergwelle , Austria

La suggestione del panorama montano trova ulteriori forme di espressione nell'allestimento di attrazioni visive dal forte impatto emozionale.

Si tratta di spettacoli di suoni e luci, acqua, fuoco ed elementi naturali, che immergono lo spettatore in una dimensione di fascinazione e partecipazione alle spettacolari mutazioni del paesaggio naturale.

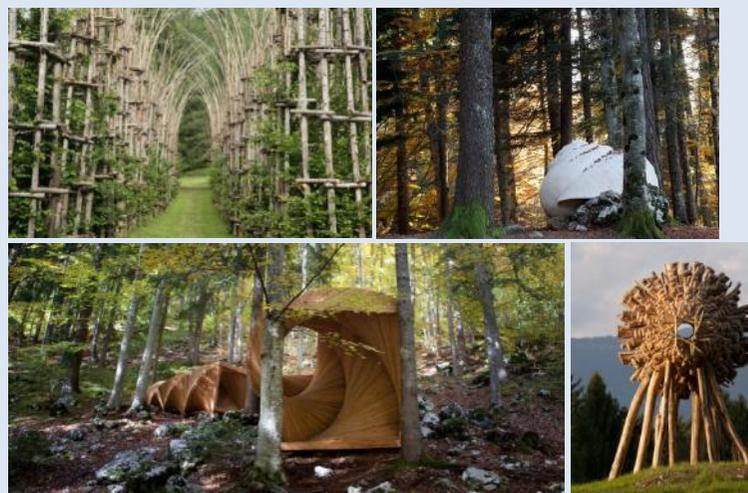
In molti casi si tratta di feste tradizionali o allestimenti che hanno per tema la narrazione di leggende locali. Lo spettacolo riesce quindi a rendere, in modalità coinvolgente e suggestiva, lo spirito del luogo e della comunità.

Innovazione del prodotto turistico montano

Arte e Natura



ArteNatura, Trentino



I percorsi ArteNatura, che si svolgono nei boschi della Val di Sella, in provincia di Trento, è un itinerario unico ideato nell'ambito di Arte Sella, una manifestazione internazionale di arte contemporanea nata nel 1986.

Il percorso si estende per quasi due chilometri sul versante sud del monte Armentera. All'interno di esso i visitatori possono ammirare numerose installazioni, così come tante altre opere disseminate nei più disparati angoli del bosco, in un ambiente incontaminato.

Le opere, esposte tutto l'anno, mantengono un rapporto stretto con la natura non soltanto per la location in cui sono inserite ma anche e soprattutto per i materiali con i quali esse vengono realizzate: sassi, foglie, tronchi e altri materiali totalmente naturali.

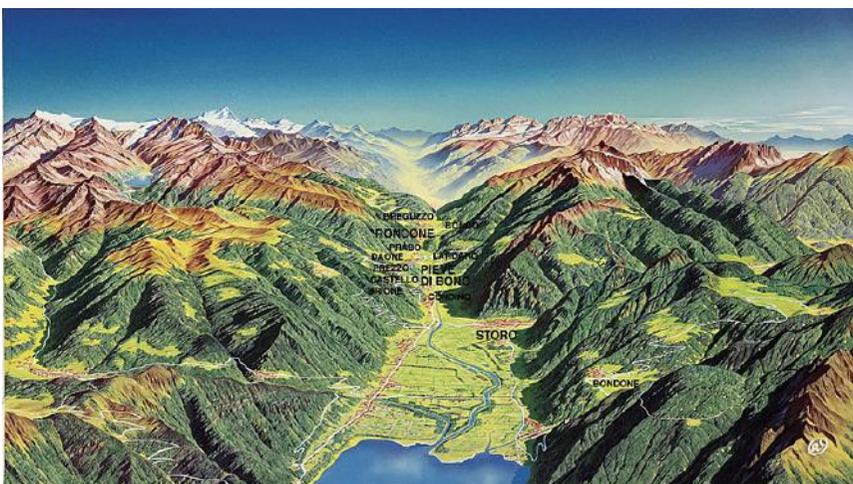


BEST CASE

02

La costruzione di una destinazione turistica

Valle del Chiese (TN)



Località

- ✓ La **Valle del Chiese** è una valle del Trentino;
- ✓ Comprende 14 comuni e si estende su una superficie di 500 km²
(la Valle di Susa ha una superficie di 1.200 km²);
- ✓ Il territorio ha una altitudine compresa tra 370 e 3402 m s.l.m.;

La costruzione di una destinazione turistica

Valle del Chiese (TN)



Principali risorse

- **NATURA:** si va dall'ambiente rurale dei campi di mais, ai ghiacci perenni dell'Adamello fino alle acque del lago d'Idro;
- **CULTURA:** Ecomuseo della comunità rurale, Forti della Grande Guerra, Museo della Grande Guerra, Sentiero Etnografico del Rio, Dighe e centrali Idroelettriche, miniere, chiese e castelli;
- **ENOGASTRONOMIA:** Farina Gialla di Storo, Trote e Salmerini, Sprezza delle Giudicarie DOP, radicchio, peck, miele, piccoli frutti;

La costruzione di una destinazione turistica

Valle del Chiese (TN)

The screenshot shows the website for Valle del Chiese, a tourism destination in Trentino. The header includes the logo, contact information (phone number +39 0465 901 217, email booking@visitchiese.it), and a 'TRENTINO' logo. The navigation menu includes: HOME, OSPITALITÀ, DIDATTICA, COSA FARE, PERCORSI A TEMA, EVENTI E NEWS, PHOTO GALLERY, BLOG, DOVE SIAMO, INFO. The main content area features a large banner for 'Tutta un'altra neve - Inverno 2011-2012' with a 'CLICCA QUI per scaricare la brochure dei raduni!!' link. To the left, there are several promotional boxes: 'OFFERTE' with a 'PROMO' button, 'NATURA' with 'Week-end Sulla Neve' and 'Settimana Bianca', 'SAPORI' with 'Last Minute Natale' and 'Capodanno 2012', and 'Anteprima inverno' and 'Tutto un altro Natale!'. A 'Prenota online' form is visible on the right, with fields for 'Arriva:' (Giorno: 14, Mese: 12, Anno: 2011), 'Parti:' (Giorno: 1, Mese: 2), and a 'Verifica disponibilità' button. A 'Skype: visitchiese.it' button and a 'DOVE SIAMO' dropdown menu are also present.

Nel 2011 si presentava così:

- Una offerta generica: promozione del territorio e non del prodotto
- Una comunicazione improntata alla Destinazione e non alla Motivazione
- Una debole identità di immagine
- Nessun «racconto» della destinazione e dell'esperienza
- Un forte approccio commerciale non supportato da un chiaro posizionamento di mercato

La costruzione di una destinazione turistica

Valle del Chiese (TN)

Il percorso intrapreso:



La costruzione di una destinazione turistica

Valle del Chiese (TN)



Strategia di
posizionamento

La strategia di posizionamento nel mercato:

- **Posizionamento:** Destinazione «weekend» per principali mercati di prossimità (Italia: Milano e Brescia)
- **Target:** Famiglia, coppia, sportivi
- **Motivazione:** relax nella natura (payoff: «ritrova il tuo tempo»)
- **Prodotti:** Natura, Sport Outdoor (soft e avventura), Cultura, Enogastronomia, Neve inverno