

3^a Edizione
2010/11

Ricercatrice:

Collizzoli Lara
Nata il: 16/03/1982

Residente a:
Bolbeno (Tn)

Titolo di studio:
**Laurea in scienze
linguistiche per la
comunicazione inter-
nazionale, le imprese
ed il turismo**

Area tematica
**Marketing e
comunicazione**

**Terme di Comano-Dolomiti Brenta: verso la valle del benessere.
Innovazione eco-sostenibile nell'ambito wellness e delle produzioni tipiche.
Indagini e proposte**

Il progetto e gli obiettivi

Un'attività di ricerca condotta nel corso del 2006 dalla TSM-Trento School of Management ha portato ad individuare nella "Valle del Benessere", il *concept* su cui innestare il piano strategico di sviluppo nonché l'elemento distintivo in grado di caratterizzare e connotare l'ambito turistico Terme di Comano-Dolomiti di Brenta. Un'identità ben riconoscibile nel mercato, infatti, contribuisce a qualificare e promuovere l'offerta di un territorio così come a individuare specifiche azioni di marketing.

L'idea di "Valle del Benessere" deriva da una serie di singoli fattori presenti sul territorio che hanno in comune la dimensione del benessere: le attrattive offerte dall'enogastronomia locale, la possibilità di visitare borghi e castelli in un ambiente ancora integro e rurale, le svariate attività sportive che possono essere praticate (trekking, alpinismo, arrampicata sportiva, mountain-bike o semplici passeggiate immersi nell'area protetta del Parco Nazionale Adamello Brenta) ma anche la presenza delle Terme di Comano. Singoli fattori che, tutti assieme, concorrono all'affermazione del concetto di "Valle del Benessere".

Il progetto ha preso dunque il via da queste linee guida proposte da TSM-Trento School of Management e adottate dall'APT ma si è poi soffermato, in particolare, su aspetti legati all'innovazione ecosostenibile. L'ecosostenibilità è, infatti, insita nel concetto stesso di benessere ed è sicuramente il punto di partenza per la costituzione di una "Valle del Benessere" autentica.

Fasi operative e metodologia

Durante il lavoro si è cercato di verificare come è strutturata l'offerta ecosostenibile specificatamente in ambito wellness e termale, così come nel settore delle produzioni tipiche; per questo scopo sono state realizzate due diverse ricerche accompagnate dalla somministrazione di questionari.

La prima indagine sul campo è stata effettuata presso le strutture ricettive (alberghiere ed extralberghiere) dell'areale che presentavano servizi termali e wellness. L'obiettivo era analizzare le nuove tecnologie e le pratiche eco-compatibili adottate (bio-edilizia, riciclaggio della carta, raccolta differenziata, energia rinnovabile, ecc.) così come l'adesione alle certificazioni di qualità. Tale indagine ha fatto propri gli assunti di una ricerca nazionale in ambito del wellness condotta dall'Associazione dei Geografi Italiani "Dai luoghi termali ai poli e sistemi locali di turismo integrato" a cui fa capo il prof. Giuseppe Rocca.

La seconda indagine ha sondato l'utilizzo di prodotti locali e, in generale, l'origine dei prodotti utilizzati da parte delle strutture ricettive operanti nell'ambito territoriale di riferimento. Analizzare l'uso di prodotti a "km. 0" si colloca infatti all'inter-

no dello studio sull'ecosostenibilità: l'utilizzo, l'acquisto e la promozione di prodotti locali stanno alla base di una politica attenta alla sostenibilità, qual è quella sottesa alla "Valle del Benessere".

La gestione, le pratiche e le metodologie costruttive stesse dei centri termali e wellness, così come l'uso di prodotti locali in ambito della ristorazione, possono influire in modo determinante alla sostenibilità di un sistema territoriale.

Risultati, valutazione e prospettive

I risultati ottenuti dalle due indagini sul campo hanno permesso di individuare dei buoni livelli di qualità. Questi dati, uniti all'analisi dei punti di forza e di debolezza, hanno poi portato all'elaborazione di alcune proposte utili sia all'implementazione delle buone pratiche nei due ambiti di ricerca, sia ad un arricchimento dell'offerta da un punto di vista generale per avvicinarsi ulteriormente a ciò che è il macro-obiettivo a cui deve tendere la rete degli *stakeholders*, ovvero la "Valle del Benessere", un prodotto ecosostenibile che potrà avere un ritorno d'immagine ed economico sul territorio.

Un'offerta ecosostenibile che potrebbe contribuire a preservare l'aspetto ancora rurale e integro del territorio, a destagionalizzare l'offerta così come a differenziare il target ma anche a rinnovare il comparto turistico, nella fattispecie quello termale, che gode di un'antica tradizione ma che sta rischiando di perdere *appeal* e di attirare sempre meno domanda. Si è pensato poi alla realizzazione di un brand utile per un'identificazione di tale visione nei vari target di mercato.

Nel lavoro sono state, inoltre, analizzate tematiche del marketing territoriale, del *destination management* e della *governance* degli spazi turistici, che coinvolgono tutti gli attori al fine di operare in direzioni strategiche comuni a sostegno dell'ecosostenibilità, possibile volano di sviluppo per l'ambito.

Alla luce del lavoro presente e soprattutto delle proposte effettuate ci si augura di aver contribuito, seppur in minima parte, alla concretizzazione dell'ambizioso obiettivo di valle del benessere.

Partner Territoriale

AZIENDA PER IL TURISMO TERME DI COMANO - DOLOMITI DI BRENTA



L'Azienda per il Turismo Terme di Comano-Dolomiti di Brenta è una società cooperativa costituita nel 2003 a seguito della legge provinciale che ha privatizzato l'attività di promozione turistica in Provincia di Trento.

La Cooperativa è retta e disciplinata secondo i principi della mutualità senza fini di lucro ed ha per scopo la gestione della promozione dell'immagine turistica dei sette Comuni della Val Giudicarie Esteriori attraverso iniziative di valorizzazione del patrimonio ambientale, culturale e storico nonché la commercializzazione di servizi e pacchetti turistici.

Attualmente la compagine sociale è composta da oltre 230 soci tra amministrazioni comunali, operatori turistici, economici e privati dell'ambito territoriale.