

COMUNICATO STAMPA BITM

ALLA SESSIONE PLENARIA CONCLUSIVA IL FUTURO DEL TURISMO DI MONTAGNA

LA NUOVA STRADA E' IL TURISMO DI NICCHIA

NON INTESO COME "RESIDUALE" MA "ESPERIENZIALE" E DI QUALITA'

Vittorio Messina, presidente nazionale ASSOTURISMO:

"Dobbiamo puntare sulla formazione, capire quello che vuole il turista. Va esaltata l'identità dei luoghi. Dobbiamo sbalordire e sorprendere"

La diciannovesima edizione della Bitm – Le Giornate del Turismo Montano –, in programma a Trento e Rovereto da martedì 25 a venerdì 28 settembre, ha chiuso oggi con la sessione plenaria conclusiva. Una tavola rotonda nella quale è stata proposta una sintesi dei contenuti emersi durante la manifestazione; un confronto con i rappresentanti delle categorie economiche e del mondo della politica destinati alla raccolta di indirizzi di sviluppo turistica ad uso degli stakeholder. Tra i partecipanti operatori e categorie economiche.

Tra gli ospiti e gli interventi anche quello di **Vittorio Messina, presidente di ASSOTURISMO NAZIONALE**. Messina ha confermato che il settore turistico in Italia va bene e continua a tirare ma non va abbassata la guardia. I numeri del 2018, infatti, danno una leggera flessione. "Dopo un 2017 in cui il comparto turistico ha preso il volo, stiamo registrando un leggero rallentamento nelle presenze. Ciò è dovuto al fatto che gli italiani hanno ripreso a viaggiare all'estero". Un aspetto questo che, secondo il presidente nazionale di Assoturismo, deve far riflettere. "E' importante puntare sulla formazione degli addetti alla filiera turistica. Non dobbiamo offrire solo un prodotto, ma un servizio qualificato". Quando ai "nuovi turismi", Messina ha indicato i fattori chiave: "identità" ed "esperienze". "Diversificare è promuovere il turismo di nicchia, quello che sorprende, che fa rimanere sbalorditi, che racconta esperienze e identità".

"Il tema di quest'anno della Bitm è stato dedicato alla promozione dei «Tesori della montagna» - ha ricordato **Alessandro Franceschini, direttore scientifico della manifestazione** - . All'interno delle quattro giornate, gli organizzatori hanno proposto una serie di focalizzazioni sul tema, attraverso il coinvolgimento diretto degli operatori, dei professionisti, dei ricercatori che lavorano per e con il turismo montano. I dibattiti sono stati affiancati, com'è nella tradizione della manifestazione, da eventi culturali e mostre".

I numeri di Bitm? Eccoli

4 giornate

7 convegni

100 operatori

Oltre 1000 partecipanti

2 mostre

Franceschini ha poi evidenziato che discutere di turismo è necessario per far crescere il Trentino, "ma il turismo potrà crescere ancora se saprà lavorare su più livelli, affiancando alla proposta classica quella delle eccellenze territoriali, valorizzando e mettendo a sistema i tanti piccoli "tesori" di cui è dotato il nostro

territorio". **Le giornate del turismo montano hanno quindi cercato di sovvertire alcune convinzioni che spesso si hanno sul turismo.** Ad esempio, che siano solo le grandi "attrazioni" gli obiettivi dei flussi turistici nazionali ed internazionali. In realtà, i dati ci raccontano che una fetta sempre più significativa di turisti sta seguendo strade meno battute, lontano dalle grandi folle, alla ricerca di un turismo autentico e genuino. Per un territorio come quello trentino – e per i territori montani in generale – questo rappresenta una grande opportunità.

"Per capire le potenzialità dei nostri territori – ha proseguito Franceschini - dobbiamo invertire il "cannocchiale" con il quale guardiamo a questi fenomeni: in questa prospettiva, i territori minori possono svelare grandi potenzialità attrattive, capaci di attrarre presenze turistiche importanti. Alle giornate del turismo montano abbiamo parlato proprio di questi piccoli "tesori" in grado di muovere flussi significativi di turisti. Il turista di oggi è un soggetto attento e curioso, che cerca di vivere esperienze autentiche, a contatto con la natura. Chi fugge dalla frenesia delle città cerca, almeno per qualche giorno, un contesto assolutamente diverso. I territori di montagna sono i luoghi naturalmente vocati a questa diversità. A patto che sappiano essere realmente autentici e che sappiano valorizzare le proprie potenzialità naturali e culturali".

I piccoli "tesori" su cui si sono soffermati i focus della Bitm? L'archeologia militare della Grande guerra, i sentieri etnografici e gli ecomusei, i pellegrinaggi laici e religiosi, le architetture alpine tradizionali e contemporanee, i prodotti locali e l'accoglienza autentica. Tanti piccoli 'ingranaggi' che se opportunamente messi a sistema possono e potranno generare una straordinaria 'macchina' di attrazione turistica.

Anche **il presidente di Confesercenti del Trentino, Renato Villotti**, ha ricordato i temi di questa 19esima edizione di Bitm, ha poi auspicato che la sinergia che negli anni ha mosso l'organizzazione della manifestazione continuerà nel lungo periodo. "Da soli non si va da nessuna parte. Frase abusata nelle parole, ma di difficile messa in pratica – ha puntualizzato il presidente -. E i fatti quotidiani ce lo dimostrano. Lavorare insieme, darsi degli obiettivi comuni e portarli avanti nel dialogo e nel confronto deve essere un metodo di lavoro imprescindibile. Da tempo Confesercenti lavora e sollecita per questo tipo di visione. Le amministrazioni non possono non coinvolgere nelle loro decisioni le associazioni di categoria. Dobbiamo mettere sistema "il metodo collaborativo". Bitm, organizzata da Confesercenti, ha il sostegno di una rete di collaborazioni importanti che rappresentano il tessuto territoriale del nostro Trentino. Tra convegni e seminari abbiamo affrontato tematiche di attualità con il contributo e la partecipazione di studiosi, ricercatori universitari, rappresentanti delle categorie economiche locali e nazionali. Bitm non è solo un evento promozionale del territorio, ma momento di riflessione che ci consente di fare ogni anno un passo di crescita in più e guardare a un "turismo lontano". Mi auguro che questa rete collaborativa che da quasi vent'anni promuove questo evento si allarghi ancora in futuro e negli anni".

Villotti ha poi fatto un primo bilancio di questa edizione di Bitm. "Quello che si coglie da questa edizione, e che sicuramente verrà arricchito da questa sessione plenaria e conclusiva, è che non c'è più solo un turismo, ma ci sono tanti turismi. Come non c'è più solo una categoria turistica ma tanti turisti con diverse esigenze e richieste. Sta a noi diversificare l'offerta, renderla credibile e appetibile per il consumatore. A questo punto però interrogiamoci su cosa vogliamo fare del nostro territorio. Vogliamo seguire il turismo di massa continuando a snocciolare i numeri in aumento degli arrivi e delle presenze? O vogliamo puntare su un turismo di qualità a misura di un territorio piccolo e da preservare nel suo patrimonio più grande? E mi riferisco alle Dolomiti, le nostre montagne, ai nostri boschi, ai nostri laghi. In questi giorni le nostre sale si sono riempite di operatori e addetti ai lavori ma anche di tanti studenti di diversi istituti trentini. Bitm da tempo nelle sue edizioni richiama all'ascolto i giovani trentini. Sono loro che dovranno portare avanti quello di cui oggi stiamo discutendo".

La giornata è proseguita con i saluti di **Roberto Stanchina**, assessore all'economia e al turismo del Comune di Trento e **Gianni Bort**, presidente della Camera di Commercio di Trento. La Tavola rotonda ha visto la partecipazione delle categorie economiche. Tra i partecipanti: **Enrico Zobe**, presidente di Confindustria;

Marco Segatta, presidente degli Artigiani; **Marina Mattarei**, presidente della Cooperazione; **Gianni Battaiola**, presidente Asat; **Massimo Piffer**, vicepresidente di Unione Commercio; **Paolo Calovi**, presidente Cia; **Luca Oliver**, presidente Acli. Tra gli operatori: **Michele Lanzinger**, direttore MUSE; **Luciano Rizzi**, coordinatore Apt e Pro Loco; **Mauro Levegghi**, presidente del Trento Film Festival; **Andrea Weiss**, direttore Apt Val di Fassa. E se Zobeles ha evidenziato che “c’è da lavorare con più orgoglio e senso di appartenenza”, senza guardare sempre a ciò che fa o non fa in più l’Alto Adige, Mattarei ha sottolineato come va evidenziato il valore della comunità e la narrazione del territorio. Insomma sì ai turismi di nicchia, intesi come portavoce di identità territoriale. A puntualizzare meglio la ricetta sono stati gli operatori. Lanzinger ha rimarcato che il turismo di nicchia non è quello residuale. “Cosa serve per rimanere o diventare competitivi? Essere i numeri uno nella qualità dell’offerta; offrire ciò che la gente chiede, ovvero sostenibilità e sensibilità alle tematiche del bio, della natura della “lentezza”; dare un senso di partecipazione al turista che deve essere protagonista dell’offerta”. Quanto ai numeri “si deve insistere sulla capacità di spesa, valore che deve essere sganciato dalla dimensione quantitativa”.

28 settembre 2018

Con gentile richiesta di pubblicazione