



Trentino Italy



# APT ALPE CIMBRA

*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



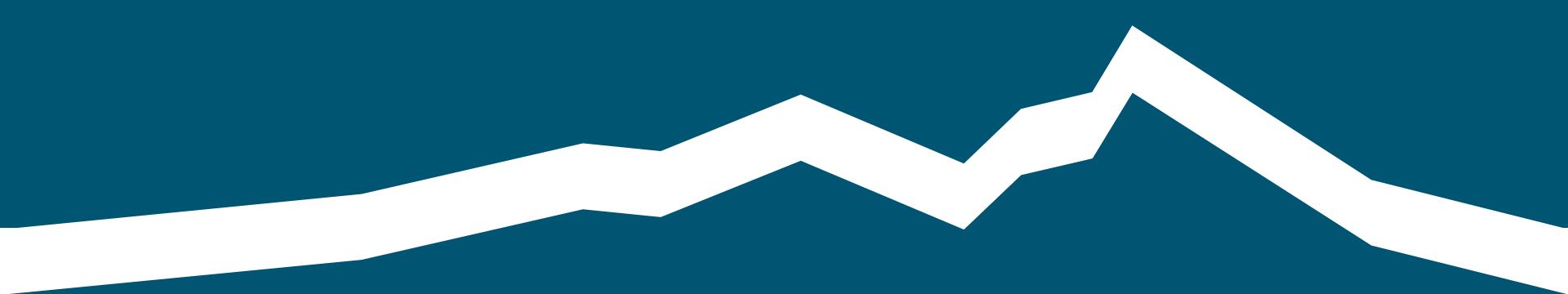
1 Trentino Marketing

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 merketing, 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



## 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 promocommerciali confluiscce in azienda**
- **Istituzione di un unico ufficio promo-commerciale**  
Testo  
Testo  
Testo  
**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**



- **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**

Investimenti ogni anno

- **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

**Fespo (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

ITALIA

REP.  
CECA

CROZIA-  
SLOVENIA

U.K

POLONIA

BELGIO

ROMANIA

SVIZZERA

OLANDA

BALTICI

NORD  
EUROPA

# **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

SKIAREA ALPE  
CIMBRA

SKI SHUTTLE  
FOLGARIA-  
LAVARONE

### PRODOTTO SCI + OLTRE LO SCI

ITALI  
A

REP.  
CECA

CROZIA-  
SLOVENI  
A

U.K

POLONI  
A

BELGI  
O

