



INVITO STAMPA

DOMANI AL MUSE

ALLE ORE 10.00

LA SESSIONE PLENARIA DI CHIUSURA DELLA XXII EDIZIONE DI BITM LE GIORNATE DEL TURISMO MONTANO

CON: GIORGIO PALMUCCI, VITTORIO MESSINA, ELISABETTA BOZZARELLI, RENATO VILLOTTI, GIANNI BATTAIOLA, GIOVANNI BORT, PAOLO CALOVI, FAUSTO MANZANA, LUCA OLIVER, MARCO SEGATTA, ALESSANDRO CESCHI

Domani gran finale. **La sessione plenaria di conclusione della ventiduesima edizione della BITM – Le giornate del Turismo Montano, organizzata da Confesercenti del Trentino, inizierà a raccogliere le annotazioni** al tema di quest’anno “Un’agenda per il nuovo turismo” grazie alle tante voci e ai tanti contributi di esperti, studiosi, amministratori, curatori del mondo turistico economico locale e nazionale arrivati in questi giorni. **Chiamate a fare una sintesi delle giornate e stimulate dalle domande** dei due moderatori, la giornalista Linda Pisani e il direttore scientifico di BITM Alessandro Franceschini, **le categorie economiche nazionali e locali.**

In presenza e in diretta streaming (dalle 10.00 alle 13.00) la tavola rotonda ospiterà: Vittorio Messina | Presidente nazionale di Assoturismo, **Giorgio Palmucci |** Presidente di ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo, **Roberto Failoni |** Assessore all'artigianato, commercio, promozione, sport e turismo della Provincia autonoma, **Elisabetta Bozzarelli |** Assessora con delega in materia di politiche giovanili, formazione, istruzione, cultura, biblioteche e turismo del Comune di Trento, **Renato Villotti |** Presidente di Confesercenti del Trentino, **Gianni Battaiola |** Presidente dell’Associazione Albergatori ed Imprese Turistiche della Provincia di Trento, **Giovanni Bort |** Presidente di Confcommercio Imprese per l’Italia Trentino, **Paolo Calovi |** Presidente della CIA - Agricoltori Italiani del Trentino, **Fausto Manzana |** Presidente di Confindustria Trento,

Luca Oliver | Presidente delle Acli Trentine, **Marco Segatta** | Presidente dell'Associazione Artigiani Trentino, **Alessandro Ceschi** | Direttore della Federazione Trentina della Cooperazione

COMUNICATO STAMPA

OGGI, NELLA TERZA GIORNATA

“RACCONTARE LE DESTINAZIONI IN EPOCA DI SOCIAL NETWORK”

E “SPORT, TURISMO, TERRITORIO”

La **terza giornata** della BITM – Le giornate del Turismo Montano, organizzata da Confesercenti del Trentino, nel **primo convegno**, si è concentrata sul **RACCONTARE LE DESTINAZIONI IN EPOCA DI SOCIAL NETWORK**. La promozione delle località turistiche sta cambiando notevolmente: terminata l'era dei grandi manifesti esposti negli uffici pubblici, oggi la comunicazione si è spostata sulle piattaforme social ed è diventata “circolare”. La montagna, con i suoi luoghi iconici e i suoi simboli naturali, si presta a questa modalità comunicativa, a patto che sappia valorizzare spazi e territori, anche proteggendoli da un'eccessiva esposizione mediatica.

Ad intervenire sono stati: **Luca Rigotti** | Presidente del Gruppo Mezzacorona, **Walter Nicoletti** / Giornalista, **Pino Scaglione** | Architetto e docente universitario, **Valentina Cappio** | Responsabile marca e comunicazione di Trentino Marketing, **Chiara de Pol** | responsabile social media di Trentino Marketing, **Aldo Bonomi** | Sociologo (*in differita video*), **Luca D'Angelo** | Direttore dell'Azienda per il Turismo Dolomiti Paganella, **Daniela Vecchiato** | Direttrice dell'Azienda per il Turismo Alpe Cimbra, **Giulia Dalla Palma** | Direttrice dell'Azienda per il Turismo della Val di Non, **Mauro Bussoni** | Segretario generale della Confesercenti Nazionale (*in differita video*)

Rigotti: “Anche l'agricoltura deve essere rispettosa del territorio, un grande lavoro è stato fatto da parte del settore vitivinicolo. Il trentino vitivinicolo è molto all'avanguardia per quanto riguarda il rispetto del territorio, dell'ambiente e delle persone che vivono e visitano l'ambiente. È stato fatto un grande lavoro a partire dagli anni Novanta, trent'anni di lavoro sulla sostenibilità, sulle energie rinnovabili, tutto questo deve diventare narrazione e testimonianza di un territorio che vuole accogliere e che vuole vendere qualcosa di più di un prodotto e di un discorso economico. Anche attraverso l'uso sapiente dei social”.

Nicoletti: “L'ambiente è centrale nella nostra promozione, comunichiamo gli ambienti incontaminati, il silenzio, gli spazi aperti, caratteristica della promozione turistica e delle nostre eccellenze. Parliamo poi della salubrità del prodotto, e di vacanze esperienziali vissute a contatto con l'ambiente. Emozioni, natura, esperienza. Non si affida l'obiettivo alla quantità, quanto alla qualità. Ma dobbiamo garantire che ciò che presentiamo e mostriamo sia poi quello che la realtà offre. È sempre così?”.

Scaglione: “Il turismo è il viaggio, l'emozione, la sorpresa, il portarsi a casa un bellissimo ricordo, che diventa dentro di noi perenne, è un'esperienza importantissima. Più è importante, più incide sulla nostra memoria, più ha significato. Noi dobbiamo cominciare a osare. In questo c'è un approccio funzionalista tecnicista; il Trentino tende a risolvere il problema da un punto di vista meramente tecnico: facciamo la strada, facciamo il servizio, ma non costruiamo architetture; la strada è un'esperienza di paesaggio, non è solamente un

collegamento da un punto A a un punto B, è un'esperienza di attraversamento, soprattutto in ambiente alpino. Sui social non sarei così negativo sono il nuovo modo di comunicare”.

Cappio: “Si è parlato di immagini tutte uguali, stereotipate, luoghi incontaminati con file chilometriche di persone alle spalle, c'è il rischio di dare l'idea di un luogo diverso da quello che è. L'overtourism è un fenomeno che non ha un'unica causa o un'unica soluzione. L'eccesso di flussi non è l'unica causa, c'è anche il comportamento dei turisti, nonché il comportamento delle destinazioni. Dobbiamo educare i turisti anche attraverso i social”.

De Pol: “La sfida c'è, è grande, è una sfida di sistema. Bisogna essere coraggiosi e cercare di fare un nuovo racconto, un racconto che passa anche attraverso i social media. Abbiamo cercato di farlo andando nella direzione dell'autenticità, di raccontare un territorio vero”.

Bonomi: “Io credo che siamo dentro a due dimensioni del tempo e dei grandi problemi rispetto al turismo. Da una parte c'è la tradizione, dall'altra l'iper modernità dei social; non c'è iper modernità se non siamo in grado di mettere dentro il significato profondo del territorio, e questo è un punto fondamentale su cui ragionare; bisogna ragionare su storytelling e su racconto. Come si fa a tenere assieme tutte e due le cose? Lo storytelling è l'iper modernità della narrazione, il racconto è il territorio come costruzione sociale. Senza raccontare il territorio come costruzione sociale lo storytelling diventa pura allegoria”.

D'Angelo: “Comunicare sul digitale sembra facile ma non lo è. È un mondo complicato, spesso vediamo quando arrivano i ragazzi a fare degli stage, si arriva con un'idea semplice in realtà i social sono un gran lavoro di preparazione e professionalità”.

Vecchiato: “I social sono una realtà, un modo di comunicare. Scopriamo prima le notizie sui social che sui canali convenzionali. Non solo danno informazioni, ma creano delle tendenze. In tutto questo le destinazioni hanno sicuramente un ruolo importante nel riuscire a essere sul pezzo, e quindi devono avere al loro interno delle competenze che devono essere sempre più skillate”.

Dalla Palma: “La comunicazione sui social brucia le parole. 7 anni fa tutto era emozione, la parola “emozione” appariva in tutti i post, era un abuso di emozioni; tutto è poi diventato “esperienza”, poi “top experiences”, per passare alle classifiche. Le parole con i social si bruciano in tempi brevissimi. Con il Covid tutto è diventato pacato, si parla di silenzio, di respirare, di ascoltare. Ai ragazzi dico di leggere e studiare di ampliare il vocabolario e la conoscenza”.

Bussoni: “Come Confesercenti abbiamo avuto l'opportunità nei giorni scorsi, in occasione del Cinquantennio, di essere ricevuti dal Presidente Mattarella, il quale ha evidenziato il ruolo fondamentale per il territorio di chi rappresenta le PMI. Tutte le volte che incontriamo un presidente di uno stato estero, ci dice che ci invidiano costantemente la nostra cultura dell'impresa. Oltre a essere il Belpaese nell'immaginario collettivo, siamo visti come la culla delle piccole imprese. Parlando di qualità del turismo, la presenza di imprese radicate nel territorio, che rappresentano la cultura e la storia di quel territorio deve essere fondamentale per garantire qualità dell'offerta. E su questo occorre continuare a investire”.

Il secondo convegno si è concentrato su SPORT, TURISMO, TERRITORIO. Ci sono nuovi valori “turistici” che andranno a condizionare la scelta delle destinazioni nei prossimi anni. Tra questi, la dimensione dello sport, inteso sia nella sua accezione amatoriale sia in quella legata alla fruizione ludica del territorio, sarà una delle più interessanti. In tale prospettiva, le località di montagna devono saper riorganizzare la propria proposta, lavorando alcuni aspetti del loro territorio, specificatamente dedicati allo sport, rimasti fino ad oggi non adeguatamente valorizzati.

A parlarne: Gianni Canale | Presidente del Collegio Guide Alpine – Maestri di alpinismo Provincia di Trento, **Mauro Corona** | Alpinista e scrittore (*in differita video*), **Mauro Giacca** | Presidente dell'Associazione Calcio Trento, **Paola Mora** | Presidente del CONI Trento, **Francesco Orefice** | Vice Presidente Giovani Imprenditori

di Confindustria Trento , **Carlo Guardini** | Giornalista, **Silvio Rigatti** | Presidente dell'Azienda per il Turismo Garda Dolomiti **Giancarlo Cescatti** | Direttore dell'Azienda per il Turismo della Val di Fiemme, **Antonio Stompanato** | Presidente dell'Azienda per il Turismo San Martino di Castrozza, Passo Rolle, Primiero e Vanoi.

Corona: “Non abbiamo ancora capito dove parare, quale turismo inventare. Se tra un paio di anni tutto questo finirà, si riprenderà il vecchio turismo, perché brancoliamo nel buio; le idee vengono stando sul pezzo, ma non è facile definire il nuovo turismo, che verrà condizionato tantissimo da questo inciampo”.

Canale: “Perché tanta gente è venuta in montagna negli ultimi anni? Per la voglia di tornare all'aperto, per l'aria pulita, per il paesaggio, per gli spazi liberi. Però tantissimi, ed è un problema grosso, ci sono andati senza consapevolezza e senza conoscere il territorio. In montagna non esiste il rischio zero. I pericoli esistono sempre, per ridurli bisogna conoscere la montagna, essere preparati fisicamente e intellettualmente, per individuare le fonti di pericolo”.

Giacca: Lo sport crea unione e impegni, crea delle linee importanti per costruire la propria crescita personale. La prima struttura fondamentale è quella della società.

Mora: “Lo sport è trainante all'interno dell'economia, non solo nel turismo. All'interno del turismo sportivo dobbiamo considerare anche il turismo passivo, chi viene per assistere ai grandi eventi. Non possiamo parlare di sport se al centro non mettiamo le persone. I grandi eventi vengono in Trentino, il Trentino è richiesto come terra per organizzare grandi eventi. Il Trentino ha raggiunto questa professionalizzazione nell'organizzazione di eventi nel tempo”.

Orefice: “Il settore del turismo è un settore che è stato drasticamente colpito dalla pandemia. Oggi si trova a dover affrontare una delle crisi maggiori degli ultimi 10 anni. È stata stimata 11 volte più forte di quella che è stata la crisi finanziaria che ci ha colpito nel 2008. Oggi il turista cerca di informarsi sulle misure igienico restrittive degli alberghi, degli impianti e delle strutture; è importante che le imprese siano chiare sulle politiche che offrono ai propri clienti”.

Guardini: “La sostenibilità e la qualità della nostra offerta portano ad affrontare il tema dirimente della mobilità e dei collegamenti per gli ospiti della nostra regione. In Trentino emergono due grandi macro-destinazioni, ovvero il Lago di Garda e le Dolomiti, guarda caso entrambe gravate da grossi problemi di traffico, che fanno a pugno con il claim “vieni in Trentino, Respira”.

Rigatti: “Sul Garda la stagione è stata molto importante, l'abbiamo chiusa domenica scorsa con la mezza maratona, evento che serve anche per allungare la stagione. Le statistiche ci dicono che più del 65% di chi viene da noi lo fa per fare dello sport, abbiamo tantissime possibilità. La nostra infrastruttura permette di guardare ai prossimi anni con ottimismo, ma siamo sicuri che dobbiamo mettere mano a questa struttura, perché gli ospiti sono sempre più esigenti”.

Cescatti: “Per rimanere competitivi la professionalità è un elemento base, studiare, dedicarsi, darsi degli obiettivi; il sistema in questo contesto può essere un grande elemento che determina il successo e quindi il raggiungimento di grandi obiettivi”.

Stompanato: “Il turista cerca sempre di più la sostenibilità della zona, quando vengono a fare sport si trovano di fronte a degli scenari incomparabili. Si è parlato sempre dello sport abbinato al turismo, anche sotto all'aspetto economico, si è detto quanto questo binomio abbia un valore molto alto a livello di comunicazione”.

Chi volesse partecipare a BITM può farlo gratuitamente e iscrivendosi on line dal sito (www.bitm.it). Per la partecipazione in presenza al Muse (consentita con green pass). Tutti gli incontri saranno trasmessi in diretta streaming sulla pagina Facebook di BITM.

Con gentile richiesta di pubblicazione.

La XXII edizione della B.I.T.M. (Borsa Internazionale del Turismo Montano) – Le Giornate del Turismo Montano è organizzata dalla Confesercenti del Trentino in collaborazione con la Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Trento, la Provincia Autonoma di Trento, Assoturismo-Confesercenti Nazionale, Comune di Trento, Trentino Marketing, le principali associazioni imprenditoriali locali, Aziende per il Turismo trentine e numerosi altri enti e aziende private.