

Progetto di auditing di marketing territoriale

per la Valle del Vanoi

Abstract

Premessa

La Valle del Vanoi è uno dei luoghi più caratteristici e incontaminati del Trentino. Il suo isolamento geografico, se da una parte ne ha condizionato lo sviluppo, dall'altra ne ha determinato la sua fortuna. E' evidente che ci si trova di fronte ad un territorio estremamente ricco dal punto di vista ambientale, pervaso ancora da tradizioni culturali che hanno lasciato segni tangibili nei luoghi e nella popolazione. Tutto ciò rappresenta per il Vanoi un patrimonio da preservare e da valorizzare. Le iniziative che si muovono in questa direzione destano interesse e spingono a ricercare una visione d'insieme.

Per questi motivi nasce l'idea di compiere una ricerca sulle risorse di questo territorio, per capirne la tipologia e la qualità, per verificare le sinergie presenti. Questo lavoro nasce con l'obiettivo di "fotografare" e rappresentare le realtà e i fermenti della Valle del Vanoi, per poter poi definire linee guida per uno sviluppo turistico sostenibile e i vantaggi che da questo possono scaturire per i residenti.

L'idea

L'idea di sviluppare una ricerca sulle risorse del territorio della Valle del Vanoi nasce come lavoro di squadra nel contesto del corso di formazione organizzato dal C.E.S.E.S. di Milano, dal titolo "Corso di formazione per la gestione globale del patrimonio ambientale, Information and Communication Technology oriented". Il progetto è stato realizzato durante l'esperienza di stage, prevista dal corso di formazione e svolta presso Bonucchi & Associati srl, società di consulenza attiva nei campi del marketing, della creazione d'impresa e del marketing territoriale e culturale.

Gli obiettivi

Gli obiettivi di questo progetto sono:

- **Individuare le risorse del territorio.** In particolare si vuole arrivare a definire la loro tipologia, la loro dislocazione sul territorio e la loro fruibilità, partendo anche da una descrizione della Valle del Vanoi.
- **Rilevare il quadro attuale delle azioni di valorizzazione del territorio della Valle del Vanoi.** L'attenzione è rivolta alle iniziative già in atto e agli strumenti di comunicazione utilizzati.

- **Individuare linee guida per possibili scenari di sviluppo.** Si intende partire da un'analisi delle sinergie e delle risorse presenti per arrivare a suggerire degli scenari di sviluppo possibili.

La scelta

In risposta a tali obiettivi si è deciso di intervenire con un progetto di auditing di marketing territoriale.

Il marketing territoriale è un insieme sistematico di azioni volte a pianificare e accompagnare la realizzazione di politiche strategiche sul territorio ed è anche uno strumento che vuole contribuire alla creazione di un'immagine del futuro della comunità locale.

L'auditing di marketing territoriale non è altro che l'analisi delle azioni e delle strategie di valorizzazione e più in generale di pianificazione, svolte nel territorio.

E', per così dire, la "fotografia" delle azioni di marketing eventualmente intraprese, utile per definire un quadro di riferimento per il miglioramento o la definizione del proprio sviluppo territoriale.

Le modalità d'intervento

L'intervento proposto si articola nelle seguenti fasi:

- ricerca a tavolino
- ricerca qualitativa
- monitoraggio
- elaborazione dei dati
- presentazione dei risultati

I risultati

Dalla ricerca, condotta tra novembre 2002 e gennaio 2003, sono emerse alcune aree d'interesse che meriterebbero un'ulteriore indagine.

- La Valle del Vanoi è una tipica vallata di montagna. Del suo territorio si sottolinea la ricchezza ambientale, dovuta anche all'isolamento geografico che, se da una parte ha preservato la natura del luogo, dall'altra ha contribuito allo spopolamento della Valle e al conseguente impoverimento.

- La Valle del Vanoi oggi è abitata soprattutto da persone anziane; i giovani sono diventati forza lavoro altrove. Si avverte così la necessità di intervenire con progetti e iniziative concrete al fine di creare nuovi posti di lavoro e trattenere i giovani in Valle.

- La comunità locale non si sente pienamente compresa dai propri amministratori che vorrebbe sentire più vicini, per trovare insieme una soluzione ai disagi che si devono affrontare quotidianamente: dalla difficoltà di spostarsi internamente alla Valle, alla mancanza di luoghi di ritrovo.

- Le attuali iniziative di valorizzazione del territorio sono viste come piccoli passi fatti rispetto ad un cammino molto più lungo e auspicabile per lo sviluppo della Valle che implica un miglioramento delle condizioni di vita della comunità locale, " (...) lo sviluppo della Valle a partire dallo sviluppo della gente che ci vive".

- Il turismo è visto come la più facile possibilità di sviluppo per la Valle del Vanoi, ma si guarda ad un turismo consapevole, ecosostenibile, nel rispetto delle caratteristiche naturali del luogo.

- Si avverte la necessità di rendere maggiormente fruibile la Valle, attrezzandola con strutture ricettive adeguate (alberghi, ristoranti, agriturismi, campeggi, Bed&Breakfast).

- La Valle del Vanoi esprime solo parzialmente la sua vocazione turistica, per cui non si può ancora parlare di “prodotto territorio” inteso come il risultato di una serie coordinata di progetti volti a definire un’offerta omogenea.

- Le strategie di comunicazione si dimostrano ancora non perfettamente coordinate tra loro e appropriate al target che si vuole raggiungere. Sulla Valle del Vanoi gravitano tre marchi differenti relativi al Parco Naturale di Paneveggio-Pale di San Martino, all’Ecomuseo del Vanoi e al Consorzio Turistico. Dietro ognuno di questi c’è un modo differente di comunicare e promuovere le singole iniziative, che avrebbero maggiore visibilità se fossero coordinate tra loro.

Quali suggerimenti

La ricerca condotta fino a questo momento ha messo in evidenza queste tematiche, dalle quali si possono individuare suggerimenti per passi successivi:

- Identificare la tipologia di sviluppo più adatta al territorio in considerazione
- Identificare tutti gli attori e definire il loro ruolo nel processo di sviluppo individuato
- Animare e sensibilizzare la comunità locale
- Consentire lo scambio di conoscenze, opinioni e idee tra esperti, amministratori e cittadini residenti
- Coinvolgere tutti gli attori direttamente e indirettamente impegnati nel processo di sviluppo individuato per determinare obiettivi e strategie condivise
- Analizzare le reali potenzialità di sviluppo delle risorse mappate nel territorio
- Definire un piano di marketing che curi in particolar modo le politiche dell’offerta e della comunicazione
- Formare gli operatori del settore turistico, con particolare attenzione al turismo ambientale e culturale
- Realizzare una rete sul territorio tra i diversi attori/operatori che agiscono nei differenti processi di sviluppo e gestione della Valle, ciascuno secondo le specifiche competenze

Segnaliamo che...

Tutti i materiali relativi al progetto di auditing di marketing territoriale per la Valle del Vanoi sono pubblicati sul sito www.bonucchi.com.