

PIANO MARKETING OPERATIVO 2022

PIANO
2022

LE CINQUE DICHIARAZIONI DI INTENTI PER IL FUTURO

Le 5 dichiarazioni di intenti, riprese dal Piano strategico, esprimono l'orientamento di fondo della destinazione e quindi guidano le azioni operative contenute nel Piano 2022.

1. PRODOTTO, *prima di tutto.*

La strategia di destinazione interpreta il passaggio da una logica guidata dalla promozione ad un approccio basato sul prodotto-esperienza. Cosa cercano davvero i nostri ospiti, cosa li fa stare bene? Perché vengono da noi? In che modo possiamo soddisfare le loro richieste e aspettative? Decine di flussi turistici ci mostrano una complessità e una varietà di fruizione del territorio che va affrontata con spirito innovativo e scelte lungimiranti, partendo dal miglioramento dei servizi verso percorsi originali nel creare esperienze.

2. MERCATO, *dai target alle persone.*

Negli ultimi decenni abbiamo ragionato per "target" e "cluster", ma oggi è necessario capire le "persone", ognuna con le proprie specifiche caratteristiche e modelli di comportamento sul territorio. I mercati sono conversazioni, per questo dobbiamo imparare a dialogare con l'ospite prima e durante la vacanza, creare una relazione "densa e profonda" e mantenerla nel tempo. Un approccio che, partendo dai flussi turistici sul territorio ci porta a dare risposte puntuali alle esigenze del visitatore mediante l'innovazione, sia a livello di progettazione delle esperienze che di canali distributivi.

3. BRAND, da logo a luogo.

Un brand turistico è forte quando, oltre ad evocare l'atmosfera magica di un luogo, si collega a una serie di esperienze sul territorio, fatte di emozioni e di relazioni. La sfida oggi è passare da un logo riconoscibile a un brand fatto di contenuti, lavorando su molteplici prodotti, perché sia capace di raccontare innumerevoli storie, grazie alle persone che "animano" quei luoghi con la loro professionalità e capacità innovativa. Destination branding è dare un senso alla complessità di un territorio ampio e variegato, in chiave attuale, lavorando su posizionamenti multipli, perché diversi sono i prodotti e quindi le persone cui ci rivolgiamo.



4. GOVERNANCE, una geometria variabile.

In una destinazione guidata dallo sviluppo del prodotto, la governance turistica adotta una precisa impostazione. Il suo compito sarà quello di facilitare, sostenere e attivare reti tra attori coinvolti a geometrie variabili per la realizzazione di specifici progetti. L'ApT avrà un ruolo di facilitatore nella condivisione di obiettivi, risorse e responsabilità, regole: elementi alla base del fare sistema, con la consapevolezza che fare turismo oggi significa dare servizi di qualità sul territorio in termini di accessibilità, connettività, mobilità, sanità, ambiente. Molto di più che fare promozione.

5. VIVIBILITÀ, aumentata.

Il futuro ci è venuto incontro all'improvviso sotto forma di crisi sanitaria, anticipando problematiche che sembravano lontane e chiamandoci ad un'assunzione di responsabilità. Serve ripensare il rapporto tra persone e territorio: le grandi concentrazioni di numeri non sono più possibili oggi e forse in futuro. La sostenibilità diventa un'esigenza di pianificazione e non solo uno slogan. La dicotomia estate-inverno viene superata anche in relazione all'affacciarsi di un nuovo turista-non-turista che sceglie di vivere e lavorare sul nostro territorio. Dobbiamo cogliere l'occasione per incrementare il valore aggiunto dell'esperienza vissuta dall'ospite, ottimizzare i flussi e innalzare la qualità verso una vivibilità aumentata.

INTRODUZIONE

In questo documento vengono proposti i progetti che l'Azienda per il Turismo si propone di realizzare nel corso del 2022. Il Piano operativo è presentato in maniera **essenziale**, sia perché collegato fortemente al **Piano strategico**, documento più ampio e di orientamento, che per una più immediata divulgabilità. Il documento si propone di diventare un'efficace **linea guida** per tutti gli operatori del territorio tramite l'elencazione dei progetti principali, ai quali le azioni dei singoli possono allinearsi per un'azione più sistemica della destinazione. Il Piano, inoltre, ragiona in termini incrementali, presentando i **nuovi progetti** che saranno messi a terra o potenziati a partire dall'inizio del 2022, quindi in aggiunta ai progetti previsti dal Piano strategico già in corso di esecuzione dal 2021, che non verranno qui ripresi perché già contenuti nel Piano di marketing operativo 2021.

Il Piano operativo 2022 cerca di **interpretare lo scenario** in continua evoluzione adattando le linee tracciate dal Piano strategico in azioni concrete volte a cogliere al meglio le opportunità di oggi e di domani.

L'Azienda per il Turismo rimane sempre a disposizione di qualsiasi soggetto territoriale per **ulteriori approfondimenti**, anche legati al budget e a strumenti operativi più dettagliati utilizzati internamente.

I PROGETTI 2022

ALL SEASON

- L'obiettivo del progetto è quello di allungare e allineare fin dal 2022 la durata dei **servizi** principali del territorio, a partire dalla tarda **primavera** fino alla prima parte dell'**autunno**, includendo, in maniera non esaustiva, **impianti di risalita**, servizi del **Parco Naturale Adamello Brenta Geoprak** nelle valli laterali, **nuove proposte** per il fuori stagione sviluppate da ApT, aperture dei **poli culturali**, azioni promozionali mirate.

- L'impegno dei **soggetti principali** del sistema turistico deve essere parallelo allo sforzo delle **iniziative private**, anche queste volte ad un allungamento della durata di erogazione. Nelle prime settimane del 2022 sarà richiesta un'adesione al progetto "all season" finalizzata alla verifica di un raggiungimento di una massa critica sufficiente per confermare gli investimenti complessivi del sistema e, di conseguenza, poter attivare precise azioni a sostegno del progetto. Un vero e proprio "**patto di territorio**".

- Le date di apertura previste da parte delle società Funivie Madonna di Campiglio e Funivie Pinzolo sono:

Madonna di Campiglio

11.06.22 – 25.09.22: almeno 1 impianto

18.06.22 – 18.09.22: almeno 2 impianti

25.06.22 – 11.09.22: almeno 3 impianti aperti

Pinzolo

18.06.22 - 11.09.22 Prà Rodont

25.06.22 - 11.09.22 Doss

- Le ipotesi di allungamento ulteriore sul 2022, da confermare all'interno del "patto di territorio", sono:

Madonna di Campiglio - 1 impianto aperto

02 – 05.06.22

01 – 02.10.22

08 – 09.10.22

15 – 16.10.22

22 – 23.10.22

Pinzolo - 1 impianto aperto

11 – 12.06.22

17 – 18.09.22

24 – 25.09.22

01 – 02.10.22

DOLOMEET GUEST CARD

- Per l'estate 2022 verrà riproposto il modello di **DoloMeet Guest Card** già adottato in passato, con un'**ottimizzazione dei contenuti** e delle procedure di emissione.

- Parallelamente sarà condotta una riflessione strategica per valutare l'adozione di **nuovi modelli distributivi** delle card volti a cogliere significative opportunità di marketing sia di oggi che in chiave prospettica (ad esempio sfruttando appieno la nuova **Trentino Guest Platform**).

Un'idea in fase di valutazione è quella di aumentare significativamente il numero di card in circolazione durante (e prima) la vacanza dell'ospite attraverso la contribuzione di un importo a presenza dal cliente all'albergatore e da quest'ultimo ad ApT, in cambio del quale l'ospite riceverebbe di "default" la card dalla struttura ricettiva.

- L'aumento dei volumi della card potrebbero consentire di:

- Aumentare la soddisfazione dell'ospite.

- Tracciare i comportamenti dell'ospite durante la vacanza sfruttando la sofisticata tecnologia a sostegno dell'eventuale nuova card. I dati saranno funzionali ad un'efficace ed efficiente forma di marketing one to one oltre che utili alle azioni di sviluppo del prodotto.

- Sostenere i servizi nelle code di stagione, incentivando maggiormente l'utilizzo degli stessi grazie alla loro inclusione nella card (che avrebbe appunto una maggiore distribuzione).

- Incentivare comportamenti virtuosi, ad esempio includendo nella card maggiori contenuti "green".

- Incentivare i download della nuova APP "Mio Trentino" sulla quale poggerebbe la card in versione digitale.

- Migliorare l'efficacia commerciale delle strutture ricettive che sarebbero incentivate a "vendere" il contenuto della card prima della prenotazione.

ALTA GAMMA

Dopo la creazione della “**governance alta gamma**”, nella seconda metà del 2021 il progetto proseguirà nel 2022 con le seguenti azioni: definizione del **concept** del prodotto alta gamma; individuazione di un’**agenzia di media PR** nel settore alta gamma che aiuti una maggiore comunicazione del prodotto attuale; analisi delle destinazioni **competitor** nel settore alta gamma; possibile ingresso della destinazione nella **Fondazione Altagamma**; partecipazione alle prossime edizioni dei seguenti **eventi internazionali** travel di lusso: “Loop” a Vienna, “Luxury Travel Mart” a Mosca, “ILTM” a Cannes.

INNOVAZIONE SCI

- Le innovazioni per la **rivitalizzazione del prodotto** sci introdotte dalle società impiantistiche della Skiarea Campiglio Dolomiti di Brenta sono rilevanti e fonte di **vantaggio competitivo** rispetto ad altre destinazioni dell’arco alpino, quantomeno a livello italiano. **Sicurezza, qualità, gestione dei flussi, digitalizzazione e personalizzazione** sono fattori sempre più rilevanti per la strategia di destinazione. ApT continuerà quindi a valorizzare le novità di seguito elencate:
 - Vendita online - con assicurazione inclusa.
 - Prezzo dinamico.
 - Starpass - skipass pay per use.
 - Coda virtuale - tramite APP Qoda.
 - Sistema “semaforico” per orientamento dei flussi.
 - Skipass “Cinque su sette”.
- Inoltre, sulla base dei dati della stagione invernale 2021/2022 relativamente allo skipass sperimentale “Cinque su sette”, verrà preso in considerazione il progetto “winterpass”, ossia una card invernale integrativa di vari servizi, sci e non solo.

MOBILITÀ

- La “**governance mobilità**”, istituita nella seconda metà del 2021 (composta attualmente da Comune di Pinzolo, Comune di Tre Ville, Parco Naturale Adamello Brenta Geopark, Regole Spinale Manez e ApT), ha elaborato un **documento progettuale comune sulla mobilità**. Ogni ente coinvolto, nel rispetto delle proprie competenze, si è preso la **responsabilità di condividerlo** e approvarlo internamente.
- Gli **obiettivi** del nuovo sistema di mobilità e, di conseguenza, le **aree di intervento** riguardano:
 - La gestione di nuove aree (ad esempio area Val Brenta e area Montagnoli).
 - La gestione dei flussi (ad esempio sistemi semaforici/informativi).
 - Politiche di incentivazione verso una maggiore sostenibilità (ad esempio prezzi più accessibili per i servizi di mobilità più sostenibili).
 - Attività di comunicazione volte a sviluppare una nuova cultura della mobilità (ad esempio coinvolgendo i residenti con nuove modalità)

PLASTIC FREE E ZERO EMISSIONI

- Nel corso del 2021 sono stati svolti diversi incontri con i rifugi in quota per la condivisione del progetto “**plastic free**”. Rispetto alla prima ipotesi di lancio già a partire dal 2021, il progetto viene ora riproposto sul 2022; a seguito di una parziale rivisitazione e di ulteriori incontri con gli operatori è stata raggiunta una massa critica di aderenti sufficiente all’implementazione del progetto. Le azioni principali riguarderanno:
 - definizione del concept del progetto.
 - Sviluppo di una linea grafica per i vari supporti (ad esempio compattatori, borracce, campagna di sensibilizzazione)
 - Formazione e sensibilizzazione in materia ambientale dei residenti e degli ospiti.
 - Azioni di economia circolare “bottle to bottle”
 - Organizzazione camp di pulizia

- Nel corso del 2022 sarà avviata una serie di confronti con gli stakeholder del territorio al fine di definire le caratteristiche e l'ampiezza del progetto "**zero emissioni**" che, inevitabilmente, si svilupperà su un orizzonte pluriennale. Sarà necessario avere una fotografia dello stato attuale del nostro territorio.

MONTANITÀ

- Il progetto è volto a valorizzare l'autenticità della vita in montagna, in particolare tramite una maggiore **integrazione della filiera agro-alimentare** di tutto il nuovo ambito turistico nei progetti turistici.
- In particolare verranno promossi gli eventi food dell'ambito, mappate e promosse tutte le eccellenze agro - alimentari locali, create delle collaborazioni con la Strada del Vino e dei Sapori dal Garda alle Dolomiti.

NUOVA RESIDENZIALITÀ

- L'idea è quella di realizzare degli **spazi di co-working** per soddisfare la richiesta attuale di ospiti che frequentano il territorio con finalità non esclusivamente "leisure", ma anche dedicando del tempo al lavoro. Non tutte le strutture ricettive e gli appartamenti sono serviti da fibra ottica ed individuare spazi dove lavorare con un alto livello di connettività è uno degli aspetti positivi del progetto. I nuovi spazi possono dare la possibilità di promuovere la destinazione su alcuni target relativamente nuovi.
- Nel 2022 verranno **selezionati alcuni spazi pubblici** da adibire a spazi di coworking, per la realizzazione e la gestione dei quali sarà valutata la collaborazione con la Federazione Trentina della Cooperazione. Si cercherà, inoltre, di sensibilizzare l'infrastrutturazione generale con fibra della destinazione tramite un maggiore dialogo con gli attuali player presenti sul mercato.

PARTNERSHIP

- L'attivazione di **partnership** con aziende terze rispetto al territorio e al settore turistico crediamo possa essere una leva fondamentale di marketing per rafforzare il valore del nostro brand territoriale. Progetti di co-marketing con brand affini alla destinazione possono intercettare le "**cerchie di influenza**" dei brand selezionati aumentando di conseguenza la **forza d'attrazione** e il **posizionamento** della località.
- Nel corso del 2022 l'idea è quella di **mettere a sistema** i principali spazi e le principali opportunità del territorio, tramite una collaborazione tra Funivie, Comuni, ApT, Parco, Organizzatori di eventi top, per proporre la destinazione come un unicum verso il partner selezionato, riuscendo così ad aumentare il potere negoziale e ad attivare più velocemente la partnership desiderata.

50 VALLI

Sarà sviluppato il lavoro sul progetto "50 valli" volto alla messa in rete e alla valorizzazione delle tantissime valli laterali alla Val Rendena e alle Giudicarie e Valle del Chiese. Il progetto sarà lanciato a partire dal 2023.

EVENTI

Nel 2022 tanti sono i **nuovi eventi** particolarmente importanti per l'indotto diretto che creeranno sul territorio, per la rilevanza promozionale e per la collocazione in periodi non di alta stagione. Di seguito vengono elencati quelli più significativi e che comportano un coinvolgimento economico di ApT. Sarà svolto in aggiunta un lavoro di coordinamento e supporto al grande impegno profuso dalle tante Pro Loco presenti sul territorio.

- Winter marathon
- Carnevale Asburgico
- World rookie tour - final (**new**)
- Red Bull hammers with homies - final (**new**)
- One more week (**new**)
- Fly fishing festival
- Ritiro Nazionale di basket
- Top Dolomites granfondo
- Dolomitica - UCI masters mountain bike marathon world championship (**new**)
- 5 days of italy (**new**)
- World fly fishing championship (**new**)
- Dolomiti natural wellness (**new**)
- Audi quattro cup
- Colmar Pro AM e Coppa Colmar
- Ritiro Bologna FC 1909
- Altri ritiri squadre serie A
- Mistero del Monti
- Suoni delle Dolomiti
- Giovenche di Razza Rendena
- Convegno 150 anni SAT
- Festival formai da mot
- Mondo Contadino
- Ecofiera - food experience
- Festival della Polenta
- Telemark & food experience
- 3Tre - Audi FIS Ski World Cup

POLITICA COMUNICAZIONE 2022

Nel corso del 2022 verrà ulteriormente seguita una politica di comunicazione di tipo **“pull”** rispetto ad una politica di tipo **“push”**. Più nel dettaglio intendiamo alimentare azioni di comunicazione che incentivino una comunicazione **“trainata”** (per questo il termine **“pull”**) dal passaparola di soggetti qualificati, a scapito di azioni basate sull'acquisto di spazi pubblicitari all'interno dei quali **“spingere”** (da questo il termine **“push”**) il messaggio deciso dalla destinazione (l'esempio può essere quello di un banner di una campagna digital). Alcuni esempi di tipologie di attività che verranno finanziate nel 2022:

- Press tour
- Influencer marketing
- Co-marketing con brand
- Collaborazioni con PR manager/ufficio stampa per prodotti
- Collaborazioni con PR manager/ufficio stampa per mercati rilevanti
- Collaborazioni editoriali
- 3Tre on Tour
- Produzione foto e video di alta qualità
- Agenzia comunicazione/creativa per predisposizione contenuti e messaggi
- Raccolta e gestione di contatti
- Ingaggio dell'ospite durante e dopo la vacanza (potenzialità della Trentino Guest Platform)

GOVERNANCE DI PRODOTTO

In coerenza con quanto previsto dal piano strategico nel capitolo **“governance”**, e a seguito dell'attivazione nel 2021 delle governance **“alta gamma”** e **“mobilità”**, nel 2022 verranno attivati i seguenti gruppi di lavoro per la gestione dei progetti sopra descritti:

- Partnership
- Montanità

La composizione delle due governance sarà definita nella prima parte del 2022.

AGENZIA TERRITORIALE DI AREA (ATA)

Nelle prime settimane del 2022 prenderanno vita le nuove **Agenzie territoriali di area (Ata)** ricoprendo le funzioni previste dalla legge della Provincia Autonoma di Trento del 12 agosto 2020, n. 8. Nel nostro caso la ATA sarà composta da ApT Madonna di Campiglio, ApT Val di Sole e ApT Dolomiti Paganella. Con le ApT vicine, in tutto il corso del 2021, ci sono stati dei dialoghi per andare ad individuare i progetti principali da gestire congiuntamente e in base al budget disponibile. Sono stati ipotizzati due filoni progettuali:

- **Marketing intelligence:** analisi evoluta dei dati provenienti da svariate fonti al fine di basare maggiormente le decisioni sui dati stessi (approccio "data-driven"). I report evoluti elaborati come output dell'analisi effettuata possono essere condivisi con gli operatori al fine di elevare l'apporto di ApT all'interno della nuova funzioni di coaching a supporto degli operatori. Alcuni esempi di dati da analizzare maggiormente e in maniera più sistematica: comportamenti dell'ospite durante la vacanza, trend di mercato, reputazione online, temi di comunicazione associati alla destinazione, soddisfazione dell'ospite, performance dei competitor, presenze extra alberghiere, etc.
- **Orientamento outdoor:** l'idea di base è quella di collegare maggiormente l'offerta outdoor ai centri abitati delle destinazioni tramite un più efficace sistema di orientamento e segnaletica. Questo secondo progetto potrà prendere avvio non appena saranno note le risorse complessive disponibili all'interno della ATA e in base ai tempi di entrata a regime della nuova organizzazione.

CONSORZIO APT DEL TRENINO

Sempre agli inizi del 2022 verrà costituito formalmente il **Consorzio delle ApT del Trentino**, soggetto che si occuperà principalmente di **erogazione di servizi** a favore e a supporto delle ApT associate, ma anche di **rappresentanza** delle ApT nei confronti degli organi principali del sistema turistico. Di seguito vengono elencate alcune delle funzioni del Consorzio:

- Servizi/forniture: ad esempio modello 231, privacy, sicurezza sul lavoro, programmi gestionali, bozze contrattuali, assicurazioni, cartografia.
- Centrale acquisti per strumenti di sistema: ad esempio IT e licenze, Outdooractive, HBenchmark, Feratel.
- Consulenze: ad esempio su aiuti di Stato, rapporto risorse pubbliche e private, copyright, materie tributarie/fiscali/legali.

COMPETENZE INTERNE AZIENDA PER IL TURISMO

La Provincia Autonoma di Trento ha voluto **mappare le competenze interne alle Aziende per il Turismo trentine** tramite il coinvolgimento di Trentino School of Management che, a sua volta, ha collaborato con agenzie specializzate. Oltre a diversi **punti di forza** della nostra Azienda sono stati messi in evidenza alcuni **gap** di competenze che verranno colmati in particolare aderendo ad un programma formativo sviluppato da TSM nel corso del 2022. I maggiori spazi di lavoro riguarderanno:

- Sviluppo di un approccio basato sull'analisi dei dati.
- Individuazione di nuovi modelli di coinvolgimento e relazione con il territorio.

GIUDICARIE CENTRALI E VALLE DEL CHIESE

- Il livello di integrazione all'interno del nuovo ambito ha raggiunto un buon livello in considerazione che l' "armonizzazione" dei territori è stata formalizzata in data 17 marzo 2021.
- Nelle prime settimane del 2022 saranno previsti degli **incontri con gli stakeholder** di Giudicarie Centrali e Valle del Chiese al fine di approfondire ulteriormente i contenuti del piano strategico e del piano operativo 2022 di ApT.
- In particolare saranno messi al centro momenti specifici di confronto con i Sindaci e le amministrazioni comunali di questa parte dell'ambito e con il Consorzio dei Comuni del Bacino Imbrifero Montano del Chiese.

NUOVI PROGETTI

Nel corso del 2022 saranno inoltre sviluppati i seguenti nuovi progetti

- **Zeledria Junior Park:** percorso tematico per bambini sviluppato in zona Malga Zeledria grazie ad un'idea e ad un finanziamento iniziale dell'Associazione Amici dei Sentieri di Madonna di Campiglio e alla collaborazione autorizzativa, operativa e finanziaria di Comune di Bocenago, Comune di Pinzolo, Comune di Tre Ville, Parco Naturale Adamello Brenta, Regole Spinale e Manez e Azienda per il Turismo.
- **Territorio Arte Storia Cultura (TASC):** progetto di valorizzazione e promozione di tutti i poli e punti di interesse storici, artistici, culturali del territorio in particolare sull'ambito Giudicarie Centrali e Valle del Chiese nel corso del 2022.
- **Pinzolo - Campiglio Express:** accordo per l'apertura per i prossimi 4 anni dell'impianto di collegamento nel tratto Plaza - Patascoss, a seguito di un accordo tra Funivie Pinzolo, Azienda per il Turismo, Comune di Pinzolo, Parco Naturale Adamello Brenta e altri soggetti territoriali.
- **Servizio tamponi:** per la stagione invernale 2021/2022 ApT contribuisce all'attivazione del centro tamponi a Madonna di Campiglio compensando la mancanza del servizio stesso, grazie alla fondamentale collaborazione con Alp Trauma Clinic.
- **Trentino Holidays:** nel corso del 2022 entrerà a pieno regime la collaborazione con il Tour Operator Trentino Holidays volta a potenziare la forza commerciale del territorio, in particolare in alcuni periodi di medio-bassa stagione. Tra le altre cose l'accordo prevede un ruolo di ApT quale centrale di acquisto dei posti letto delle strutture ricettive dell'ambito aderenti al progetto per una successiva rivendita a Trentino Holidays.
- **Nuovo portale:** nella primavera 2022 sarà lanciato il nuovo sito internet campigliodolomiti.it
- **Prodotto family:** verrà fatto un approfondimento sul prodotto family della destinazione, anche attraverso un confronto con il ricettivo, per capire l'attuale soddisfazione del target famiglia, la necessità di miglioramento del prodotto e di messa in rete degli attuali servizi e valutare le possibilità di promozione all'ospite.

CARICHE SOCIALI

PRESIDENTE

Tullio Serafini

COMITATO ESECUTIVO

Valeria Alessio
Christian Armani
Daniele Bertolini
Bruno Felicetti
Cecilia Maffei
Andrea Pedretti
Tullio Serafini
Mario Zanon

COLLEGIO SINDACALE

Alessandro Piva - Presidente
Elisa Carli
Disma Pizzini

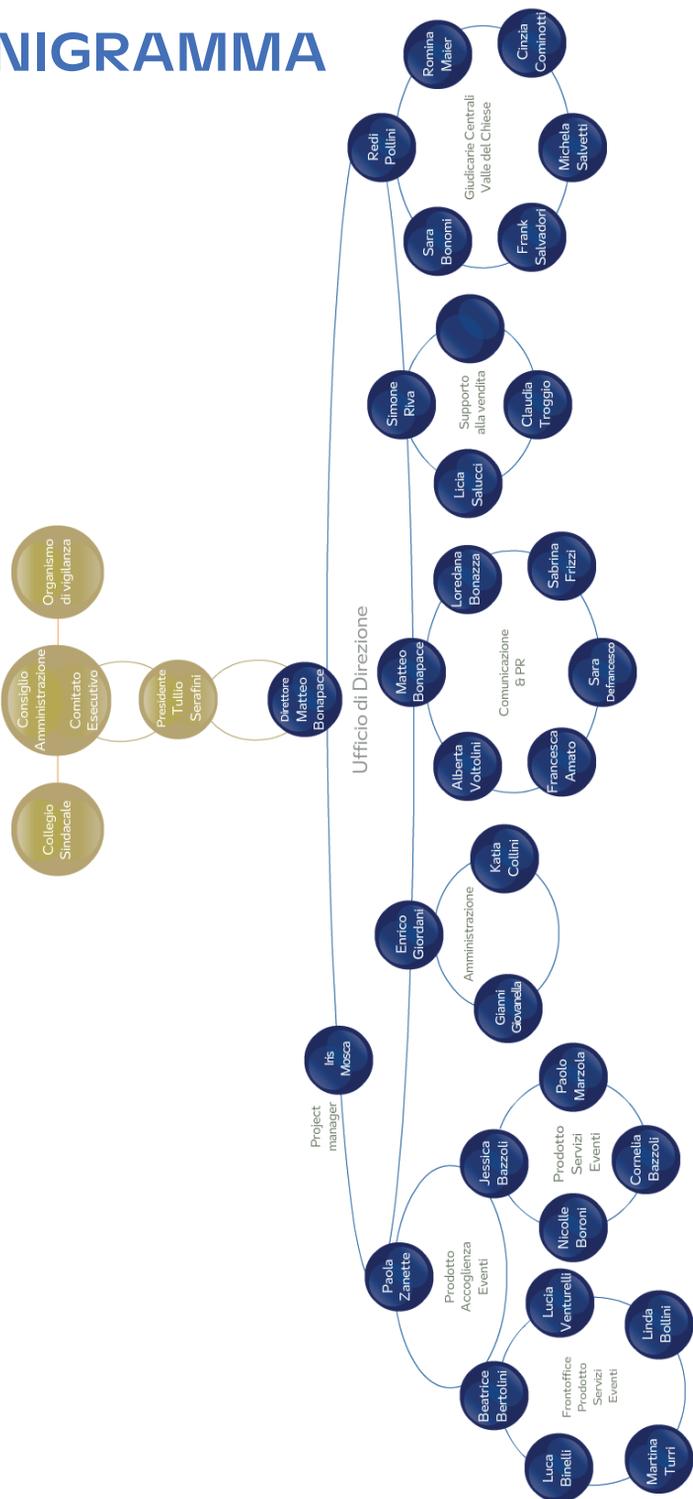
CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Valeria Alessio
Matteo Amadei
Christian Armani
Francesco Ballardini
Daniele Bertolini
Francesco Bonapace
Giulia Collini
Mauro Collini
Federico Dallavalle
Diego Durini
Bruno Felicetti
Walter Ferrazza
Francesco Gatta
Cecilia Maffei
Martina Marcora
Stefano Maturi
Andrea Pedretti
Roberto Serafini
Tullio Serafini
Andrea Sini
Massimo Valenti
Mario Zanon

ORGANISMO DI VIGILANZA

Francesca Marchini - Presidente
Enrico Giordani
Disma Pizzini

ORGANIGRAMMA



Dipendente fisso stagione estate-inverno: Simone Chiappani

