

SLOWTOURISM: DEFINITE LE LINEE GUIDA

Nell'ambito della Workpackage 2 "Pianificazione Strategica" del Progetto SLOW TOURISM si è svolta ed è in fase di conclusione l'Attività 1 "Analisi del contesto" nella quale, attraverso una ricognizione sullo stato di fatto dell'offerta locale dell'area di progetto in termini di risorse naturali e socio-economiche si è verificato il livello della strutturazione dei prodotti turistici "Slow" in ciascuna area (es. avifauna e percorsi attrezzati per il birdwatching, chilometri di piste ciclabili, offerta turistica, tratte navigabili e servizi per il turismo fluviale). L'analisi dei punti di forza e debolezza ha permesso analizzare la situazione di partenza dell'offerta "Slow" di ciascuna area e sapere come potenziarla e valorizzarla. Lo studio ha valutato che

un'esperienza di Slow Tourism deve soddisfare contemporaneamente le seguenti sei dimensioni:

Tempo: Dimensione temporale dell'organizzazione aziendale e territoriale e richiede un orientamento strategico con una progettualità esplicita di medio-lungo periodo, che si traduce nel dedicare tempo per analizzare, comprendere, progettare miglioramenti qualitativi dell'azienda della destinazione: per chi ne fruisce come cliente e per chi ci lavora, favorendo all'ospite un'esperienza confortevole e in linea con i suoi tempi.

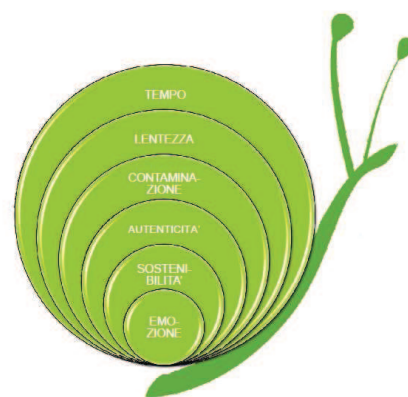
Lentezza: Richiesta, costruzione, promozione, offerta, di servizi/prodotti di turismo lento, cioè dai ritmi non frenetici, non massificati, in grado di far partecipare l'ospite ad un'esperienza più completa, profonda e

coinvolgente, che gli consenta di assimilare gradualmente i legami con la realtà locale.

Contaminazione: Attiene alla sfera relazionale tra gli individui e alla capacità del sistema di offerta di creare opportunità di scambio tra di loro.

Autenticità: Attiene alla capacità di creare e offrire un'esperienza caratterizzata, non artificiale, fortemente connessa alla cultura e alla tradizione di quella destinazione, rimarcando all'ospite che non potrebbe essere ovunque ma proprio in quel luogo, con tutte le sue peculiarità (piacevoli o meno).

Sostenibilità: Attiene all'impatto dell'attività turistica sull'ambiente locale, afferma la necessità di un approccio sostenibile, cioè ecologicamente leggero nel lungo periodo,



Emozione: Attiene alla capacità di generare momenti memorabili che fanno ripartire l'ospite diverso da come è arrivato, segnato da un'esperienza realmente coinvolgente e gratificante.

Queste dimensioni sono state associate ai benefici qualitativi e quantitativi e alle potenzialità di un'offerta turistica "Slow", ovvero:

BENEFICI QUALITATIVI	BENEFICI QUANTITATIVI
Destagionalizzazione Fidelizzazione → ritorno Crescita di qualità e competenze del sistema di offerta Diffusione di benefici su tutto il territorio Crescita delle opportunità di reddito: <i>per le imprese di servizio, per i soggetti non direttamente coinvolti nel settore turistico</i> Aumento del valore dei prodotti maturi Crescita della competitività del sistema di offerta	Motivazione principale di viaggio (Turisti che si recano nell'area per fare ST) Attività slow in tipologie di turismo tradizionale (Turisti che si recano nell'area con motivazioni tradizionali (balneare, culturale, montano), ma che ambiscono a svolgere attività/esperienze slow. Escursionismo slow dal bacino residente di gravitazione (Popolazione residente in aree limitrofe propense a svolgere escursioni e soggiorni brevi)

Questi benefici hanno giustificato una strategia di sviluppo dello Slow Tourism che è stata tradotta nelle seguenti linee guida generali:

Dimensione	Linee Guida generali
Tempo	<p>Dedicare tempo al contatto con i clienti e l'ascolto delle loro esigenze, necessità, curiosità</p> <p>Prevedere riunioni periodiche con lo staff per discutere su come rispondere in modo più coerente alle esigenze del cliente e su come migliorare l'ambiente di lavoro</p> <p>Prevedere momenti di verifica (diretta, indiretta) del servizio erogato</p> <p>Agire nell'immediato ma progettare miglioramenti e interventi su un orizzonte temporale medio-lungo</p> <p>Dedicare tempo alla fissazione di obiettivi (quantitativi e qualitativi) e alla verifica dei risultati ottenuti rispetto a quelli previsti</p> <p>Prevedere la partecipazione di tutto il personale ad attività di formazione e aggiornamento sulla migliore erogazione del servizio</p> <p>Prevedere l'istruzione minima di tutto il personale finalizzata ad un primo orientamento sugli elementi più peculiari della destinazione (eventi della tradizione, enogastronomia, attrazioni storico/culturali, ecc.)</p> <p>Dedicare tempo alla scelta e alla verifica di coerenza dei fornitori (in particolare di quelli che offrono servizi in chiave "slow"), evitando situazioni dubbie sotto il profilo etico, qualitativo o ambientale</p> <p>Strutturare l'orario dei servizi in modo che il cliente possa disporre di tempi congrui</p>
Lentezza	<p>Sensibilizzare l'ospite verso un'esperienza "diversa" della destinazione: percorsi lenti; escursioni, eventi ed attrazioni insolite; esperienze particolari, presentati attraverso diversi tipi di supporti (bacheca, lavagna, televisore in camera, raccoglitore, ecc.)</p> <p>Promuovere altri operatori complementari della rete (trasporti, ristorazione, servizi di guida, ecc.), che propongono esperienze di turismo lento</p> <p>Adottare soluzioni idonee alla fruizione dei servizi e delle facility per una clientela con mobilità ridotta (anziani, persone con deficit, ecc.)</p>
Contaminazione	<p>Inserire nelle iniziative proposte, l'incontro e lo scambio attivo tra gli ospiti ed esponenti della comunità residente</p> <p>Incentivare – sia in loco che online - scambi di esperienze, consigli, impressioni, valutazioni, tra gli ospiti</p> <p>Continuare a gestire le relazioni con i clienti anche dopo il termine del soggiorno, attraverso strumenti sia di community (social media, blog, ecc.) che one-to-one</p>
Autenticità	<p>Mettere a disposizione dei turisti, supporti (es.: piccola libreria/medioteca), sulla cultura, la civiltà, le tradizioni e l'ambiente locale in generale</p> <p>Disporre di una lista di "specialisti" di diversi aspetti della realtà locale, che possono essere attivati (anche su chiamata) per consigliare/costruire esperienze caratteristiche</p> <p>Organizzare incontri (eventualmente periodici) a favore della clientela per presentare/valorizzare aspetti tipici della cultura locale (letture, proiezioni, degustazioni, piccole rappresentazioni, esposizioni artistiche, ecc.)</p> <p>Utilizzare manufatti (mobili, suppellettili, immagini, ecc.) e materiali (tessuti, ecc.) locali nell'arredo degli spazi fruiti dal turista e nell'abbigliamento del personale di contatto</p>
Sostenibilità	<p>Comunicare all'ospite l'impegno della struttura allo sviluppo di un turismo sostenibile, responsabile e rispettoso dell'ambiente e dei valori della comunità locale</p> <p>Rispettare i criteri di qualità ambientale, energetica, economica e sociale</p>
Emozione	<p>Progettare con cura le esperienze da sviluppare (sceneggiatura, ambiente, organizzazione, spazi)</p> <p>Nella realizzazione delle attività, avvalersi di personale in grado di coinvolgere attivamente i visitatori</p> <p>Verificare i risultati attraverso indagini permanenti sui clienti</p>

A cura di Angela Nazzaruolo

Info al sito www.slow-tourism.net

È stato ufficialmente attivato il sito internet del Progetto SLOW TOURISM al seguente indirizzo: www.slow-tourism.net. Sul sito si possono trovare tutte le informazioni sul progetto, sui partner, sulle varie attività svolte e in corso di svolgimento, oltre a tutti i materiali prodotti.

Inoltre un'area è riservata ai prodotti turistici Slow e sarà aggiornata non appena saranno definiti gli itinerari e le proposte da offrire al turista. Il sito è in costante aggiornamento.

Prossimi appuntamenti

Sono in corso di svolgimento in tutta l'area partner, gli incontri con gli "Operatori turistici locali" – (riferiti alla Workpackage 3.1 "Sviluppo congiunto dello Slow Tourism con azioni pilota"), per presentare i risultati dell'analisi del contesto e condividere le proposte delle linee guida del prodotto Slow Tourism:

- BLED - Mercoledì 20 aprile 2011, ore 10.00, Parco nazionale del Triglav, Ljubljanska cesta 27
- COMACCHIO - Giovedì 28 aprile 2011, ore 10.30, Manifattura dei Marinati, Via Mazzini 200

- TREVISO - Martedì 3 maggio 2011, ore 10.30, Sala Consiliare, Amministrazione Provinciale di Treviso, Via Cal di Breda 116
- UDINE - Mercoledì 4 maggio 2011, ore 9.00, Aqiuleia (UD), Sala Consigliere comunale, P.zza Garibaldi 7
- ROVIGO - Giovedì 5 maggio 2011, ore 9.45, Ostello Canalbianco, Arquà Polesine
- TRIESTE - Venerdì 6 maggio 2011, ore 14.30, Università di Trieste, Aula Magna, SSLMIT, via Filzi 14

- LJUBLJANA - Martedì 10 maggio 2011, ore 9.30, Camera di Commercio Slovena – STO, Dimičeva 13
- BOVEC - Martedì 17 maggio 2011, ore 10.00, Centro di informazione turistico Bovec, Trg golobarskih žrtev 8
- CERVIA - Martedì 10 maggio 2011, ore 10.00, Saline di Cervia, Via Bova 61
- PORTOGRUARO - Giovedì 12 maggio 2011, ore 9.30, C/O SEDE Vegal, Via Cimetta 1

- SKOFJA LOCA - Lunedì 23 maggio 2011, ore 10.00, Camera Regionale, Spodnji trg 2
- KRANJSKA GORA - Martedì 31 maggio 2011, ore 11.00, Hotel Kompas, Borovška cesta 100
- BOHINJ - Lunedì 6 giugno 2011, ore 10.00, Eco hotel Bohinj, Triglavskas cest 17
- RADOVLJICA - Martedì 14 giugno 2011, ore 10.00, Castello Radovljica, Linhartov trg 1