



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI TRENTO



Approccio allo sviluppo sostenibile. Il cammino Jacopero di Anaunia

eTourism Research Group
Maria Della Lucia
<http://etourism.economia.unitn.it/>
maria.dellalucia@unitn.it

Fondo (Trento) – 23 luglio 2010



Agenda



2

- Approccio allo sviluppo turistico sostenibile
- 4 L Tourism
- Turismo culturale – 4L
- Offerte sostenibili di turismo culturale – 4L. Un caso

Maria Della Lucia – eTourism Group – 23 luglio 2010





Rilevanza strategica

5

- Natura **endogena o esogena** dello sviluppo turistico
 - ✓ Destinazioni **community-type**
- **Opportunità strategica** anche per le **destinazioni già sviluppate**
 - ✓ **Competitività** nel lungo periodo
- **Futuri grandi driver (mega-trends)** del mercato turistico a livello mondiale (Dwyer et al. 2009)
 - ✓ Consapevolezza delle **tematiche ambientali e sociali**
 - ✓ Esperienze turistiche **autentiche e self-employment**
 - ✓ **Comunicazione e socializzazione** delle esperienze via web

Maria Della Lucia – eTourism Group – 23 luglio 2010





“4L Tourism”

6

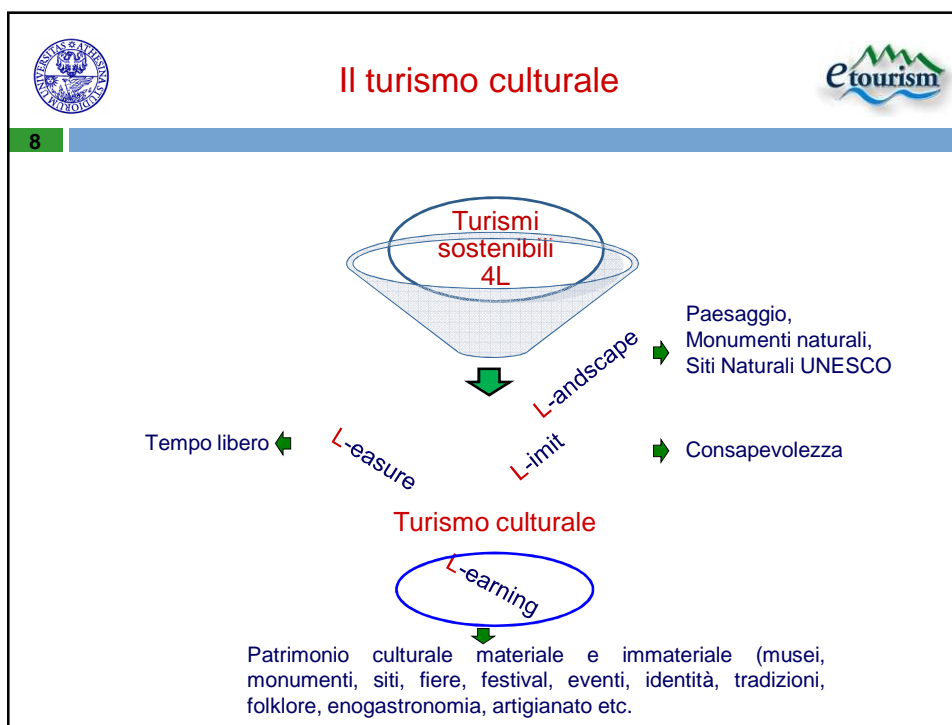
- Modelli di offerta turistica destinati ad intercettare una **domanda emergente ed innovativa** di turismo
 - ✓ **Leisure**: turismo evoluto del divertimento e del tempo libero
 - ✓ **Landscape**: turismo della natura e del paesaggio
 - ✓ **Learning**: turismo dell'apprendimento tramite la scoperta e il coinvolgimento diretto
 - ✓ **Limit**: turismo che accetta il limite alla fruizione del territorio
- ➡ Espressione dei **consumi post-moderni**
 - ✓ Consapevolezza, esperienze autentiche e coinvolgenti, apprendimento e trasformazione

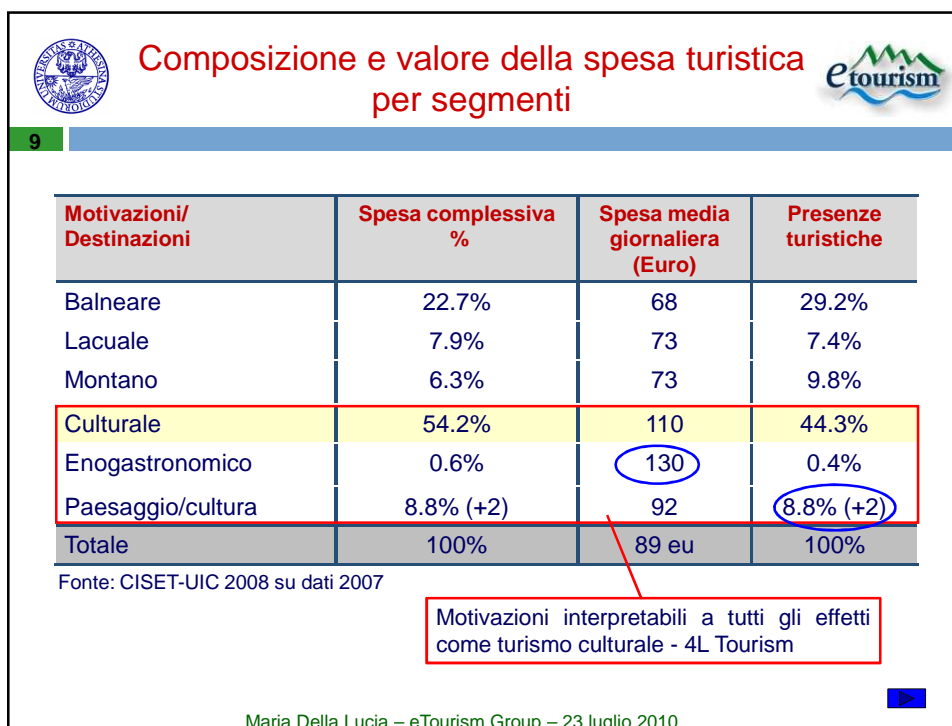
Maria Della Lucia – eTourism Group – 23 luglio 2010

 **Implicazioni manageriali** 

7

- **“4L” sono motivazioni di vacanza**
 - ✓ Sviluppo di prodotti turistici ad alto contenuto di **identità e di specificità** e in una logica di sostenibilità dello sviluppo turistico
- **Motivazioni sono perlopiù principali (soft path) piuttosto che esclusive (hard path)**
 - ✓ Molteplici motivazioni 4L, ordinate gerarchicamente
- **Nicchie di mercato hard path e segmenti di mercato soft path**
 - ✓ Condizioni per la sostenibilità **economica attraverso** strategie di **differenziazione** dell'offerta (consistenza numerica e premium price)





Il Turismo culturale - 4L. Un caso

10

- **Cammino Jacopeo d'Anaunia**
 - ✓ 7 Itinerari escursionistici in Val di Non che partono da Sanzeno
- **Tema**
 - ✓ Riproposta dei percorsi di pellegrini e viandanti sul modello e nello spirito del cammino di Santiago
 - ✓ Ricerca, lentezza, spiritualità, sacralità
- **Progetto**
 - ✓ Percorso breve. 3 tappe ad anello intorno a Sanzeno (69 km)
 - ✓ Percorso completo. 7 tappe/giorni di cammino per 169 km



Maria Della Lucia – eTourism Group – Trento 24 giugno 2010

10


 **4L Tourism - Learning** 

11

- **Learning**
 - ✓ **Ricerca, scoperta ed esperienza** di luoghi sacri, di eremitaggio, di accoglienza dei pellegrini, di castelli, case nobiliari e dimore rustiche → turismo sacro/religioso/spirituale
- **Landscape**
 - ✓ **Contemplazione** dei variegati paesaggi della Valle: frutteti, pianori, prati, masi, boschi, gole, montagne, corsi d'acqua etc. con la flora/fauna delle diverse stagioni
- **Limit**
 - ✓ **Percorsi a piedi** su sentieri e strade poco trafficate
 - ✓ **Riscoperta** e valorizzazione del **patrimonio** storico e culturale della Valle in molti casi giacente
 - ✓ Avvicinamento garbato alle **diverse culture locali** (italiana, sudtirolese)
- **Leasure**
 - ✓ Prodotto turistico in logica 4L?

 **Da risorsa a prodotto turistico/culturale - 4L** 

12



Ricettività & Accoglienza

Agriturismo

Hotel Residence

Bed & Breakfast

Accompagnatori & Guide

Percorsi in bicicletta

Ristorazione & Prodotti tipici

Rete di relazioni

 **Conclusioni** 

13

- **Prodotto culturale del sistema di offerta turistica della Valle**

- **Prodotto culturale – 4L**
 - ✓ **Integrazione con altri prodotti/servizi turistici del territorio**

 - ✓ **Comunicazione dell'integrazione (offerte tematiche)**

Maria Della Lucia – eTourism Group – 23 luglio 2010

 UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TRENTO 



Grazie dell'attenzione
Maria Della Lucia
maria.dellalucia@unitn.it