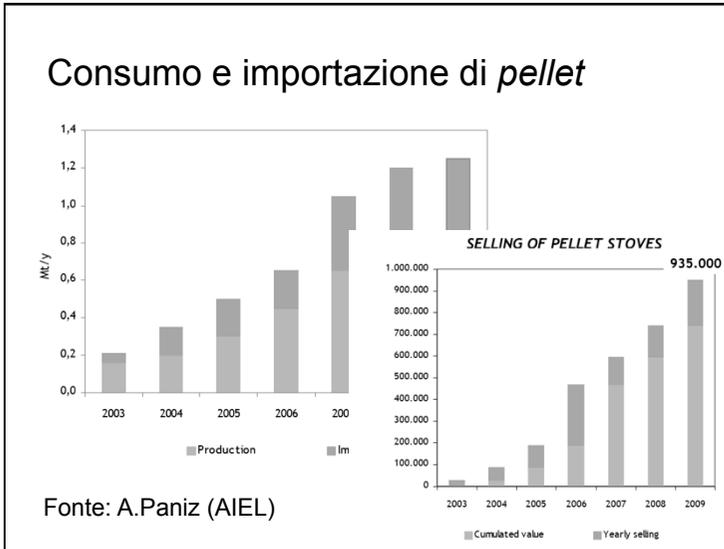
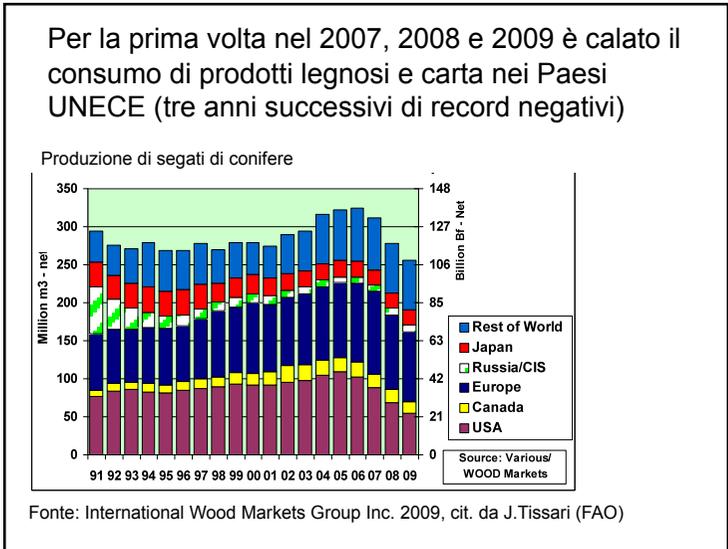
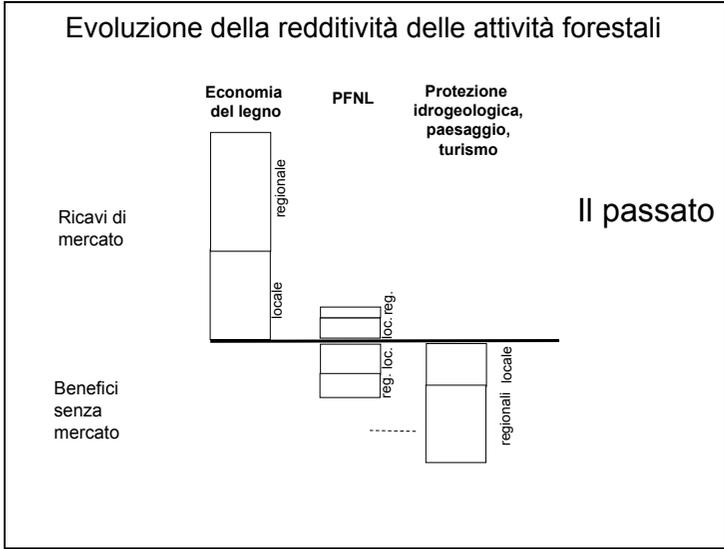


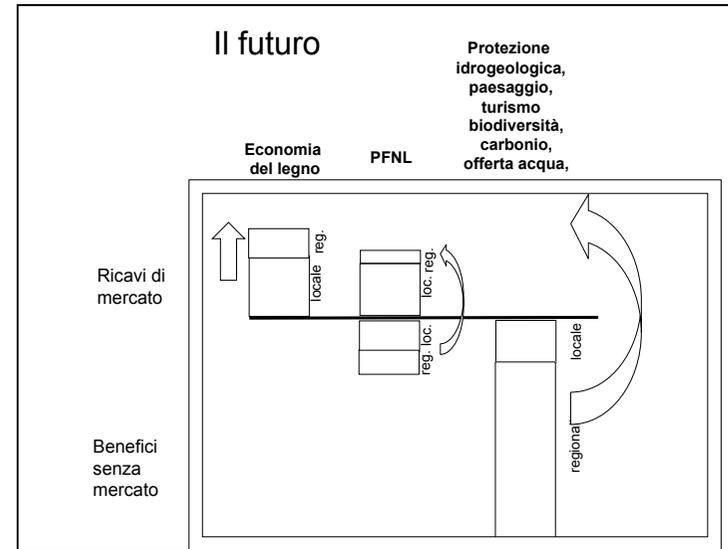
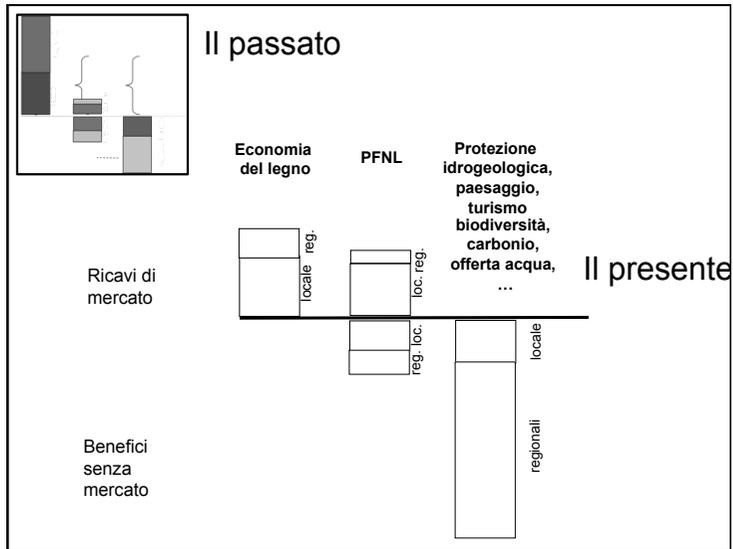


**"IL BOSCO DEL FUTURO.
IL FUTURO DEL BOSCO"**
Grumes TN, 6 novembre 2010

Bosco ed economia forestale

Daide Pettenella
Dipartimento Territorio e Sistemi Agro-forestali
Università di Padova





- ### Più in dettaglio
- ↑ • stimolare le produzioni a maggior Valore Aggiunto
 - ↻ • favorire la "commoditization" di PFNL (regolamentazione dei diritti di proprietà, riduzione dei costi di transazione, miglioramento della trasparenza e dei controlli, ...)
 - ↻ • creare PES (sistemi per pagamenti ecosistemici)
 - • creare sinergie tra prodotti e servizi collegandoli in un quadro coerente di marketing territoriale

Vacanze Törggelen in Sud Tirolo: pacchetti turistici per B&B (target: terza età tedeschi):

- raccolta marroni → caldarroste +
- noci +
- vino novello +
- speck

— Autumn - 'Törggelen' time

Autumn walks with friends and calling in at mountain farmhouses or inns for refreshment - called 'Törggelen' is a favourite traditional activity in South Tyrol. The 'Nüasn' (new wine made from grapes which a couple of weeks before were still in the vineyard) plays an important part, along with traditional dishes including 'Speck' (cured, cold smoked bacon), home made sausages with Sauerkraut or red cabbage, roast chestnuts followed by home made pastries, and much more. 'Törggelen' is a delight for all lovers of genuine food and drink, especially when enjoyed outside in the warm autumn sunshine from October to mid November.

On the left you will find informations on mountain restaurants offering snacks and new wine, mountain refuges and cable cars.

http://www.wanderhoteleuropa.com/it/wandern/angebot_05.html

Elementi di una strategia di marketing territoriale basata sulle risorse forestali

- Individuazione del *genus loci* (vantaggio competitivo e “segno” del territorio)
 - frequente impiego dei PFNL come *brand* del territorio
- Prodotto = attività (concerto in bosco, visita guidata, ...) + servizi (B&B, ristorazione, trasporti, ...) + comunicazione
- Programma: insieme di
 - attività continue (centro visitatori, visite guidate, ...) +
 - grandi eventi (passeggiata notturna in bosco, mostra funghi, ...)

Le risorse forestali come base per attività turistiche-ricreative

- Prodotti-servizi percepiti come *environmentally friendly* (PFNL: collegati alla cultura locale)
- Possibilità di impiego multiplo, anche contemporaneo
- Segmentazione potenziale molto ampia (giovani-anziani; alta-bassa possibilità di spesa; ...)
- Accessibilità non sempre facile (da problema a potenzialità?)
- Grande esposizione ad eventi climatici sfavorevoli
- Vulnerabilità ambientale
- Frammentazione fondiaria-assenteismo proprietari, scarsa attitudine-interesse imprenditoriale dei proprietari → difficoltà nella concessione in gestione dei terreni (anche pubblici!)
- Forte stagionalità



Marketing territoriale come rete di attività

- Mettere in rete: creare prodotti coordinati tra diversi soggetti
 - Percorsi strutturati (Strada del marrone, Strada del porcino, ...); il percorso può essere:
 - il prodotto in sé (percorso di cicloturismo, ippovia, ...) O
 - il *medium* per connettere
 - Calendarizzazione (settimana-tipo)
 - Creazione del pacchetto turistico stagionale (attività, percorsi, calendarizzazione e comunicazione)

La nostra settimana ideale programma 2010

	MATTINA	POMERIGGIO	SERA
il lunedì della natura e della salute	9:00 - 11:00 NATURA DA SCOPRIRE, ANCHE A PIEDI Laboratori ambientali e passeggiate guidate	16:00 - 17:00 LA PRESSAGIATA DELL'EROFONTO Beneficenze guidate con il violino per concorsi e giardini ufficiali	21:00 IL GUSTO DELLA SALUTE Incontri con esperti in medicina al Centro Congressi Pini 1000 e a Cembra
il martedì della famiglia	10:00 - 12:00 LA GRANDE SPIGA NEL ROSSO Giochi per ragazzi	14:00 - 16:00 UNA PASTORALE ALLA SCOPERTA DELLA TERRA Una scoperta della valle di Cembra	21:00 IL PIACERE DEL CINEMA Al Centro Congressi Pini 1000
il mercoledì del divertimento e dell'arte	10:00 - 12:00 MINI-MONDO DELL'ALTOPIANO: CONCERTI DEL SACRIFICIO Una mini-monstra cartolina e una valle di Cembra con concerti nella Chiesa	17:00 - 18:30 MUSIC WILKINS Tutti in terra con la sarmenata nordica	21:00 PIRE AFFETTO LE STELLE Adempimento per le vie del centro con Musica del Cuore e invecchiato del prosciutto
il giovedì dei bimbi e della cultura	9:30 - 10:30 FIRENINI NEL CUORE DEL TIRINTO Esposizione alla scoperta di alcuni luoghi più suggestivi del Trentino-Alto Adige	15:00 - 16:00 FONOPOLIS Giochi per bambini al lago di Serneta	21:00 IL SERVIZI DELLA BIBLIOTECA Incontri culturali a Serneta di Pini a cura della Biblioteca
il venerdì del gusto e della scoperta	10:00 - 12:00 FRAGORACCIANDO L'UMACCIANO Giochi per bambini al lago di Serneta	16:00 - 18:00 INCONTRO NELLA FOTOTEMPA Conoscenza culturale nel campo 480 medicina tradizionale e informatica con Dr. Maria	20:00 AGAZZI CON GUSTO Cene nei ristoranti con spettacoli musicali
il sabato del benessere e della musica	10:00 INCONTRO SPECIALI A CEMBA Cultura e management	15:00 - 19:00 GIRO IN CARROZZA Piacere al passato per le vie del centro storico di Serneta di Pini	21:00 PIRE MUSICA Concerti del sabato sera
il domenica sul lago	8:30 - 10:00 MARMI DEL LAGO (concorso il mercoledì dei grandi fiori e giardini per bambini)	14:00 - 17:00 PICCOLI CONFINI CRESSINO Laboratori di arte, musica e cultura	Attività per tutti da lunedì a domenica Incontri, corsi, spettacoli e iniziative in tutta la valle

Marketing territoriale: il ruolo del responsabile del *networking*

- Continuità e varietà dell'offerta, ma anche coerenza (valori ed elementi comuni nelle attività)
- Distribuzione sul territorio
- Coordinamento *down-* e *up-scale* (Aziende Regionali - APT - Pro-loco)
- Equa distribuzione di responsabilità, costi e ricavi → compensazioni

