

Domenica 1 OTTOBRE 2017



Rossini (a destra) di Trentino Marketing al convegno finale di Bitm

BITM

Rossini: «Insistiamo con lo sci E puntiamo a nuove tendenze»

► TRENTO

Si è chiusa la XVIII edizione di Bitm, che, con la sua formula rinnovata, è stata già considerata la migliore di sempre. Alle Giornate del Turismo Montano 2017 ci sono stati 7 convegni oltre a 5 eventi collegati, 79 relatori e oltre 500 persone partecipanti.

«Volevamo fosse una manifestazione dedicata a tanti momenti di approfondimento - dice Alessandro Franceschini, curatore scientifico di Bitm - e così è stato. Bitm è diventata un vero e proprio "festival" nel quale si è discusso delle possibilità e opportunità di sviluppo nell'anno eletto dall'Onu Anno internazionale del turismo sostenibile per lo sviluppo». La sessione plenaria conclusiva ha quindi visto la partecipazione di amministratori, rappresentanti delle categorie economiche, esperti del mondo del turismo che si sono confrontati sui temi emersi durante le Giornate del Turismo Montano.

Ieri c'è stato l'ultimo convegno, plenario, e poi analisi e conclusioni sono toccate a Maurizio Rossini, amministratore unico di Trentino Marketing e a Mauro Bussoni segretario generale Confesercenti Nazionale. Rossini ha rilevato come la stagione estiva appena conclusa abbia registrato 500 mila presenze con un + 6,5%. «In quattro anni la montagna è cresciuta del 25% - ha detto Rossini - non siamo cre-

sciuti solo noi, il trend è positivo». Come farne tesoro? Per Rossini va promosso e venduto ciò che il Trentino ha «anche se non lo riteniamo il prodotto del domani» ma «guardando avanti e lavorando su altri fronti. Non possiamo non pensare allo sci - ha detto Rossini - e difatti lo proporranno anche per i prossimi anni. Accanto a questa proposta però siamo pronti a cogliere le nuove tendenze». Quali? Non proporre un posto ma un'esperienza di vacanza. «Le aziende - ha spiegato Rossini - devono lavorare al 100% sul turista migliorando organizzazione e servizi senza preoccuparsi della promozione territoriale. Vanno proposte esperienze vere non da Truman show».

Il grosso del lavoro quindi non è sul turismo ma sui trentini che vivono il territorio. «Non ci sono solo gli addetti ai lavori di bar, alberghi, ristoranti che sono addetti all'ospitalità - ha proseguito l'amministratore di Trentino Marketing - ma c'è tutto il resto, c'è il vivere in montagna».

Anche Mauro Bussoni ha rilevato come i turisti, specie stranieri, cercano «il nostro modo di vivere, diverso da provincia a provincia, da località a località». Bussoni ha quindi affrontato il tema della sicurezza, «il turista in Italia si sente anche sicuro» e dell'industria 4.0 «pensata solo per il manifatturiero ma che dovrà essere rimodulata anche per il tessuto delle piccole e medie imprese».