

COMUNICATO STAMPA

PROGETTO TURISMO LANCIA L'OSSERVATORIO SUL SISTEMA TURISTICO DELL'EUREGIO

**ALLA BITM 2025 DI TRENTO LA PRESENTAZIONE DELLA PRIMA
INDAGINE COMPARATIVA SU TRENTINO, ALTO ADIGE E TIROLO**

**BONAZZA: "CAPIRE COME I TERRITORI RACCONTANO LA
PROPRIA IDENTITÀ PER MIGLIORARE LA COMPETITIVITÀ DELLE
DESTINAZIONI"**

Come e quanto le destinazioni comunicano la propria identità? Parte da questa domanda lo studio commissionato da BITM a **Progetto Turismo**, che lancerà il nuovo **Osservatorio sul sistema turistico dell'Euregio** durante la **BITM – Le Giornate del Turismo Montano**, in programma a Trento dal **12 al 14 novembre**. L'obiettivo della ricerca è indagare, in modo comparativo, **come le destinazioni turistiche di Trentino, Alto Adige e Tirolo austriaco comunichino la propria identità territoriale**, analizzando le narrazioni adottate e le informazioni diffuse a livello istituzionale e dalle imprese ricettive.

Lo studio verrà presentato mercoledì 12 novembre al MUSE nel corso della prima giornata della BITM.

L'indagine

"Per la prima volta si è deciso di realizzare un Osservatorio che consideri tre grandi ambiti turistici – il Trentino, l'Alto Adige e il Tirolo – per capire come si propone l'offerta e su quali argomenti viene posto l'accento - spiega **Matteo Bonazza**, direttore generale di Progetto Turismo. - "Da un lato ci sono temi e prodotti trasversali – come vela, kayak, pesca, sport invernali, bike e molti altri – che accomunano più territori. Dall'altro lato ci sono invece i prodotti identitari, che connotano e distinguono un luogo: cultura, tradizioni, folklore, paesaggio e testimonianze del vissuto locale. Quando funziona un territorio? Quando riesce a creare esperienze capaci di combinare questi due 'ingredienti': la forza identitaria e la dimensione esperienziale."

Gli obiettivi

“L’indagine vuole esplorare come avviene questo equilibrio e quanto venga promosso in modo consapevole - prosegue **Bonazza**. - Abbiamo analizzato i principali portali turistici, approfondendo alcuni ambiti di destinazione e un campione di strutture ricettive. Si tratta di un’indagine inedita e significativa, perché può rappresentare un punto di partenza per riflettere su **come migliorare la competitività e la riconoscibilità dei territori dell’Euregio**”.

Il valore della comunicazione

La ricerca analizza **l’equilibrio tra la comunicazione degli elementi identitari e la promozione dei prodotti e servizi offerti**, e come questi si intrecciano nella creazione di esperienze autentiche per l’ospite. I **risultati attesi** mirano a verificare, per la prima volta, **quanto le destinazioni dell’Euregio mettano in risalto le proprie caratteristiche identitarie** nella comunicazione turistica, a **stimolare una riflessione condivisa tra gli attori del sistema** e a **porre le basi per ulteriori approfondimenti** sul ruolo delle strutture ricettive nella valorizzazione dell’offerta territoriale.