

IL TURISMO

La provincia di Belluno è uno dei principali poli turistici della regione Veneto e il turismo riveste una funzione portante per l'economia di quest'area, al fine di rivitalizzare il territorio e ridurre lo spopolamento, potenziare e diversificare il tessuto produttivo e imprenditoriale locale e creare nuove opportunità di occupazione e reddito. La provincia è formata da due aree aventi caratteristiche diverse in termini orografici, naturalistici, ambientali e di conformazione del territorio e ciò si è tradotto in una diversa capacità di attrazione della domanda e quindi in un diverso sviluppo dell'offerta turistica. L'alto Bellunese, che corrisponde all'area dolomitica veneta, rappresenta uno dei principali comprensori nazionali del turismo alpino estivo e invernale e comprende Cortina e la Val Boite, l'Agordino, il Cadore, lo Zoldano e la zona di Comelico-Sappada. Più improntata ad un turismo montano "di prossimità" e comunque senza la pretesa dell'alta quota l'area pedemontana, che comprende invece il Feltrino, l'Alpago con il Bosco del Cansiglio e la Val Belluna con il capoluogo e che ospita nel suo territorio buona parte del Parco delle Dolomiti Bellunesi.

Dopo un'analisi dell'evoluzione della domanda turistica provinciale, in relazione alla dinamica che, nell'ultimo decennio, ha caratterizzato sia le altre aree alpine nazionali sia il Veneto nel suo complesso, il paragrafo 2 fornisce un breve quadro sulla consistenza e le caratteristiche dell'offerta turistica Bellunese, con un *focus* sul Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi. Il peso economico del turismo nella provincia è l'oggetto del paragrafo 3, mentre le principali questioni critiche del sistema turistico locale sono discusse nel paragrafo 4.

1. Evoluzione e dinamica della domanda turistica nella Provincia di Belluno

Il prodotto turistico montano attraversa oggi una fase di maturità, caratterizzata da una minore capacità di attrazione del prodotto "tradizionale", sia estivo che invernale, e da una maggiore concorrenzialità tra località montane e tra modi di utilizzo differenti della risorsa "montagna". Non è tanto la risorsa in sé ad essere in crisi, quanto lo sviluppo di prodotti spesso "vecchi e obsoleti", incapaci di dare risposte innovative alle crescenti e mutevoli esigenze della domanda. A ciò si aggiunge la continua incertezza legata alle condizioni climatiche che, se in parte superata durante la stagione invernale dalla diffusione degli impianti di innevamento artificiale, negli ultimi anni ha comunque messo a dura prova le principali stazioni sciistiche alpine.

Secondo uno studio curato dall'Istituto di statistica della provincia di Bolzano sulle località alpine dell'area dell'ARGE ALP¹⁶, tali fenomeni si sono tradotti, nel corso degli anni '90, in un appiattimento della domanda diretta verso le principali località montane europee o comunque in una redistribuzione dei flussi che ha avvantaggiato alcune località (in particolare quelle austriache) rispetto ad altre.

¹⁶ L'area include i Länder austriaci del Vorarlberg, Tirolo e del Salisburghese; la parte alpina della Baviera in Germania; i cantoni svizzeri del Ticino, dei Grigioni e di San Gallo e le province italiane di Belluno, Sondrio, Trento e Bolzano.

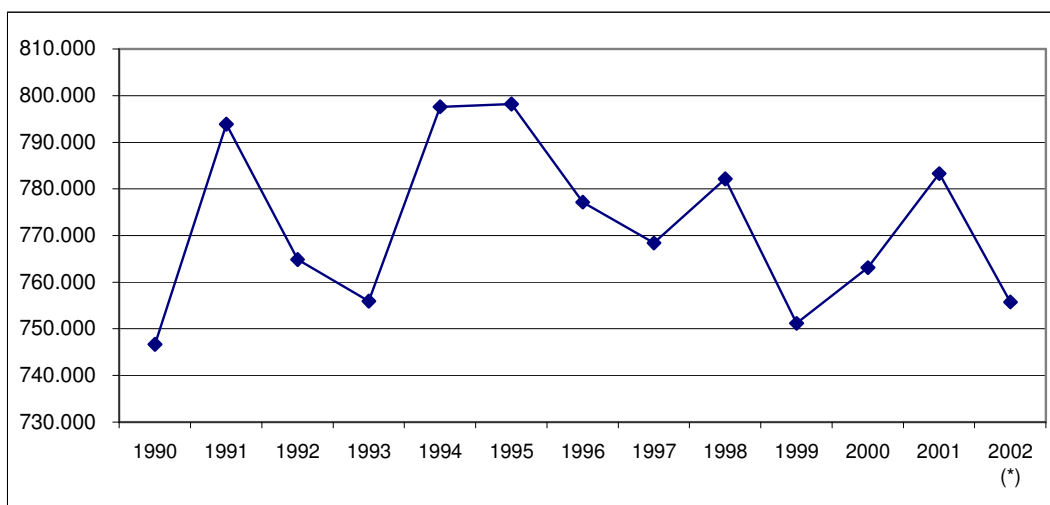
In tale contesto, il turismo alpino italiano - e quello della provincia di Belluno in particolare - si trova in una fase di cambiamento, che vede gli operatori e le amministrazioni locali, provinciali e regionali impegnati nella definizione di rinnovate misure strategiche atte a garantire il rilancio dell'economia turistica locale.

1.1 Il Bellunese nel mercato montano nazionale

La provincia di Belluno rappresenta una delle principali destinazioni italiane per il turismo montano, dopo le province di Trento e Bolzano e la Valle d'Aosta.

Analizzando l'evoluzione del movimento turistico provinciale nel corso dell'ultimo decennio, gli arrivi di turisti nelle strutture ricettive registrate sono passati da oltre 746 mila nel 1990 a quasi 756 mila nel 2002, con un andamento altalenante caratterizzato da un trend sostanzialmente positivo tra 1990 e 1995 (crescita media annua del +1,3%), seguito da una stagnazione dei flussi tra 1995 e 1999 (-1,5% medio annuo). Segnali di ripresa si evidenziano tra 1999 e 2001 (+1,3% in media), mentre i dati provvisori per il 2002 mostrano invece una nuova flessione pari al -3,5%.

Graf. 1 - Arrivi di turisti nelle strutture ricettive registrate della provincia di Belluno. 1990-2002



Nota: (*) dati provvisori

Fonte: SIRT-Regione Veneto

Diverso l'andamento delle presenze, che sono scese da circa 6 milioni 926 mila nel 1990 a 5 milioni 380 mila nel 2002, con una sostanziale stagnazione tra 1990 e 1995 (+0,1% in media all'anno), seguita da una progressiva flessione tra 1995 e 2000 (-5,5% in media tra 1995 e 1999 e -2,5% tra 1999 e 2000), e da una leggera ripresa tra 2000 e 2001 (+2,8%), che tuttavia non compensa la forte contrazione degli anni precedenti. E anche per le notti, i dati provvisori per il 2002 mostrano una nuova diminuzione del -3,3%, in linea con quella già registrata per gli arrivi.

Tab. 1 - Arrivi di turisti nelle strutture ricettive registrate dei principali comprensori montani nazionali. 1990-2002

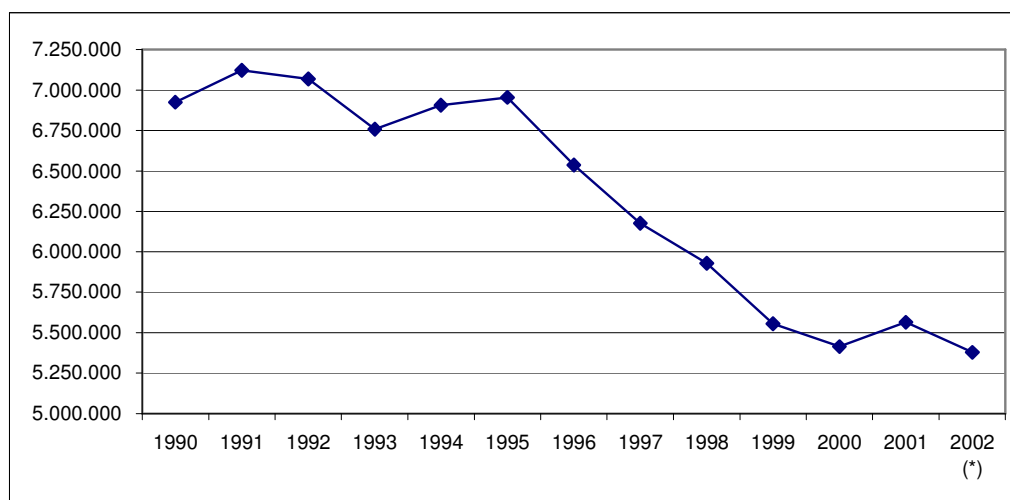
Valori assoluti	1990	1995	1999	2000	2001	2002*
Valle d'Aosta	771.993	851.879	791.400	772.023	788.281	778.000
Sondrio	424.317	441.392	437.431	473.173	494.889	515.540
<i>Belluno</i>	<i>746.674</i>	<i>798.217</i>	<i>751.177</i>	<i>763.122</i>	<i>783.307</i>	<i>755.725</i>
Bolzano	3.127.726	3.594.019	3.976.299	4.124.887	4.328.224	4.450.000
Trento	1.874.347	2.327.726	2.508.416	2.564.942	2.669.926	2.649.000
Variazioni medie annue %	1990-95	1995-99	1999-2000	2000-01	2001-02	
Valle d'Aosta	2,0	-1,8	-2,4	2,1	-1,3	
Sondrio	0,8	-0,2	8,2	4,6	4,2	
Belluno	<i>1,3</i>	<i>-1,5</i>	<i>1,6</i>	<i>2,6</i>	<i>-3,5</i>	
Bolzano	2,8	2,6	3,7	4,9	2,8	
Trento	4,4	1,9	2,3	4,1	-0,8	

Nota: (*) dati provvisori

Fonti: ISTAT, SIRT-Regione Veneto

Di conseguenza, la permanenza media dei turisti diminuisce dagli oltre 10 giorni nel 1990 a poco più di 7 giorni nel 2002, rimanendo comunque la più elevata tra le località montane italiane (che si aggira sui 4-5 giorni).

Graf. 2 - Presenze di turisti nelle strutture ricettive registrate della provincia di Belluno. 1990-2002



Nota: (*) dati provvisori

Fonte: SIRT-Regione Veneto

Confrontando tali andamenti con quelli relativi ai principali comprensori montani nazionali concorrenti (e cioè le province di Trento e Bolzano, la regione Valle d'Aosta e la provincia di Sondrio), si nota come nel decennio preso in considerazione le uniche aree a registrare una crescita pressoché costante della domanda turistica siano le province di Bolzano e Trento – e questo sia in termini di arrivi che di presenze –, mentre la provincia di Sondrio e la Valle d'Aosta seguano un trend simile a quello già discusso per il Bellunese, con una flessione più o meno accentuata nella seconda metà degli anni '90 e nel 2002.

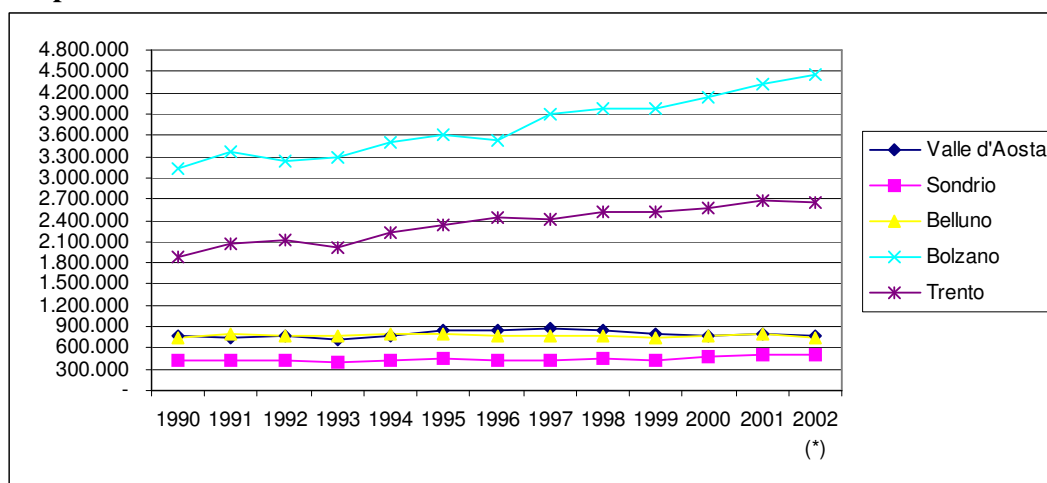
Tab. 2 – Presenze di turisti nelle strutture ricettive registrate dei principali comprensori montani nazionali. 1990-2002

Valori assoluti	1990	1995	1999	2000	2001	2002 *
Valle d'Aosta	3.293.013	3.525.954	3.206.981	3.200.082	3.254.401	3.296.000
Sondrio	2.181.891	2.199.231	2.082.146	2.094.801	2.215.480	2.207.812
Belluno	6.925.697	6.955.104	5.554.807	5.413.821	5.565.496	5.379.739
Bolzano	19.236.962	21.992.043	23.310.936	23.726.495	24.699.472	25.291.000
Trento	10.820.712	12.780.565	13.136.566	13.115.853	13.651.140	13.530.000
Variazioni medie annue %	1990-95		1995-99	1999-2000	2000-01	2001-02
Valle d'Aosta	1,4		-2,3	-0,2	1,7	1,3
Sondrio	0,2		-1,4	0,6	5,8	-0,3
Belluno	0,1		-5,5	-2,5	2,8	-3,3
Bolzano	2,7		1,5	1,8	4,1	2,4
Trento	3,4		0,7	-0,2	4,1	-0,9

Nota: (*) dati provvisori

Fonti: ISTAT, SIRT-Regione Veneto

Graf. 3 – Arrivi di turisti nelle strutture ricettive registrate dei principali comprensori montani nazionali. 1990-2002



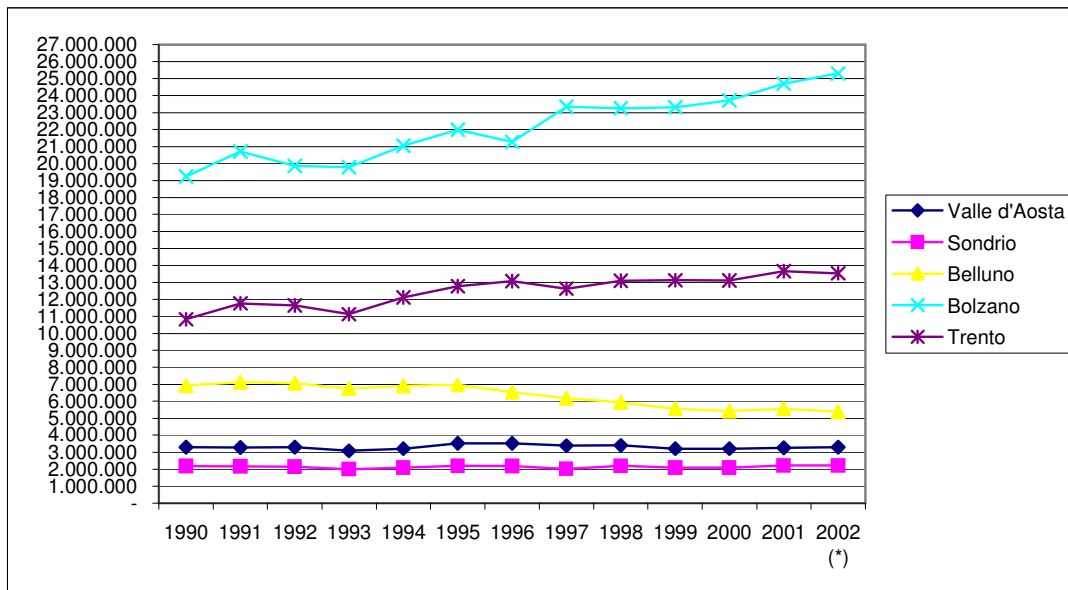
Nota: (*) dati provvisori

Fonte: SIRT-Regione Veneto

E l'evoluzione del movimento turistico nella provincia di Belluno è fortemente condizionata dalla domanda italiana, che rappresenta attualmente il 75% circa del mercato complessivo in termini di arrivi e l'84% in termini di presenze, anche se la sua incidenza relativa sta progressivamente diminuendo (il valore degli indicatori era rispettivamente pari all'87% e al 95% nella prima metà degli anni '90). Nel dettaglio, gli arrivi italiani sono passati da oltre 646 mila nel 1990 a quasi 569 mila nel 2002, con una sostanziale stabilità tra 1990 e 1995 (+0,2% medio annuo), seguita da una contrazione media del -2,5% tra 1995 e 1999, da una stagnazione tra 1999 e 2001 e da una nuova flessione del -4,5% nel 2002. Ancora più critico l'andamento delle presenze, scese da quasi 6 milioni 600 mila a 4 milioni 529 mila, con una diminuzione pressoché costante durante tutto il decennio con punte massime tra 1995 e 1999 (-6,4% medio annuo), nel 2000 (-3,6%) e nel 2002 (-4,4%). La durata media del soggiorno è quindi scesa dai 10 giorni circa nel 1990 agli 8 giorni nel 2002, anche in questo caso

comunque nettamente superiore a quella fatta registrare nelle altre località montane (che si aggira sui 4-5 giorni).

Graf. 4 – Presenze di turisti nelle strutture ricettive registrate dei principali comprensori montani nazionali. 1990-2002



Nota: (*) dati provvisori

Fonte: SIRT-Regione Veneto

Tab. 3 – Arrivi di turisti italiani nelle strutture ricettive registrate dei principali comprensori montani nazionali. 1990-2002

Valori assoluti	1990	1995	1999	2000	2001	2002 (*)
Valle d'Aosta	626.322	668.862	586.760	568.054	575.479	544.000
Sondrio	353.725	348.163	326.740	354.129	365.513	378.137
Belluno	646.614	653.176	590.780	589.944	595.914	568.854
Bolzano	1.153.688	1.235.467	1.410.367	1.483.563	1.532.922	1.546.000
Trento	1.386.220	1.597.932	1.589.195	1.610.616	1.653.100	1.605.000
Var. medie annue %		1990-95	1995-99	1999-2000	2000-01	2001-02
Valle d'Aosta		1,3	-3,2	-3,2	1,3	-5,5
Sondrio		-0,3	-1,6	8,4	3,2	3,5
Belluno		0,2	-2,5	-0,1	1,0	-4,5
Bolzano		1,4	3,4	5,2	3,3	0,9
Trento		2,9	-0,1	1,3	2,6	-2,9

Nota: (*) dati provvisori

Fonti: ISTAT, SIRT-Regione Veneto

In costante crescita, invece, la domanda straniera, il cui peso limitato (25% in termini di arrivi e 16% per le presenze) non riesce tuttavia a compensare gli andamenti negativi degli italiani. In particolare, gli arrivi internazionali nella provincia di Belluno sono saliti da circa 100 mila nel 1990 a quasi 187 mila nel 2002, mentre le presenze da 327 mila a 850 mila, con una espansione particolarmente accentuata tra 1990 e 1995 (rispettivamente, +7,7% e +13,1% medio annuo) e tra 2000 e 2001 (rispettivamente, +8,2% e +15,9%). Di conseguenza, la permanenza media passa da poco più di 3 giorni

nel 1990 a 4,5 giorni nel 2002, in linea con quella fatta registrare dagli stranieri dalle altre aree montane.

Tab. 4 - Presenze di turisti italiani nelle strutture ricettive registrate dei principali comprensori montani nazionali. 1990-2002

Valori assoluti	1990	1995	1999	2000	2001	2002 (*)
Valle d'Aosta	2.767.571	2.885.077	2.434.222	2.397.806	2.438.437	2.386.000
Sondrio	1.807.273	1.697.018	1.504.621	1.554.618	1.573.814	1.571.012
<i>Belluno</i>	<i>6.598.564</i>	<i>6.350.097</i>	<i>4.877.150</i>	<i>4.700.150</i>	<i>4.738.241</i>	<i>4.529.466</i>
Bolzano	6.736.842	7.329.156	8.094.401	8.319.834	8.580.680	8.594.000
Trento	8.613.961	9.428.578	8.965.663	8.903.214	9.106.455	8.870.000
Variazioni medie annue %	1990-95	1995-99	1999-2000	2000-01	2001-02	
Valle d'Aosta		0,8	-4,2	-1,5	1,7	-2,2
Sondrio		-1,3	-3,0	3,3	1,2	-0,2
<i>Belluno</i>		<i>-0,8</i>	<i>-6,4</i>	<i>-3,6</i>	<i>0,8</i>	<i>-4,4</i>
Bolzano		1,7	2,5	2,8	3,1	0,2
Trento		1,8	-1,3	-0,7	2,3	-2,6

Nota: (*) dati provvisori

Fonti: ISTAT, SIRT-Regione Veneto

Tab. 5 – Arrivi di turisti stranieri nelle strutture ricettive registrate dei principali comprensori montani nazionali. 1990-2002

Valori assoluti	1990	1995	1999	2000	2001	2002 (*)
Valle d'Aosta	145.671	183.017	204.640	203.969	212.802	234.000
Sondrio	70.592	93.229	110.691	119.044	129.376	135.921
<i>Belluno</i>	<i>100.060</i>	<i>145.041</i>	<i>160.397</i>	<i>173.178</i>	<i>187.393</i>	<i>186.871</i>
Bolzano	1.974.038	2.358.552	2.565.932	2.641.324	2.795.302	2.904.000
Trento	488.127	729.794	919.221	954.326	1.016.826	1.044.000
Var. medie annue %	1990-95	1995-99	1999-2000	2000-01	2001-02	
Valle d'Aosta		4,7	2,8	-0,3	4,3	10,0
Sondrio		5,7	4,4	7,5	8,7	5,1
<i>Belluno</i>		<i>7,7</i>	<i>2,5</i>	<i>8,0</i>	<i>8,2</i>	<i>-0,3</i>
Bolzano		3,6	2,1	2,9	5,8	3,9
Trento		8,4	5,9	3,8	6,5	2,7

Nota: (*) dati provvisori

Fonti: ISTAT, SIRT-Regione Veneto

Questa dicotomia di andamento tra mercato italiano ed estero si riscontra anche nelle altre aree montane dove consistente è l'incidenza della clientela domestica e cioè la Valle d'Aosta e la provincia di Sondrio, dove gli italiani rappresentano il 70% del movimento turistico totale. Nel caso di Trento, invece, dove l'incidenza dei turisti stranieri raggiunge il 40% circa, la loro crescita tende a compensare gli andamenti altalenanti della clientela italiana. Opposta la situazione nella provincia di Bolzano, dove i turisti d'oltreconfine rappresentano il 65% del totale e il cui aumento si somma a quello fatto registrare dai turisti domestici.

Tab. 6 – Presenze di turisti stranieri nelle strutture ricettive registrate dei principali comprensori montani nazionali. 1990-2002

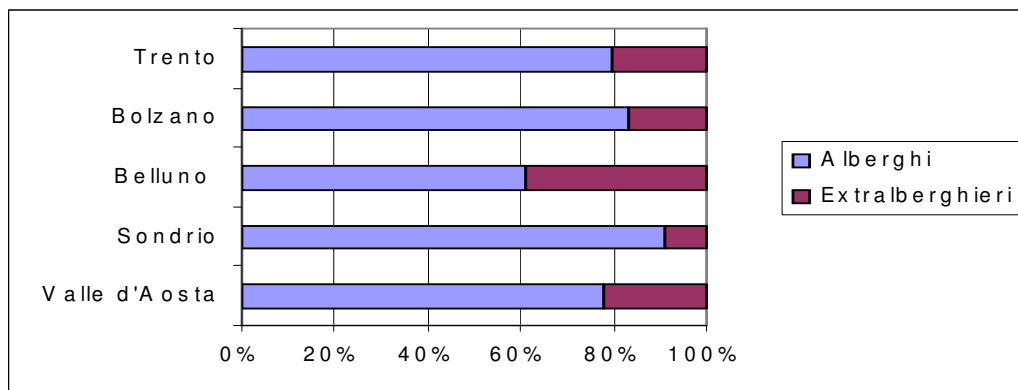
Val. ass.	1990	1995	1999	2000	2001	2002 (*)
Valle d'Aosta	525.442	640.877	772.759	802.276	815.964	910.000
Sondrio	374.618	502.213	577.525	540.183	641.666	638.179
Belluno	327.133	605.007	677.657	713.671	827.255	850.273
Bolzano	12.500.120	14.662.887	15.216.535	15.406.661	16.118.792	16.697.000
Trento	2.206.751	3.351.987	4.170.903	4.212.639	4.544.685	4.660.000
Var. medie annue %	1990-95	1995-99	1999-2000	2000-01	2001-02	
Valle d'Aosta		4,1	4,8	3,8	1,7	11,5
Sondrio		6,0	3,6	-6,5	18,8	-0,5
Belluno		13,1	2,9	5,3	15,9	2,8
Bolzano		3,2	0,9	1,2	4,6	3,6
Trento		8,7	5,6	1,0	7,9	2,5

Nota: (*) dati provvisori

Fonti: ISTAT, SIRT-Regione Veneto

Con riferimento alla tipologia di alloggio, sono gli alberghi del Bellunese a registrare il maggior numero di clienti, mentre le strutture extra alberghiere godono della permanenza media più lunga. Nel dettaglio, i dati ufficiali relativi alla provincia di Belluno indicano che nel 2002 il 61% circa degli arrivi e il 40% delle notti si è concentrato negli hotel, contro rispettivamente il 39% e il 60% negli esercizi complementari iscritti al REC¹⁷.

Graf. 5 – Ripartizione degli arrivi di turisti nei comprensori montani nazionali, per tipologia ricettiva. 2002 (*)



Nota: (*) dati provvisori

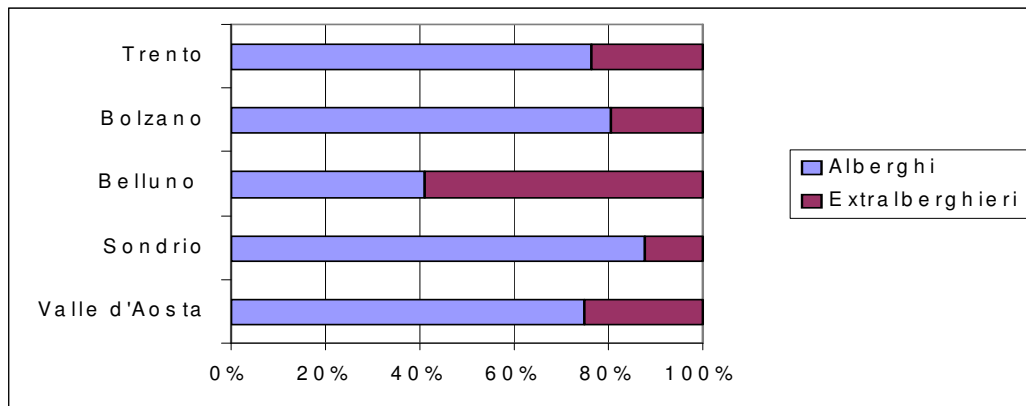
Fonti: ISTAT, SIRT-Regione Veneto

E l'incidenza relativa degli alberghi pare essere aumentata rispetto alla metà degli anni '90, quando esse raccoglievano il 57% dei flussi e poco più del 30% delle presenze. Se confrontiamo queste percentuali con quelle delle località montane concorrenti, si nota come il Bellunese sia l'area dove maggiore è l'incidenza degli esercizi extraalberghieri, mentre la provincia di Bolzano quella dove più evidente è il peso degli alberghi,

¹⁷ Si tratta di campeggi e villaggi turistici, alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale, alloggi agrituristici, ostelli, case per ferie, rifugi alpini e altre strutture iscritti nel Registro Esercenti il Commercio

categoria all'interno della quale rientrano anche i garni, che rappresentano una fetta consistente dell'offerta altoatesina.

Graf. 6 – Ripartizione delle presenze di turisti nei comprensori montani nazionali, per tipologia ricettiva. 2002^(*)



Nota: (*) dati provvisori
 Fonti: ISTAT, SIRT-Regione Veneto

I dati disponibili, tuttavia, non consentono di misurare il turismo “sommerso”, cioè coloro che scelgono di alloggiare in strutture non registrate, come case di proprietà e di parenti e amici, fenomeno che assume una consistenza notevole nelle località turistiche alpine. Secondo alcune stime effettuate dal Ciset alla fine degli anni ‘90, considerando anche il movimento turistico diretto verso questi alloggi e sommandolo a quello relativo alle strutture registrate, le case private e affittate in maniera non professionale avrebbero accolto circa il 20% degli arrivi complessivi e quasi il 40% delle notti totali, incidenza che salirebbe rispettivamente al 35-40% e al 50-55% nel caso della provincia di Trento e della Valle d’Aosta. E questo è un elemento importante in funzione di una valutazione dell’effettivo impatto del turismo nell’area, dal punto di vista non solo del carico antropico ma anche degli effetti economici ad esso collegati.

1.2 Il Bellunese nel contesto del Veneto

Considerando ora il ruolo che la provincia di Belluno riveste nel mercato turistico veneto, l’area ha accolto nel 2002 circa il 6,5% degli arrivi e il 9,7% delle presenze di turisti nella regione e la sua incidenza relativa è andata diminuendo nel corso degli anni ‘90 (era il 7,8% e il 12,9% nel 1995).

L’importanza del Bellunese come meta turistica a livello regionale cresce se analizziamo la clientela italiana, mentre diminuisce con riferimento al mercato estero, coerentemente con quanto discusso in precedenza. In particolare, il 12,6% dei flussi e il 19,4% delle notti fatte registrare dai turisti italiani in Veneto interessano il territorio provinciale (erano rispettivamente il 16% e il 26% nel 1995), contro il 2,6% per entrambi gli indicatori con riferimento ai turisti stranieri.

Tab. 7 – Arrivi e presenze di turisti nelle strutture ricettive registrate della provincia di Belluno e del Veneto. 1995-2002

Valori assoluti	Arrivi		Presenze	
	Belluno	Veneto	Belluno	Veneto
1995	798.217	10.240.359	6.955.104	53.904.792
2000	763.122	11.504.835	5.413.821	54.968.459
2001	783.307	11.977.334	5.565.496	57.821.361
2002 (*)	755.725	11.683.746	5.379.739	55.431.292
Var. medie annue %				
1995-00	-0,9	2,4	-4,9	0,4
2000-01	2,6	4,1	2,8	5,2
2001-02	-3,5	-2,5	-3,3	-4,1
Quote % sul totale Veneto				
1995	7,8	100	12,9	100
2000	6,6	100	9,8	100
2001	6,5	100	9,6	100
2002	6,5	100	9,7	100

Nota: (*) dati provvisori

Fonte: SIRT-Regione Veneto

La provincia include comunque al suo interno due Sistemi Turistici Locali (STL)—Dolomiti e Belluno-Feltre-Alpago --, corrispondenti agli ex ambiti delle due Aziende di Promozione Turistica presenti sul territorio, che per consistenza e caratteristiche della domanda e dell'offerta risultano estremamente diversificati tra loro. L'area dolomitica – che comprende Cortina e la Val Boite, l'Agordino, lo Zoldano, il Cadore e l'area di □omplico-Sappada --, è la meta prevalente dei turisti diretti nella provincia ed è caratterizzata da una clientela sia italiana che estera, quest'ultima concentrata soprattutto a Cortina e a Sappada. Più di ambito nazionale e, in particolare, regionale il movimento turistico che interessa l'area pedemontana di Belluno-Feltre-Alpago.

Ma vediamo alcuni numeri. Con oltre 641 mila arrivi e 4 milioni 100 mila notti, nel 2002 le Dolomiti del Veneto hanno ospitato quasi l'85% degli arrivi e il 78% delle presenze turistiche provinciali, contro rispettivamente il 15% e il 22% dell'area di Belluno-Feltre-Alpago, e questo trend è rimasto pressoché costante nel corso di tutto il decennio. In particolare, considerando i flussi stranieri tali quote salgono all'87% e all'86% sul totale provinciale, mentre risultano pari al 84% e al 76% per gli italiani.

L'evoluzione recente della domanda mostra come le Dolomiti venete abbiano evidenziato, tra 2000 e 2001, un aumento degli arrivi del +2,4% (da 652 mila a 668 mila) e delle presenze del +4% (da 4 milioni 220 mila a 4 milioni 393 mila), trainato soprattutto dalla crescita vivace della domanda estera (+8% e +19%) che vede salire la propria quota di mercato relativa al 25% in termini di flussi e al 16% in termini di notti . Pressoché stabile l'andamento della clientela italiana, che rappresenta oltre i due terzi del mercato e che per poco più di un terzo proviene dal Veneto. I dati provvisori per il 2002 mostrano, invece, una diminuzione dei flussi pari al -3,9% e delle notti pari al -6,6%, causata prevalentemente dalla flessione dei turisti italiani (-5,1% e -7,8%), mentre sostanzialmente stabile risulta la clientela estera.

Tab. 8 – STL Dolomiti. Arrivi di turisti nelle strutture ricettive registrate, per provenienza. 2000-2002

	Valori assoluti			Var. %		Quote %		
	2000	2001	2002 (*)	2000-01	2001-02	2000	2001	2002
Italiani	500.700	504.331	478.768	0,7	-5,1	76,8	75,5	74,6
Stranieri	151.040	163.371	162.662	8,2	-0,4	23,2	24,5	25,4
Totali	651.740	667.702	641.430	2,4	-3,9	100	100	100

Nota: (*) dati provvisori

Fonte: SIRT-Regione Veneto

Tab. 9 – STL Dolomiti. Presenze di turisti nelle strutture ricettive registrate, per provenienza. 2000-2002

	Valori assoluti			Var. %		Quote %		
	2000	2001	2002 (*)	2000-01	2001-02	2000	2001	2002
Italiani	3.627.423	3.687.854	3.398.800	1,7	-7,8	86	83,9	82,8
Stranieri	592.266	705.148	704.363	19,1	-0,1	14	16,1	17,2
Totali	4.219.689	4.393.002	4.103.163	4,1	-6,6	100	100	100

Nota: (*) dati provvisori

Fonte: SIRT-Regione Veneto

Per quanto riguarda invece il sistema turistico di Belluno- Feltre-Alpago, alla limitata consistenza dei flussi turistici diretti verso quest'area si somma la forte preponderanza della clientela italiana (80% arrivi e 90% notti), in particolare di provenienza intraregionale (48% degli arrivi dal Veneto). La dinamica recente mostra una crescita dei flussi totali del +3,8% tra 2000 e 2001 (da 111mila a poco più di 115 mila) sostenuta da entrambi i segmenti di mercato, mentre una diminuzione del -1,8% delle presenze (da 1 milione 194 mila a 1 milione 172 mila), causata dalla contrazione dei turisti nazionali (-2,1%). E con riferimento al 2002, i dati provvisori evidenziano una sostanziale tenuta della domanda, sia italiana che straniera, a differenza di quanto registrato nell'area dolomitica.

Tab. 10 – STL Belluno-Feltre-Alpago. Arrivi di turisti nelle strutture ricettive registrate, per provenienza. 2000-2002

	Valori assoluti			Var. %		Quote %		
	2000	2001	2002 (*)	2000-01	2001-02	2000	2001	2002
Italiani	89.244	91.583	91.918	2,6	0,4	80,1	79,2	79,1
Stranieri	22.138	24.022	24.239	8,5	0,9	19,9	20,8	20,9
Totali	111.382	115.605	116.157	3,8	0,5	100	100	100

Nota: (*) dati provvisori

Fonte: SIRT-Regione Veneto

Tab. 11 – STL Belluno-Feltre-Alpago. Presenze di turisti nelle strutture ricettive registrate, per provenienza. 2000-2002

	Valori assoluti			Var. %		Quote %		
	2000	2001	2002 (*)	2000-01	2001-02	2000	2001	2002
Italiani	1.072.727	1.050.387	1.059.388	-2,1	0,9	89,8	89,6	90,3
Stranieri	121.405	122.107	113.659	0,6	-6,9	10,2	10,4	9,7
Totali	1.194.132	1.172.494	1.173.047	-1,8	0	100	100	100

Nota: (*) dati provvisori

Fonte: SIRT-Regione Veneto

In entrambe le aree e, in particolare nell'area di Belluno-Feltre-Alpago, è inoltre presente una forte componente escursionistica del weekend, che si reca in montagna soprattutto per effettuare passeggiate o praticare gli sport invernali.

2. L'offerta turistica della provincia di Belluno: le risorse esistenti

Al soddisfacimento di questa domanda concorre un'offerta turistica che si presenta varia e articolata, formata innanzitutto dalle risorse naturali, ambientali e culturali di cui è ricca la provincia, cui si aggiungono una serie di strutture e servizi complementari, comprendenti tra gli altri la ricettività (alberghiera ed extralberghiera), le attività culturali e sportive e le strutture ad esse deputate, i servizi al turismo congressuale e d'affari.

2.1 Il Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi e le risorse naturali

Con riferimento alle risorse naturali, a parte il forte richiamo esercitato dal panorama e dall'ambiente montano in sé — che presenta indubbe peculiarità rispetto al resto dell'arco alpino nazionale --, la Provincia ospita il Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi, unica area protetta statale. Tale Parco, istituito nel 1993, pur non godendo della popolarità dei parchi storici italiani (come lo Stelvio, il Gran Paradiso o il Parco Nazionale d'Abruzzo, che ospitano ciascuno più di 1,5 milioni di visitatori l'anno) è il primo ad essersi dotato degli strumenti di pianificazione previsti dalla legge quadro sulle aree protette e ad applicare il Piano Pluriennale Economico e Sociale previsto. In tale ambito, sono state attuate tutta una serie di iniziative (come percorsi tematici, percorsi guidati brevi o giornalieri, attività formativa, ecc.) orientate a specifici segmenti di visitatori (famiglie, scuole, alpinisti, escursionisti, ecc.) e comunque finalizzate alla tutela ambientale e al coinvolgimento del contesto locale.

Il Parco si colloca in una zona quasi periferica, a bassissima densità di popolazione, con uno sviluppo economico pressoché nullo e solo marginalmente inserito nei circuiti turistici. Proprio questo suo isolamento, se da un lato ha permesso il mantenimento di importanti valenze ecologiche ed ambientali e facilitato la creazione dell'area protetta, dall'altro ha ostacolato le possibilità di attivazione economica e la fornitura di servizi al visitatore. Successivamente alla sua costituzione, si è però iniziata a valutare l'opportunità di promuoverlo come un'attrazione turistica in sé fino all'attuazione del Piano di cui sopra, e questo al fine di garantire anche la valorizzazione dell'area e combattere situazioni di declino socio-economico.

Il Parco riveste un interesse soprattutto dal punto di vista floro-faunistico ed è attraversato dalle Alte Vie delle Dolomiti 1 e 2: l'attività prevalente è quella escursionistica, con possibilità di effettuare itinerari a piedi e in mountain bike lungo sentieri segnalati. La gestione è affidata ad un ente pubblico autonomo non economico (Ente Parco), che ha come obiettivi la tutela del patrimonio naturale, il miglioramento della qualità della vita della popolazione residente, la promozione della ricerca e dell'educazione ambientale e la creazione di opportunità di sviluppo attraverso politiche di tutela dei valori naturalistici locali.

L'area protetta interessa complessivamente 15 comuni del Bellunese, con una popolazione di oltre 100 mila persone (pari a quasi il 50% degli abitanti della

Provincia), ma caratterizzata da una moderata turisticità (accoglie appena l'11% degli arrivi turistici provinciali).

Con riferimento alle caratteristiche dei visitatori del Parco, indagini condotte dall'Università di Padova¹⁸ hanno stimato come dall'ingresso della Val di Mis siano transitati, all'inizio degli anni '90, circa 60 mila visitatori, mentre dalla seconda entrata della Val Canzoi circa 40 mila visitatori (di cui il 60% concentrati a luglio e agosto), cui si aggiungono gli escursionisti diretti verso le alte quote, intorno ai 20 mila. Date le politiche promozionali avviate negli ultimi anni, si presume che la cifra complessiva di 120 mila visitatori sia notevolmente cresciuta, anche se non è possibile quantificarla con precisione.

Secondo i risultati della ricerca, sul Parco gravitano sostanzialmente due tipologie di domanda: la prima alimentata dai visitatori del fondovalle (pari a circa il 90% del totale), che esprimono un'esigenza di spazi verdi dove svolgere attività che spesso esulano in buona parte dal contesto in cui sono svolte; la seconda legata invece alle peculiarità paesaggistiche ed ambientali del Parco e rappresentata dagli escursionisti che si recano in quota e pernottano nell'area protetta (in rifugi o bivacchi) oppure dagli escursionisti non pernottanti.

I visitatori del fondovalle hanno un'età mediamente più elevata rispetto agli escursionisti, si spostano soprattutto con la famiglia ed hanno come motivo prevalente il picnic (68%) e le passeggiate (28%), mentre la durata media della gita varia dalle 9 alle 12 ore. Gli escursionisti, invece, sono mediamente più giovani (il 42% ha meno di 30 anni), si muovono in coppia o con un gruppo di amici, sono un segmento di appassionati della montagna (il 35% compie dalle 5 alle 10 escursioni all'anno, mentre il 24% da 11 a 20 escursioni) e, di questi, il 36% ha effettuato più visite (da 2 a 10) al Parco delle Dolomiti Bellunesi nell'arco di 5 anni. In entrambi i casi, i fruitori risiedono generalmente nelle aree limitrofe: in media, poco più di un terzo proviene dalla stessa Provincia di Belluno, un 30-40% dalle province di Treviso e Venezia, il 15% circa dalle province di Padova, Vicenza e Verona, mentre un altro 15% da località fuori regione (tra cui Milano). Per quanto riguarda la valutazione circa l'esperienza della visita e i diversi aspetti della fruizione, i visitatori sono generalmente soddisfatti e ritengono che non siano necessarie modifiche o regolamentazioni, se non la manutenzione dei sentieri (rilevata dal 26% degli intervistati), e, per chi si ferma al picnic in fondovalle, la presenza di aree attrezzate.

Con riferimento, invece, all'importanza che il Parco riveste per i turisti che frequentano le località montane della zona, secondo una rilevazione condotta nel 1999-2000 dal Ciset in collaborazione con l'Istituto Doxa per conto dell'APT1 Dolomiti¹⁹, la presenza di un'area protetta, con possibilità di effettuare escursioni e passeggiate, risulta indubbiamente un elemento importante per l'arricchimento del prodotto turistico locale, in particolare durante la stagione estiva. Il 18% dei turisti italiani e il 22% dei turisti stranieri intervistati che soggiornano nelle località turistiche comprese nell'ex ambito APT1 dichiarano infatti di aver visitato il Parco. Tuttavia, la visita rimane ancora una motivazione secondaria rispetto alla capacità di richiamo esercitata dagli altri attrattori.

¹⁸ Tempesta T., Thiene M. (1999), Turismo e attività ricreative nel Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi, studio effettuato per conto dell'Ente Parco.

¹⁹ APT 1 Dolomiti (2001), Prospettive, sviluppo e promozione delle Dolomiti del Veneto, Rapporto Finale, Programma Leader II-GAL Alto Bellunese, Azione 5 – Predisposizione di strumenti di marketing e pianificazione strategica

Per potenziare la fruizione turistica del Parco combinando obiettivi di tutela e di valorizzazione, l'Ente gestore sta ponendo in essere, come accennato all'inizio, una serie di interventi volti a rendere maggiormente riconoscibile l'area protetta e ad integrarla sia nel prodotto montano tradizionale, in particolare quello estivo, sia nei piani di sviluppo del territorio circostante, come stimolo alla rivitalizzazione economica e al recupero dell'identità locale. A questo proposito, le azioni sono finalizzate a diffondere il concetto di sostenibilità (attraverso l'applicazione del Piano di Azione ONU Agenda 21), a migliorare la sensibilizzazione e la comunicazione con riferimento ai temi ambientali, a sviluppare nuovi prodotti e servizi e a controllarne la qualità attraverso la creazione di un "marchio territoriale" (Carta Qualità).

Per quanto riguarda, in particolare, lo sviluppo di prodotti/servizi, l'Ente Parco ha proposto una serie di escursioni e di percorsi adatti sia ai turisti che praticano i tradizionali sport alpini estivi, sia a coloro che sono interessati ad esperienze più variegiate (che combinino, ad esempio, ambiente, cultura e storia) o i portatori di interessi specifici (gli sportivi, i naturalisti, ecc.). Ad esempio, il Trekking dell'Orso e la TransParco (da Croce d'Aune a Forno di Zoldo), le escursioni d'autore (accompagnate da alcuni autori di testi scientifici o di guide sul Parco), i sentieri natura, i sentieri tematici (i Cadini del Brenton, i circhi delle vette, le chiesette pedemontane, ecc.). I principali target individuati per la promozione di tali prodotti sono le famiglie, le scuole, gli alpinisti esperti, gli escursionisti giovani anche non abituali e i target specifici.

Tra gli altri interventi posti in essere vanno segnalati il potenziamento dei servizi di accompagnamento, della segnaletica e della sentieristica e il controllo sulla professionalità delle guide, anche attraverso appositi corsi di formazione; la gestione dei centri visitatori e dei centri di informazione ed accoglienza, valorizzando il ruolo delle Pro Loco; il miglioramento della qualità dell'offerta ricettiva; lo sviluppo di attività alternative a quelle escursionistiche (ad esempio, equitazione, canoa, corsi di botanica), anche durante la stagione invernale; l'organizzazione di eventi all'interno del Parco (concerti, mostre, spettacoli); l'organizzazione di servizi navetta da e verso alcune località attraverso le "porte del Parco" e da queste a punti di interesse specifici; lo sviluppo di contatti con l'intermediazione e con operatori specializzati nel turismo naturalistico e strutturazione di prodotti specifici da distribuire attraverso questo canali.

Tra le altre aree naturali protette presenti sul territorio, da segnalare il Parco delle Dolomiti di Ampezzo, il Parco della Fauna Alpina a Sappada e il Bosco del Cansiglio. Oltre alle aree protette il territorio ospita altre risorse, tra cui oltre 200 Km di strade panoramiche, alcuni laghi adatti alla navigazione, alla pratica degli sport acquatici e alla pesca sportiva (Alleghe, Misurina, Santa Croce, ecc.), alcuni fiumi di notevole rilevanza come il Piave, e nell'area dolomitica, i ghiacciai delle Tofane, del Sorapis e del Cristallo.

2.2 L'offerta sportiva e culturale

Ricca l'offerta di strutture per gli sport invernali. La provincia vanta un comprensorio sciistico dotato di oltre 300 piste per la pratica dello sci alpino – di cui il 70% concentrato a Cortina, nell'Agordino e nella zona di Arabba-Rocca Pietore - per un totale circa 480 Km di tracciati. A queste si sommano circa un centinaio di piste per lo snowboard, mentre gli impianti di risalita superano le 150 unità. Le piste ad innevamento programmato coprono un tracciato di oltre 150 Km e sono localizzate a

Cortina, nel Cadore, in Valboite, in Valzoldana, sul Nevegal e nel Feltrino. Per quanto riguarda gli amanti dello sci nordico, la provincia offre circa 65 piste per la pratica di questo sport (soprattutto a Cortina, in Agordino, nel Cadore, nel Comelico-Sappada, nell'Alpago-Cansiglio e sul Nevegal), per un totale di circa 540 Km. Con riferimento agli altri sport, presenti sette stadi del ghiaccio (Belluno, Cortina, Agordo, Alleghe, Auronzo, Pieve di Cadore, Forno di Zoldo e Feltre), un trampolino di salto con gli sci e una pista di bob (Cortina), oltre una ventina di campi di pattinaggio su ghiaccio e altre strutture quali piscine, campi da tennis e così via. Da segnalare anche l'offerta di eventi sportivi, alcuni dei quali di caratura internazionale (ad es. Coppa del Mondo di Sci Femminile, Coppa Europa Bob, Trofeo di salto con gli sci, ecc.), che costituiscono un ulteriore motivo di attrazione turistica.

Per quanto riguarda l'offerta termale e benessere, è recente l'apertura nel Comelico delle nuove Terme di Valgrande, che sfruttano le proprietà curative della fonte termale omonima.

Parlando delle risorse e delle attività culturali, si va dalle attrattive storico-artistiche del capoluogo e di centri minori quali, ad esempio, Feltre, Cibiana e Pieve di Cadore, alle rocche e ai castelli sparsi sul territorio provinciale (Castello di Zumelle a Mel, di Alboino a Feltre, ecc.), ai musei (museo dell'ottica e dell'occhiale ad Agordo, il nuovo museo delle nuvole di Messner a Cibiana, ecc.), alle chiese, ai sentieri e ai musei della Grande Guerra (nell'area Lagazuoi, Cinque Torri, Tre Sassi), agli esempi di archeologia industriale (le Calchere nel Parco delle Dolomiti Bellunesi), nonché ad una serie di eventi e manifestazioni che vengono organizzate periodicamente nelle varie località (Palio dei Cento ad Agordo, Palio di Feltre, Settimana internazionale dei murales di Cibiana, ecc.).

2.3 La ricettività turistica e l'offerta fieristica e congressuale

La provincia conta nel 2002 circa 479 alberghi con oltre 21.700 posti letto, cui corrisponde una dimensione media di 45,4 posti letto per struttura.

Tab. 12 – Consistenza dell'offerta ricettiva in provincia di Belluno

	Alberghi		Extralberghieri		Totale	
	Esercizi	Posti letto	Esercizi	Posti letto	Esercizi	Posti letto
1995	497	19.982	11.813	75.160	12.310	95.142
2000	495	21.478	14.843	95.087	15.338	116.565
2001	497	21.945	12.808	80.780	13.305	102.725
2002 (*)	479	21.734	12.859	79.227	13.338	100.961

Nota: (*) dati provvisori

Fonte: SIRT-Regione Veneto

Gli esercizi extralberghieri iscritti al REC sono invece circa 12.859, per un totale di circa 79 mila posti letto. Più dell'80% sia delle strutture che dei posti letto sono concentrati nell'area dolomitica. In termini dinamici, rispetto al 1995 si riscontra una diminuzione degli hotel (da 497 a 479) cui corrisponde un aumento dei posti letto (da 19.982 a 21.734) e quindi della dimensione media delle strutture (da 40,2 a 45,4 posti letto). Per quanto riguarda gli extralberghieri, l'aumento riguarda sia gli esercizi che i posti letto (rispettivamente, da 11.813 a 12.859 e da 75.160 a 79.227).

Mettendo a confronto l'andamento delle presenze e dei posti letto tra 1995 e 2002, nelle strutture alberghiere provinciali il tasso di occupazione lordo²⁰ è passato dal 31,4% al 27,1% mentre quello degli esercizi extralberghieri dal 17% al 10,8%. Tale diminuzione è dovuta alla consistente flessione delle presenze (-6% negli alberghi e -30% nelle altre strutture nel periodo considerato), cui si è affiancato un aumento dell'offerta di posti letto (rispettivamente, +8,8% e +5,4%).

Tab. 13 – Consistenza dell'offerta alberghiera ed extralberghiera in provincia di Belluno, per tipologia di esercizio. 2002^(*)

	Val. ass.		Dim. Media (letti)	Quote %	
	Esercizi	Posti letto		Esercizi	Posti letto
Alberghi					
5-4 stelle	32	4.164	130,1	6,7	19,2
3 stelle	197	10.478	53,2	41,1	48,2
2-1 stella	250	7.092	28,4	52,2	32,6
Totale alberghi	479	21.734	45,4	100	100
Extralberghieri					
Camere e case in affitto	6.098	24.789	4,1	47,4	31,3
Campeggi e villaggi turistici	25	13.625	545,0	0,2	17,2
Alloggi agrituristici	29	262	9,0	0,2	0,3
Altro	6.707	40.551	6,0	52,2	51,2
Totale extralberghieri	12.859	79.227	6,2	100	100

Nota: (*) dati provvisori

Fonte: SIRT-Regione Veneto

Passando ora alla categoria alberghiera, nel 2002 oltre il 50% degli esercizi sono concentrati nella categoria 1-2 stelle, mentre sono le strutture a 3 stelle ad avere la maggiore capacità di accoglienza (il 48% dei posti letto complessivi).

Gli alberghi di fascia alta rappresentano invece appena il 6% delle strutture e il 19% dei posti letto totali, ma sono quelli con la dimensione media più consistente (130 posti letto). Per quanto riguarda le strutture extralberghiere, il 47% è rappresentato da alloggi in affitto gestiti da mediatori professionali (case e appartamenti per vacanze, esercizi di affittacamere, residence, ecc.), mentre un altro 52% da altre strutture (case per ferie, ostelli, case religiose, rifugi, ecc.). Come già accennato per la domanda, questi dati non tengono conto del "sommerso", ossia delle case private e affittate in maniera non professionale, che nelle aree montane rappresentano in molti casi una quota consistente dell'offerta ricettiva complessiva. Con riferimento alle seconde case, l'immissione sul mercato di quelle lasciate inutilizzate per tutta o parte della stagione rappresenterebbe un'ottima opportunità di integrazione dell'offerta ufficiale, spesso insufficiente in alcune località a soddisfare le esigenze dei turisti nei periodi di alta stagione.

Paragonando, infine, l'evoluzione dell'offerta alberghiera bellunese con quella degli altri comprensori montani concorrenti tra 1995 e 2001²¹, si nota come – ad eccezione della provincia di Belluno -- tutte le destinazioni abbiano registrato una flessione del

²⁰ Il tasso di occupazione si calcola rapportando le presenze dei turisti alla disponibilità di posti letto, espressa in termini di giornate-letto. In termini matematici: $[P/(L \cdot G)] \cdot 100$, dove P = presenze registrate negli esercizi, L = posti letto negli esercizi, G = numero di giornate di disponibilità dei letti. Se la disponibilità è riferita ai giorni di effettiva apertura si parla di tasso di occupazione netto, mentre se è riferita al potenziale delle giornate (365 al lordo, cioè, delle chiusure stagionali), si parla di tasso di occupazione lordo.

²¹ Ultimo anno per cui si hanno dati confrontabili.

numero di strutture tra il 1995 e il 2001, più significativa nelle province di Trento (-5,4%) e in Valle d'Aosta (-4,3%). Tale diminuzione è stata tuttavia accompagnata da un generale aumento dell'offerta di posti letto (ad eccezione della Valle d'Aosta), particolarmente accentuata nelle province di Trento (+4,6%) e di Sondrio (+4,5%), che si è tradotta in una crescita della dimensione media degli esercizi.

Tab. 14 – Consistenza dell'offerta alberghiera nei principali comprensori montani nazionali. 1995-2001

	1995		2001		Var. % 1995-2001	
	Esercizi	Posti letto	Esercizi	Posti letto	Esercizi	Posti letto
Valle d'Aosta	511	23.372	489	23.225	-4,3	-0,6
Sondrio	404	18.401	402	19.234	-0,5	4,5
Belluno	497	19.982	497	21.945	0,0	9,8
Bolzano	4.584	146.004	4.478	146.864	-2,3	0,6
Trento	1.728	90.166	1.634	94.286	-5,4	4,6

Fonti: ISTAT e SIRT-Regione Veneto

Per quanto riguarda, infine, l'offerta fieristica e congressuale, va menzionata la struttura di Longarone, che ospita periodicamente manifestazioni di livello nazionale ed internazionale (es. Mostra del Gelato, Salone della Montagna, ecc.). Altre sale per congressi di dimensioni inferiori sono disponibili presso alcune strutture alberghiere (in particolare, a Cortina).

3. Il peso economico del turismo nel Bellunese: confronto con alcune aree concorrenti

Le aree alpine rivestono una significativa importanza nel panorama turistico nazionale e, come accennato all'inizio, il turismo assume un ruolo cruciale per l'economia di queste aree, al fine di rivitalizzarne il tessuto socio-economico e produttivo e favorire il mantenimento della popolazione in loco. Non solo: il loro sistema economico presenta un elevato grado di apertura verso l'esterno, nel senso che molti dei prodotti richiesti direttamente dai turisti o che entrano nei processi di produzione dei beni e dei servizi necessari per soddisfare le loro esigenze non sono prodotti in loco, generando così fenomeni di attivazione economica diretti verso le regioni limitrofe, il resto d'Italia o l'estero.

Considerando la provincia di Belluno e due delle principali aree concorrenti, la Valle d'Aosta e il Trentino Alto Adige, esse hanno raccolto nel 2001 quasi il 13,5% delle presenze sul totale nazionale, il 7,9% della spesa turistica complessiva (pari a circa 80 miliardi di Euro) ed il 7,3% del valore aggiunto prodotto dal turismo in Italia (che si attesta sui 67 miliardi di Euro). In termini di spesa turistica, la regione leader è il Trentino con il 5,4%, seguita a distanza dal comprensorio montano del Veneto con l'1,8% e dalla Valle d'Aosta con il restante 0,7%. Scindendo la spesa sostenuta dai residenti in Italia da quella degli stranieri, la montagna veneta raccoglie il 2,2% della spesa dei nostri connazionali e l'1,1% di quella internazionale, a fronte di una quota di presenze rispettivamente del 2,3% e dello 0,6%. In Trentino, invece, le quote di spesa italiana e estera si aggirano intorno al 6,2% e al 4% sul totale Italia, a fronte di una quota di presenze dell'8,7% e del 14,1%. La Valle d'Aosta, infine, concentra appena lo

0,9% dei consumi italiani e lo 0,3% di quelli stranieri, cui corrisponde una percentuale di presenze dell'1,2% e dello 0,6%.

Con riferimento ai consumi giornalieri per presenza, i turisti montani stranieri tendono a spendere meno rispetto alla media dei turisti internazionali che scelgono di trascorrere una vacanza in Italia. Secondo le stime fornite dall'Ufficio Italiano Cambi, nel 2001 la spesa media pro capite in Italia di un turista straniero è stata pari a circa 85 Euro, contro una media rispettivamente di 76 Euro per il comprensorio montano veneto e di 65 Euro per il Trentino. E tale comportamento riguarda anche la clientela italiana: a fronte di una spesa media per presenza dei nostri connazionali in Italia pari a circa 54 Euro nel 2001, il Bellunese ha registrato una spesa di circa 52 Euro, mentre il Trentino di 48 Euro, e questo è coerente con un profilo di visitatore più incline a scegliere combinazioni di vacanza meno costose o comunque più orientato alla ricettività in appartamento in affitto (oltre che in seconde case).

Il peso dei consumi turistici in ciascuna provincia/regione sul totale dei consumi interni fornisce un ulteriore elemento di valutazione dell'importanza economica del fenomeno. A fronte di un'incidenza media nazionale dell'11% nel 2001, sia il Trentino che la Valle d'Aosta si caratterizzano per percentuali di circa il 27%, mentre il comprensorio montano del Veneto rimane intorno al 17%.

Infine, per quanto riguarda il peso del valore aggiunto turistico sul valore aggiunto provinciale/regionale, rispetto ad una incidenza media nazionale del 5,6% nel 2001, il comprensorio montano del Veneto raggiunge una percentuale di circa il 21,5%, la Valle d'Aosta dell'11,4% e il Trentino Alto Adige del 13%.

4. Le principali questioni critiche

L'analisi dell'evoluzione del mercato turistico provinciale – anche con riferimento alle destinazioni più direttamente concorrenti con il comprensorio montano del Veneto -- e delle caratteristiche dell'offerta turistica locale, consente di individuare alcune criticità del sistema turistico bellunese, che costituiscono le basi su cui pianificare nuovi interventi infrastrutturali, strutturali e organizzativi e valutare le condizioni di competitività del sistema stesso, al fine di tracciare opportune linee strategiche di sviluppo.

Secondo alcune analisi condotte dal Ciset nell'area, mettendo anche a confronto le valutazioni espresse dai turisti con quelle fornite dai rappresentanti delle realtà economiche e istituzionali dell'area, la provincia di Belluno ha tra i suoi principali punti di forza sicuramente il tipo di panorama montano e la qualità e la varietà delle risorse ambientali e storico-artistiche, la presenza di aree protette (Parco delle Dolomiti Bellunesi e delle Dolomiti d'Ampezzo), le caratteristiche e la qualità dell'offerta per lo sci alpino (varietà delle piste, impianti di risalita, scuole di sci, impianti di innevamento artificiale). Da migliorare, invece, le modalità con cui le risorse del territorio vengono promosse sul mercato e rese fruibili ai turisti, le opportunità di svago e di animazione locale offerte, anche tramite una maggiore valorizzazione delle tradizioni e del folklore locali; la qualità della rete sentieristica; la qualità e i prezzi delle strutture ricettive; la qualità della ristorazione, caratterizzata da una scarsa se non assente promozione dei prodotti tipici; i trasporti pubblici (ad esempio, i collegamenti alle piste) e la gestione del traffico; il livello di professionalità e di imprenditorialità degli operatori locali.

Da questo punto di vista, si evidenzia la necessità di puntare innanzitutto ad un rafforzamento del prodotto montano tradizionale, al fine di mantenere le quote di mercato raggiunte dall'area dolomitica ed incrementare la notorietà e il posizionamento dell'area di Belluno-Feltre-Alpago. In secondo luogo, di aumentare le potenzialità attrattive della provincia, mediante lo sviluppo di una serie di prodotti già presenti ma attualmente caratterizzati da una fase di stasi (es. artigianato) oppure considerati emergenti e di supporto/arricchimento a prodotti prevalenti (es. Parco delle Dolomiti Bellunesi, i laghi, ecc.) o ancora dotati di notevoli potenzialità sia dal lato della domanda che dell'offerta, ma ancora scarsamente valorizzati e a carattere di "nicchia", che possono quindi anche in questo caso fungere da supporto per i prodotti tradizionali (es. cicloescursionismo, tradizioni, gastronomia tipica, archeologia industriale, termalismo, ecc.).

Da sottolineare, inoltre, la percezione di una forte concorrenza da parte di altri settori produttivi locali (ad esempio, l'occhialeria) nel reperimento di risorse finanziarie e umane da investire nel turismo.

Ma vediamo, nel dettaglio, alcuni degli aspetti su cui bisognerebbe agire in via prioritaria:

1. **potenziamento e riorganizzazione della ricettività alberghiera ed extralberghiera, soprattutto dal punto di vista qualitativo, e sviluppo di una politica di prezzi adeguata.** In particolare, a parte alcune località (come, ad esempio, Agordo e Alleghe) dove viene segnalata un'insufficiente offerta alberghiera ed extralberghiera per soddisfare l'attuale domanda, è soprattutto sul basso rapporto qualità-prezzo delle strutture -- in molti casi « vecchie », scarsamente in grado di rapportarsi all'evoluzione della domanda e alla necessità di soddisfare target sempre più differenziati -- che dovrebbero essere concentrati i maggiori interventi. E questo non solo in confronto all'offerta di località limitrofe, come quelle del Trentino Alto Adige e dell'Austria, ma anche di altre destinazioni che si pongono sempre più come concorrenti di quelle montane (stazioni balneari, città d'arte, ecc.). Fa eccezione l'area di Cortina e San Vito di Cadore, mentre su altre (come, ad esempio, quella di Sappada e Santo Stefano di Cadore) i giudizi sono contrastanti;
2. **valorizzazione delle attrattive naturali e, in particolare, del Parco delle Dolomiti Bellunesi,** che rappresenta un importante elemento aggiuntivo dell'offerta attuale e ha una positiva ricaduta di immagine sull'area, ma che attualmente necessita di una migliore politica gestionale e di promozione/comunicazione, al fine di favorire una migliore fruibilità da parte del turista (anche in un'ottica di destagionalizzazione della domanda) nel rispetto di uno sviluppo eco-compatibile. Alcune azioni sono già in corso in tal senso, come discusso al paragrafo 3.1.;
3. **valorizzazione a fini turistici delle attrattive storico-artistiche e culturali in senso lato,** al fine di renderle anche in questo caso maggiormente fruibili al turista, non solo in termini di promozione e comunicazione, ma anche inserendole in circuiti tematici e in pacchetti di offerta mirati. Si tratta, infatti, di un insieme di prodotti distribuiti in maniera differenziata sul territorio e con una presenza non sempre esplicita ai visitatori della provincia. Tra queste vanno sicuramente annoverate i centri minori, i musei, i castelli, i sentieri storici, la cultura e le tradizioni locali, l'artigianato e, in particolare, la **gastronomia tipica**, dato il crescente interesse che i turisti italiani e stranieri mostrano verso i prodotti e i piatti della cucina tradizionale. Tali attrattive vanno intese non solo come prodotto

- turistico in sé, ma anche come prodotto complementare e trasversale all'offerta montana tradizionale, sia invernale (attività "après ski") che estiva;
4. **sviluppo di strutture e servizi per lo sport e il tempo libero** (ad esempio, luoghi pubblici di ritrovo, impianti sportivi, manifestazioni di intrattenimento, negozi e centri per lo shopping, itinerari tematici per specifici segmenti, ecc.), che vadano ad integrare, come nel caso delle attività culturali, l'offerta tradizionale, da un lato arricchendo i prodotti tradizionali (sci e passeggiate), dall'altro richiamando altri segmenti di domanda, che ricercano un'esperienza diversa rispetto agli amanti puri della montagna. In particolare, gli **eventi**, siano essi sportivi o culturali, esercitano generalmente un forte richiamo sul pubblico e quindi possono rappresentare un ottimo volano per l'allargamento della domanda;
 5. **miglioramento delle strutture e dei servizi di trasporto e dell'arredo urbano**, al fine di ridurre i "colli di bottiglia" che caratterizzano la rete locale (problemi di viabilità e di parcheggi, accessibilità alle piste, servizi ski-bus, ecc.) e aumentare l'attrattività delle località anche dal punto di vista estetico (manutenzione delle facciate delle case, recupero degli edifici d'epoca, verde pubblico, ecc.). Per quanto riguarda il miglioramento dei collegamenti viari rispetto ai principali nodi della rete, questo risulta importante anche in vista di un eventuale potenziamento dell'attività fieristica e congressuale, attualmente concentrata nel polo di Longarone e in alcuni spazi pubblici e privati (strutture alberghiere) localizzati nei principali centri delle Dolomiti (ad esempio, Cortina);
 6. **maggiore professionalità e formazione degli operatori locali**, agevolando il ricambio generazionale e quindi l'entrata sul mercato di forze maggiormente pronte a recepire l'evoluzione del sistema di offerta e della domanda o comunque stimolando una maggiore apertura da parte degli imprenditori più anziani. E questo grazie anche ad una loro qualificazione/riqualificazione professionale, che fornisca gli strumenti adeguati per promuovere e commercializzare in maniera corretta il territorio e per potenziare i servizi di accoglienza ai visitatori (questo soprattutto per gli operatori pubblici);
 7. **miglioramento delle relazioni tra gli operatori locali e riduzione delle barriere alla collaborazione**, avviando politiche che facilitino la concertazione tra le parti (pubblico e privato e tra i vari imprenditori locali) e lo sviluppo di forme associative, anche se non va dimenticato il forte individualismo delle popolazioni montane e le differenze storiche, culturali ed economiche tra i diversi comprensori, comunità montane e località.

Vi sono, inoltre, una serie di **caratteristiche "endemiche"**, ossia alcuni aspetti strutturali del sistema socio-economico del Bellunese, che influiscono anche sull'evoluzione dell'offerta turistica locale. In particolare, come accennato all'inizio del paragrafo, la presenza di un'economia poco diversificata e la crisi dell'occhialeria hanno drenato le già limitate risorse finanziarie pubbliche verso questo settore, ostacolando di fatto un adeguato sviluppo dell'offerta turistica sia dal punto di vista infrastrutturale, che delle strategie di promozione e comunicazione. Questo aspetto -- e, in particolare, il divario esistente da questo punto di vista con le province limitrofe di Trento e Bolzano -- penalizza la valorizzazione delle potenzialità di offerta presenti nel territorio bellunese e crea una asimmetria nella valutazione del contesto concorrenziale.

Valeria Minghetti

Riferimenti bibliografici

Cerato M., Minghetti V., Furlan M.C.

2003 *Riposizionamento della Valle d'Aosta: dall'analisi alle linee strategiche*, in Pechlaner H., Manente M. (a cura di), *Manuale del turismo montano*, T.U.P. - Touring University Press, Milano

CISET

2001 *Prospettive, sviluppo e promozione delle Dolomiti del Veneto*, Rapporto Finale, APT1 Dolomiti, Programma Leader II-GAL Alto Bellunese, Azione 5 – Predisposizione di strumenti di marketing e pianificazione strategica

Furlan M.C., Vettorazzo E.

2002 *Il Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi: caratteri e prospettive*, in Pechlaner H., Manente M. (a cura di), *Manuale del turismo montano*, T.U.P. - Touring University Press, Milano, pp. 447-482.

ISTAT

Statistiche del Turismo, anni vari.

Manente M., Cerato M.

2002 *Metodi e strumenti per l'analisi delle destinazioni alpine*, in Pechlaner H., Manente M. (a cura di), *Manuale del turismo montano*, T.U.P. -Touring University Press, Milano

Manente M., Minghetti V., Cerato M.

2002 *La domanda turistica nelle Dolomiti del Veneto. Segmentazione del mercato per lo sviluppo di nuovi prodotti*, in Pechlaner H., Manente M. (a cura di), *Manuale del turismo montano*, T.U.P. -Touring University Press, Milano

Minghetti V.

2002 *Il turista della neve in Italia. Profilo, esigenze, nuovi modelli di consumo*, in Pechlaner H., Manente M. (a cura di), *Manuale del turismo montano*, T.U.P. - Touring University Press, Milano

Provincia di Bolzano

2000 *Turismo in alcune regioni alpine. 1999*, documento n.77, ASTAT-Istituto Provinciale di Statistica.