



La conferenza stampa dell'Arma

LA LETTERA DI UNA DERUBATA

Arrestate nel Lomaso con l'aiuto di Fiavé

▶ FIAVÉ

Scalpore ha suscitato l'episodio delle tre donne colte in flagranza di reato nella zona del Lomaso, ai danni di donne sole. L'individuazione delle malviventi è sicuramente merito della segnalazione dei concittadini, ciò non toglie il merito che va dato ai carabinieri, intervenuti tempestivamente. La trappola è scattata

a Vigo Lomaso, ma le tre ladre avevano colpito i giorni precedenti anche a Fiavé, attirando l'attenzione di una serie di persone, che hanno segnalato la cosa all'Arma. Dello spirito di collaborazione dei compaesani si fa portavoce una lettrice di Fiavé con una lettera ai carabinieri di Ponte Arche: «A nome mio personale, interpretando anche i sentimenti della comunità di

Fiavé, esprimo al corpo dei carabinieri di Riva del Garda e Ponte Arche un sentito ringraziamento per l'impegno profuso nell'individuazione e cattura dei ladri che da tempo entravano illecitamente nelle abitazioni a scopo di furto. La popolazione di Fiavé non poteva più tollerare questo tipo di violenza che ha diffuso un profondo senso di insicurezza; ne sono personalmente testi-

mone, avendo subito di recente un furto ad opera di dette malviventi. La vostra presenza attiva, il forte impegno profuso nel raccogliere indizi e testimonianze, il presidio del territorio vi hanno portato alla cattura dei responsabili di parecchi furti. Ora si esprime l'auspicio che la giustizia possa punire i responsabili dei reati posti in essere e restituire alle nostre comunità il senso di sicurezza e la tranquillità della vita quotidiana. Un positivo esempio di collaborazione tra le persone e le forze dell'ordine che potrà ulteriormente svilupparsi in un contesto di reciproca stima e fiducia». (g.ri.)

▶ PONTE ARCHE

Banda del Bleggio stasera in concerto

PONTE ARCHE. La Banda Intercomunale del Bleggio diretta da Franco Puliafito invita al "Concerto di Primavera", stasera alle 21 alla sala congressi delle Terme di Comano con la partecipazione della Banda Giovanile del Bleggio diretta da Sara Maganzini. Un grazie agli sponsor: le Terme di Comano, la Cassa Rurale "Giudicarie Valsabbia Paganella" e Ceis. Ingresso libero. (r.r.)

Turismo, la promozione passa attraverso i social

Parte la campagna comunicativa della Comunità in vista dell'estate: su Mediaset e online non solo Dolomiti di Brenta ma focus sulle potenzialità di tutti gli ambiti

di Stefano Marini

▶ TIONE

Continua l'impegno della Comunità di Valle delle Giudicarie rispetto alla promozione del proprio territorio in chiave turistica. Grazie al supporto di Trentino Marketing, con la prima settimana di aprile è stato lanciato un piano di "promo comunicazione" mirato a far conoscere in tutt'Italia le bellezze di questa parte del Trentino. «Le nostre risorse naturali, unitamente agli interventi materiali e immateriali realizzati negli anni rendono le Giudicarie un territorio in grado di esprimere un enorme potenziale sul piano della ricettività - afferma Giorgio Butterini, il presidente della Comunità delle Giudicarie - l'obiettivo che ci siamo posti in questa consiliatura è quello di produrre un importante sforzo per farlo conoscere a livello nazionale e internazionale. In fase di pianificazione abbiamo teso a valorizzare al meglio luoghi o ambienti già affermati e a "far emergere" quelli meno conosciuti: le nostre vallate si caratterizzano infatti per una notevole varietà di ambienti e opportunità che rispondono alle aspettative di svariati target turistici».

La questione dello sviluppo turistico nelle Valli Giudicarie è sempre stata centrale e al tempo stesso residuale. Quello che un tempo era il "Comprensorio 8" è di fatto il risultato dell'aggregazione di 4 ambiti



Turisti in mountain bike: le Giudicarie puntano a far conoscere il territorio

diversissimi fra loro. A fronte di un'area come la Val Rendena, dove il turismo è il perno su cui ruota la gran parte dell'economia locale, le altre zone negli anni sono rimaste più o meno indietro. Le Giudicarie Esteriori possono vantare le Terme di Comano, ma faticano ad ampliare l'offerta mettendo a frutto le loro innumerevoli ricchezze storiche ed ambientali. La Busa di Tione e soprattutto la Valle del Chiese, invece, solo negli ultimi anni si sono rese conto dell'importanza di avere un comparto turistico forte, capace di generare ricchezza e occupazione dalle risorse presenti sul territorio.

Proprio per sviluppare i punti di forza e al tempo permettere la crescita delle realtà meno

conosciute la Comunità di Valle ha puntato su una campagna promozionale complessa, strutturata sia su strumenti "online" che "offline". Passaggi televisivi sulle reti nazionali (Mediaset), ma anche creazioni di contenuti su piattaforme come "visittrentino.info" e campagne "social" su Facebook e Instagram. Più nel dettaglio la campagna promozionale per l'estate 2018 punta a valorizzare aspetti diversi del variegato territorio giudicariense. Le Esteriori puntano sulle Terme di Comano per una vacanza "slow" con enfasi pure su ruralità ed attività outdoor. Queste ultime sono al centro anche dell'idea di sviluppo turistico della Valle del Chiese, fiori all'occhiello circuiti di

trekking, bouldering e mountain bike, senza contare il lago d'Idro, attrazione principale per quanto riguarda la bassa valle. Le Giudicarie centrali cercano un focus sulle attività legate alla pesca ma anche qui non manca l'accento su mountain bike e ruralità. Infine la Val Rendena, forte di eccellenze assolute come le Dolomiti e il Parco Adamello Brenta, da far conoscere e apprezzare sempre più grazie alla proposta di vacanze ad alta quota unite a tutte le possibili attività correlate, senza dimenticare l'enogastronomia di qualità, grazie ai numerosi chef stellati che operano in valle durante il periodo estivo.

Un progetto ampio e ambizioso, che l'assessore al turismo della Comunità, Roberto Failoni sintetizza così: «Quest'iniziativa che vede gli sforzi congiunti delle due Apt e dei due Consorzi Turistici sostenuti dal contributo finanziario della Comunità delle Giudicarie e dei Consorzi Bim del Sarca e del Chiese, con il coinvolgimento operativo di Trentino Marketing, rappresenta un presupposto importante per definire le strategie di promozione condivise ed incisive soprattutto in questo momento di avvio della stagione estiva, che si apre con buoni auspici e con la convinzione che il settore turistico può ancora crescere su tutto il territorio delle Giudicarie».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

▶ FIAVÉ

Famiglia Coop da Sait a Dao: l'assemblea dà il via libera

▶ FIAVÉ

La Famiglia Cooperativa Fiavé - Cavarato nei giorni scorsi ha tenuto l'assemblea generale ordinaria. L'appuntamento presso la Caserma dei Vigili del Fuoco di Fiavé, che ha visto la presenza di 127 soci più due deleghe sui 576 in totale, è risultato abbastanza acceso e partecipato per decidere il futuro della cooperativa, che certamente non sta attraversando un periodo particolarmente felice, ma la riconferma degli uscenti (dal presidente Crescenzo Zambotti con ben 108 voti ai consiglieri Ugo Corti e Cinzia Zanini, rispettivamente 96 e 104) porta la stessa cooperativa, come promesso da Zambotti in caso di nuova elezione degli uscenti, a una decisa inversione di rotta con il passaggio alla Dao a marchio Conad e ovviamente l'uscita dal colosso del Sait con recesso, comunicato ancora in dicembre. In pratica l'assemblea, che ha dato fiducia alla linea del consiglio di amministrazione, ha dato anche il via libera all'operazione con passaggio previsto venerdì 1 giugno. Ma andiamo per ordine. Il presidente ha introdotto i lavori, quindi la presentazione e approvazione del bilancio al 31/12/2017, la relazione del cda, la relazione dell'organo incaricato della revisione legale dei conti. Nel conto economico in particolare la perdita di esercizio è di 68.236 euro rispetto all'esercizio precedente che vedeva 59.187 euro. L'approvazione contabile è stata votata all'unanimità. Quindi l'elezione delle cariche sociali, come detto con la riconferma degli uscenti: Zambotti, Corti e Zanini. (r.r.)

▶ VALLE DEL CHIESE

Cominotti: il mio impegno per il Distretto Famiglia

▶ STORO

Come riportato nei giorni scorsi sul *Trentino*, Daiana Cominotti è da poco diventata la nuova referente tecnica organizzativa per il Distretto Famiglia della Valle del Chiese. La nomina risale alla fine di marzo ed è stata preceduta da una selezione per titoli (fino a 40 punti di valutazione) seguita da un colloquio orale (fino a 60 punti) per ciascuno dei candidati presenti. Alla fine l'ha spuntata Cominotti, che traccia così le prospettive dell'impegno che la attende: «Sono contenta per questo incarico, affidatomi dall'amministrazione a seguito del bando, principalmente perché credo il Distretto Famiglia possa essere una grande opportunità di crescita per tante realtà della nostra Valle del Chiese. Non solo amministrazioni, ma anche associazioni e aziende private che potranno entrare a far parte del distretto e trovare in questa rete, avente l'obiettivo primario del benessere e l'attenzione alle famiglie, nuovi stimoli e opportunità». Affinché l'esperienza del Distretto Famiglia parta col piede giusto, secondo Cominotti due sono le cose da fare prima di tutto: «Tra gli obiettivi primari del prossimo triennio ci sono il coinvolgimento di nuovi attori che entreranno a far parte del Distretto e favorire la conoscenza del ruolo del distretto, dei suoi benefici e vantaggi a tutta la popolazione». (s.m.)

MADONNA DI CAMPIGLIO

Interrotto il trend di decrescita

Cifre ok dall'incontro su turismo alberghiero e sfide del futuro

di Walter Facchinelli

▶ MADONNA DI CAMPIGLIO

Il recente focus "Reshaping Tourism & le Sfide del Futuro", delle Casse Rurali Pinzolo e Adamello Brenta con Scouting Spa al Centro Rainalter, ha dettato le direttrici del futuro turistico dell'ambito con «scelte condivise per fare squadra». Riccardo Maturi (Cr Pinzolo) e Monia Bonenti (Cr Adamello Brenta) hanno aperto quest'incontro annuale, che studia e approfondisce le performance del turismo alberghiero locale: «Il cambiamento lo dobbiamo anticipare e gover-

nare con maggiori sinergie e condivisioni», hanno detto. In Val Rendena sono state analizzate 40 strutture su 140 e con soddisfazione si registra tra 2014 e 2015 una crescita importante per l'occupazione e nel 2016 ricavi medi molto buoni. Si è evidenziata una maggior performance per alberghi a 4 stelle, mentre i tre stelle hanno una struttura economico-finanziaria più debole, sotto la media. Per Fabio Grazioli, analista di Scouting, «qui la media di quanto investito per camera è più alta rispetto al Trentino, i 4 stelle sono più bilanciati e ben patrimo-

nializzati». Scouting ha analizzato la "web reputation", evidenziando che buone recensioni a chi investe e rimoderna portano a marginalità alte.

Matteo Bonapace, direttore del "Prodotto Accoglienza ed Eventi" di Apt ha evidenziato il +12,5% della stagione estiva: «A Campiglio si è interrotto un trend in decrescita». I dati dell'invernale registrano +22,4% (dicembre), +11,2% (gennaio), +3,5% (febbraio) e +1,2% dato non definitivo di marzo, con un aumento di italiani e stranieri a Campiglio e alta Rendena, meno bene in bassa Rendena. Per



Il tavolo dei relatori dell'incontro al Centro Rainalter

Francesca Maffei, giornalista e hotel consultant, «i numeri non possono crescere all'infinito, bisogna destagionalizzare e con nuovi approcci e processi spalmare i numeri su tutto l'anno». Secondo Michele Andreus, ordinario alla Facoltà di Economia e Commercio dell'Università di

Trento, «è in corso un cambio di pensiero. L'attenzione ai risultati di medio-lungo termine mette in crisi il concetto di bilancio d'esercizio, che riflette poco meno del 20% di ciò che accade in azienda». Per questo «occorre un discorso complessivo che tenga conto di mission, obietti-

vo e valore sociale». Un cambio di strategia dove «l'utile personale non è l'unico elemento per valutare l'azienda». Bisogna pensare a un mosaico dove, oltre agli albergatori ci sono commercianti, artigiani e funivieri. Un «gioco di squadra che punta al turismo di qualità e condivide visioni, strategie con l'intera filiera».

Infine Maurizio Rossini, amministratore unico di Trentino Marketing: «Bisogna creare esperienze ed emozioni, offrire prodotti locali, valorizzarli e saperli vendere bene». Dalla sala è arrivata consapevolezza: «Ci dobbiamo impegnare di più, come sistema ma anche singolarmente, intraprendere percorsi condivisi». Da qui la richiesta di strategie comunicate, discusse e condivise da tutti con l'auspicio di aprire tavoli di dialogo e confronto con tutte le categorie.