

LO SVILUPPO DEL PROGETTO BIKE A LIVIGNO

LIVIGNO

feel the alps



Base di partenza:

ANALISI DELL' ANDAMENTO

TURISTICO ESTIVO:

Presenze;

permanenza media;

motivazioni alla base della

vacanza;

CONFRONTO CON LA STAGIONE

INVERNALE

Netta differenza di performance;

durata della stagione;

tipologia di turisti

Analisi delle opportunità

TREND DEL SETTORE BIKE

- Forte **crescita** anche per le molteplici declinazioni della disciplina;
- Potenzialità di attrazione di **turismo internazionale**;
- **Periodo** di pratica dell'attività sportiva;
- Aumento della domanda di **vacanza attiva**;



Analisi delle opportunità

LA BIKE PER LA DESTINAZIONE

LIVIGNO

- **Coerenza** con il territorio e con il prodotto turistico;
- **Differenziazione dell'offerta;**
- Definizione di una più chiara **identità di stazione**



LA CONCRETEZZA DELLE OPPORTUNITA'

- Predisposizione degli operatori a investire in attività che permettessero di allungare la stagione:
 1. Gli impianti di risalita
 2. Gli albergatori
- Territorio: Parco nazionale dello Stelvio e uno scenario naturale "di livello"
- Percorsi: numerosi sentieri e strade bianche ideali per i bikers
- I bandi Interreg



CREAZIONE DEL PRODOTTO



- **Sentieri** dedicati ai bikers;
- **Mappatura GPS** di tutti i sentieri e possibilità di scaricarli come traccia da utilizzare in autonomia;
- **Guide MTB**, nuove figure professionali in grado di soddisfare le richieste della clientela;
- **Bike Hotels**: identificazione degli standard minimi richiesti dal biker nelle strutture ricettive;
- **Bike Shops**: assistenza, riparazione, noleggi

La comunicazione del nuovo prodotto



La comunicazione del nuovo prodotto

STRUMENTI «CLASSICI»

Educational specifici

Inserzioni su riviste di settore

Fiere e workshop



SPONSORIZZAZIONI

Hans Rey

Vittorio Brumotti

Training Camp Tinkoff Saxo



PROSEGUIMENTO

- **Manutenzione** del territorio
- Rete segnaletica per **rendere autonoma l'esperienza** del biker
- **Strumenti digitali**: sito interattivo, app
- **Bike Skill Center** per bambini, in centro al paese, per avvicinarli alla pratica e per promuovere tutte le iniziative bike
- Valorizzazione della **rete di trasporto** per adattarla alle nuove esigenze
Importanza del **ruolo dei privati** che hanno creduto nel progetto ed hanno investito per accrescere il valore complessivo del prodotto bike (impiantisti, bike hotel, bike shop, guide, ...)
- Nuovi eventi per mantenere alta l'attenzione verso il prodotto

LIVIGNO

feel the alps



La situazione oggi

Ampia offerta di sentieri

- Nella valle di Livigno
- Nel più ampio territorio dell'Alta Rezia

Bikepark con 13 sentieri

10 km di Flow Trails

Bike Skill Center

Fat Bikes

E-bikes

Pista ciclabile

Guide MTB



Conclusioni

Analisi iniziale: individuare ipotetiche aree di azione

Offerta coerente con il territorio e l'identità di stazione

Progettualità condivisa sia per far fronte ai costi sia per il raggiungimento degli obiettivi

Obiettivi di medio/lungo termine

**Grazie per
l'attenzione**