

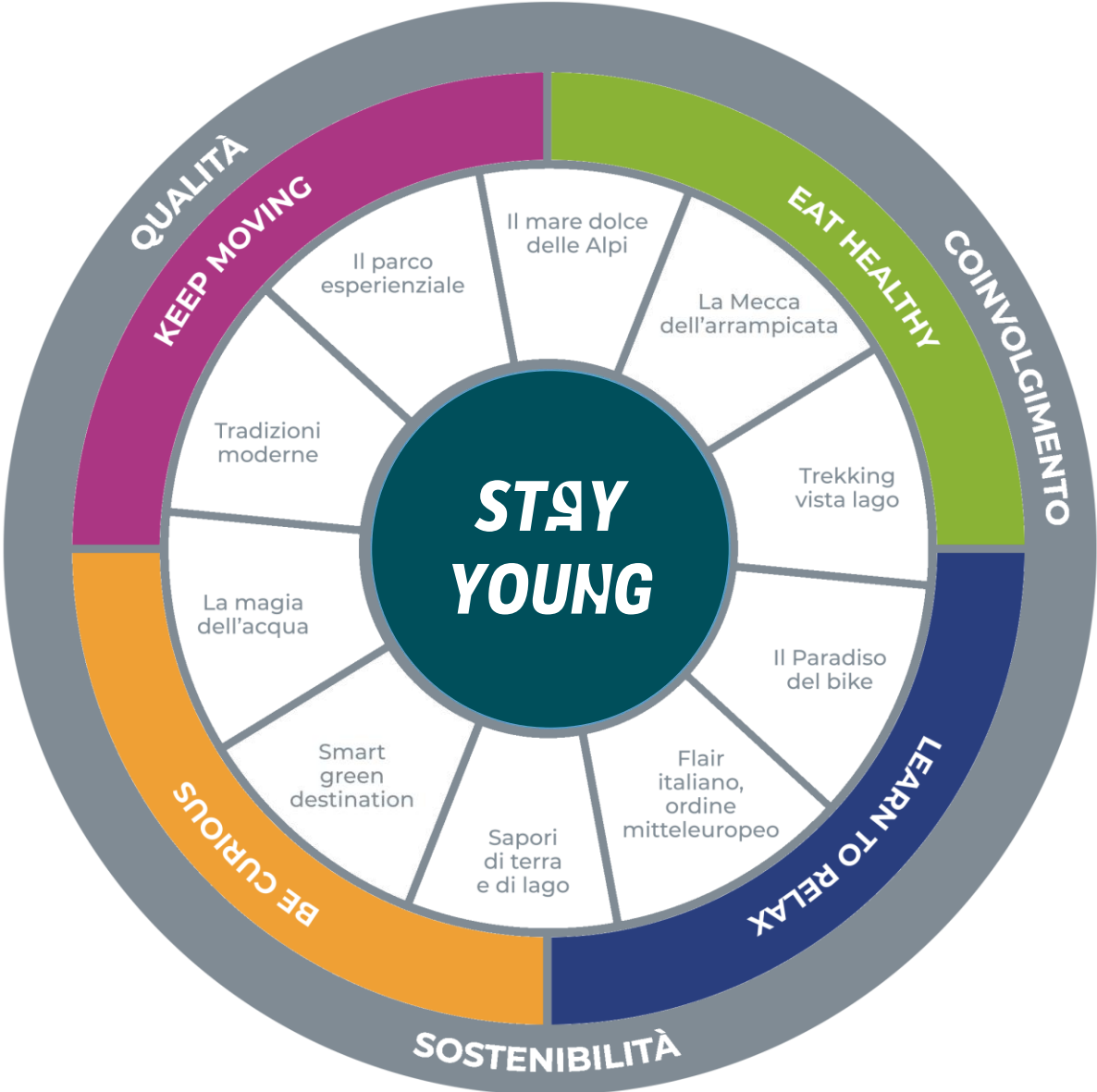
27 marzo 2026

# AQUAVITA DAY



AQUAVITA  
HOSPITALITY CLUB







**COMANO:  
PIONIERE DI UN TURISMO  
IN ARMONIA CON LA  
NATURA**





# SFIDE COLLEGATE AI MODELLI DI SUCCESSO

Terme  
benessere  
& salute

- Rimodulare progetto centro termale per coerenza con mercato attuale
- Creare una proposta di vacanza per il cliente termale (essere attraenti come destinazione)
- Proposta territoriale attrattiva che porti persone alle terme (ben-essere)

Paesaggio  
unico

- Accordarsi su una visione di identità paesaggistica autentica e che abbia delle caratteristiche che la rendano unica
- Manutenzione sentieri e definizione nuovo concetto di orientamento sul territorio
- (Ri)vivere la ruralità
- Godere del paesaggio muovendosi a piedi / bike / con mobilità pubblica sia per turisti che per ospiti
- Creazione punti di sosta e panoramici sui percorsi trekking e bike

Cultura  
viva

- Diffondere comportamenti virtuosi (imprenditori sul territorio)
- Comunicazione accattivante: il patrimonio culturale visto in maniera cool
- Conoscere e mantenere i flussi turistici in una dimensione sostenibile
- Coinvolgere i residenti nella promozione del territorio (Greeters / ruolo del paesaggio umano)
- Concretizzare ruolo Biosfera Unesco per essere credibili per turismo dolce

Comunità  
accogliente

- Far capire che il turismo può diventare una ricchezza per il territorio
- Ingaggiare la comunità
- Superare i confini degli „orti“ e vederci come un territorio unitario
- Educare all'accoglienza „internazionale“

Esperienze  
slow di  
qualità

- Attrarre imprenditoria da fuori; far nascere imprenditoria locale
- Essere un territorio unito e coeso e venire percepiti come „una destinazione“
- Far incontrare domanda e offerta di prodotti di nicchia
- Avvicinare l'ospite al patrimonio culturale (fisico e immateriale) del territorio



# **MASTERPLAN E STRUTTURA DI GOVERNANCE**

*21 macro-obiettivi per  
27 diverse misure*

*Consiglio del Turismo di Comano*



# TERME: BENESSERE E SALUTE

PROGETTUALITÀ	RISULTATI ATTESI	STAKEHOLDER	% REALIZZAZIONE
1. Completare progettazione centro termale e avvio lavori	1. Progettazione definitiva che tenga conto delle mutate condizioni di mercato 2. Road map lavori	Azienda Termale Comuni	
2. Club eccellenze (rete territorio – terme)	1. Design futura guest experience 2. Definizione offerta termale attrattiva (cura + salute + ben essere) 3. Definizione pacchetto di offerta «extra terme» per clienti termali del futuro 4. Rete di soggetti locali «eccellenti» che trainano l'offerta turistica di qualità 5. Protocollo condiviso	Azienda Termale Ricettivo e ristoratori Cooperative di produttori Altri produttori APT	



## TERME: BENESSERE E SALUTE 2 azioni



- da iniziare
- in corso
- completate

PERCENTUALE  
COMPLETAMENTO  
**62,5%**





# AQUAVITA CLUB

È uno spazio di collaborazione tra operatori che condividono una visione comune dell'ospitalità basata su **benessere, qualità dell'accoglienza e valorizzazione del territorio.**



# AQUAVITA È NATO PERCHÉ:

1. Comano **non registrava crescita** di presenze e arrivi e serviva invertire questa tendenza, tanto da definire la situazione preoccupante.
2. Era necessario creare una **piattaforma di dialogo** costante tra operatori, Azienda Termale e APT.
3. Comano **doveva** (e tuttora deve) **continuare a valorizzare il sistema termale** come motore di sviluppo integrato con il territorio.
4. Era essenziale **definire un'offerta territoriale distintiva**, che unisca cura, salute, benessere (Terme) con il contesto locale (territorio).
5. Era fondamentale **migliorare la qualità e la competitività** della commercializzazione delle strutture ricettive, anche in vista delle nuove Terme.





## **COSA CI SIAMO DETTI NEL 2022...**

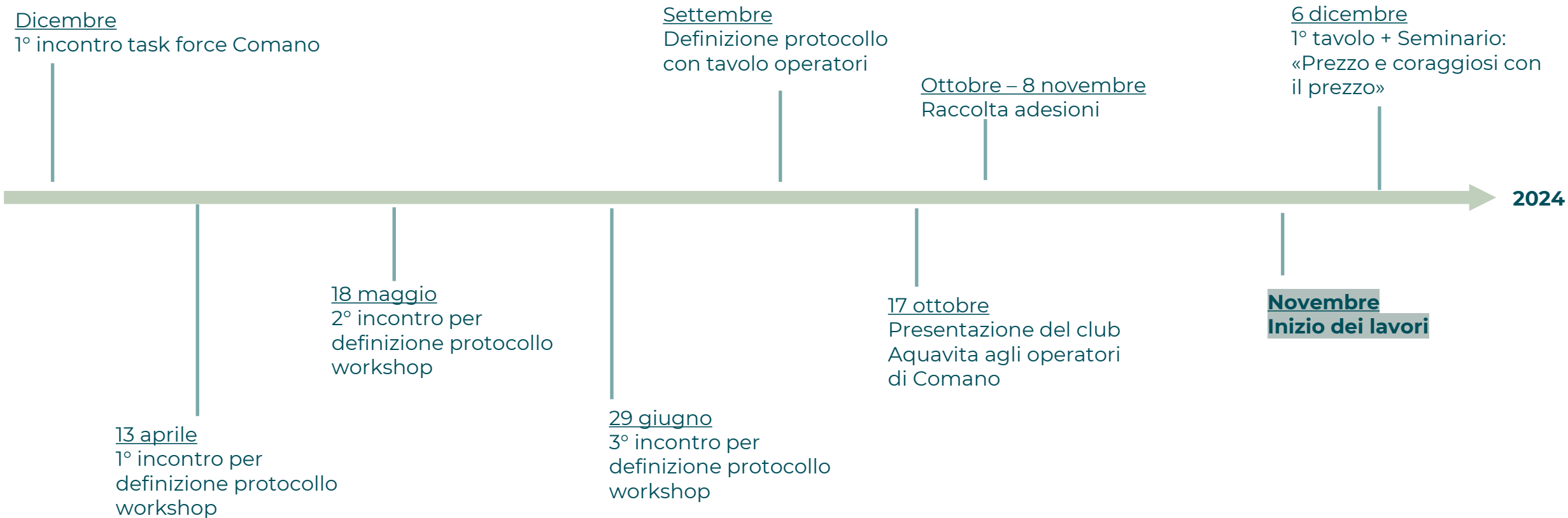
### **Cosa volete mettere subito sul tavolo?**

- Dobbiamo aumentare la redditività
- Servono idee concrete e voglia di fare
- È stato toccato il fondo
- Ci si aspetta più unione leale tra tutti per gestire il cambiamento in modo autentico
- Tutte le potenzialità devono essere utilizzate
- Poche chiacchiere (da tanti anni di parla di migliorare)
- La situazione locale è depressa e manca una rete di fiducia

# ***COSA ABBIAMO FATTO IN QUESTI 3 ANNI?***

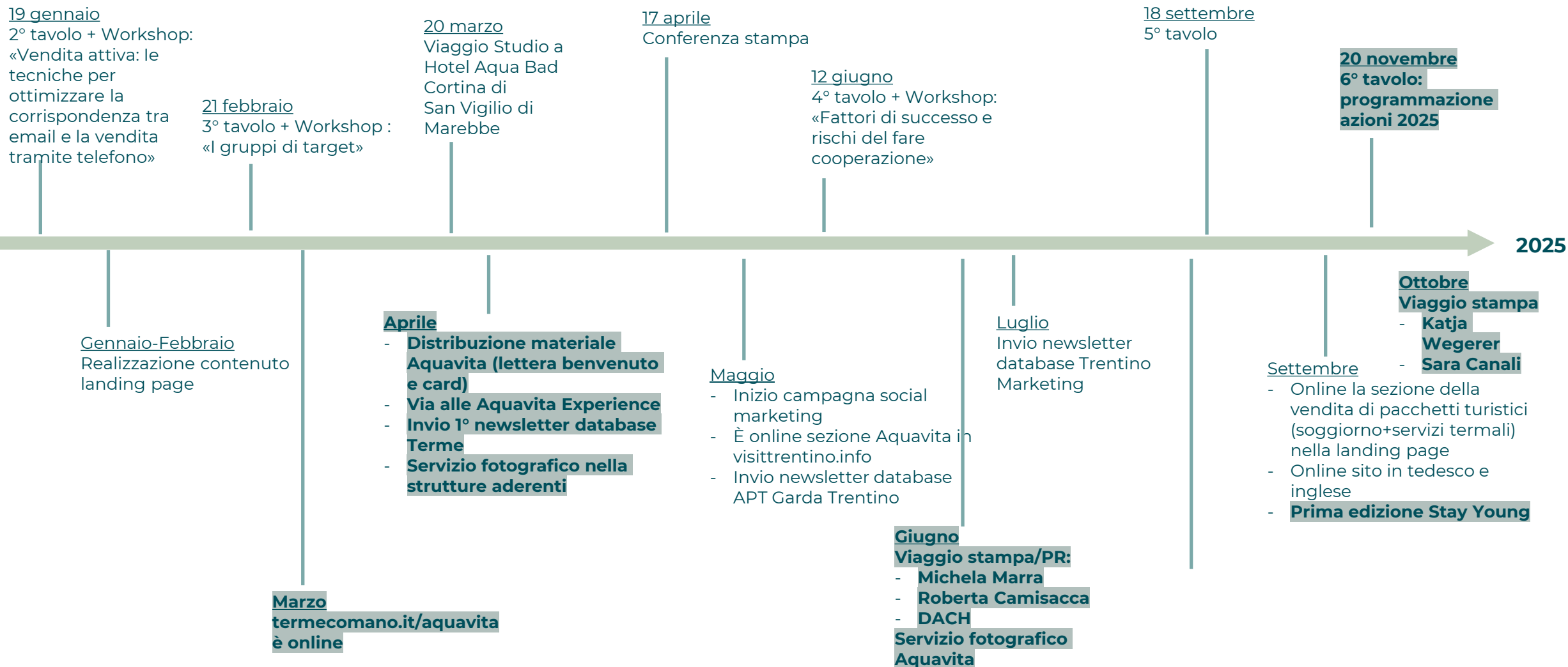


# ROAD MAP 2022-2023



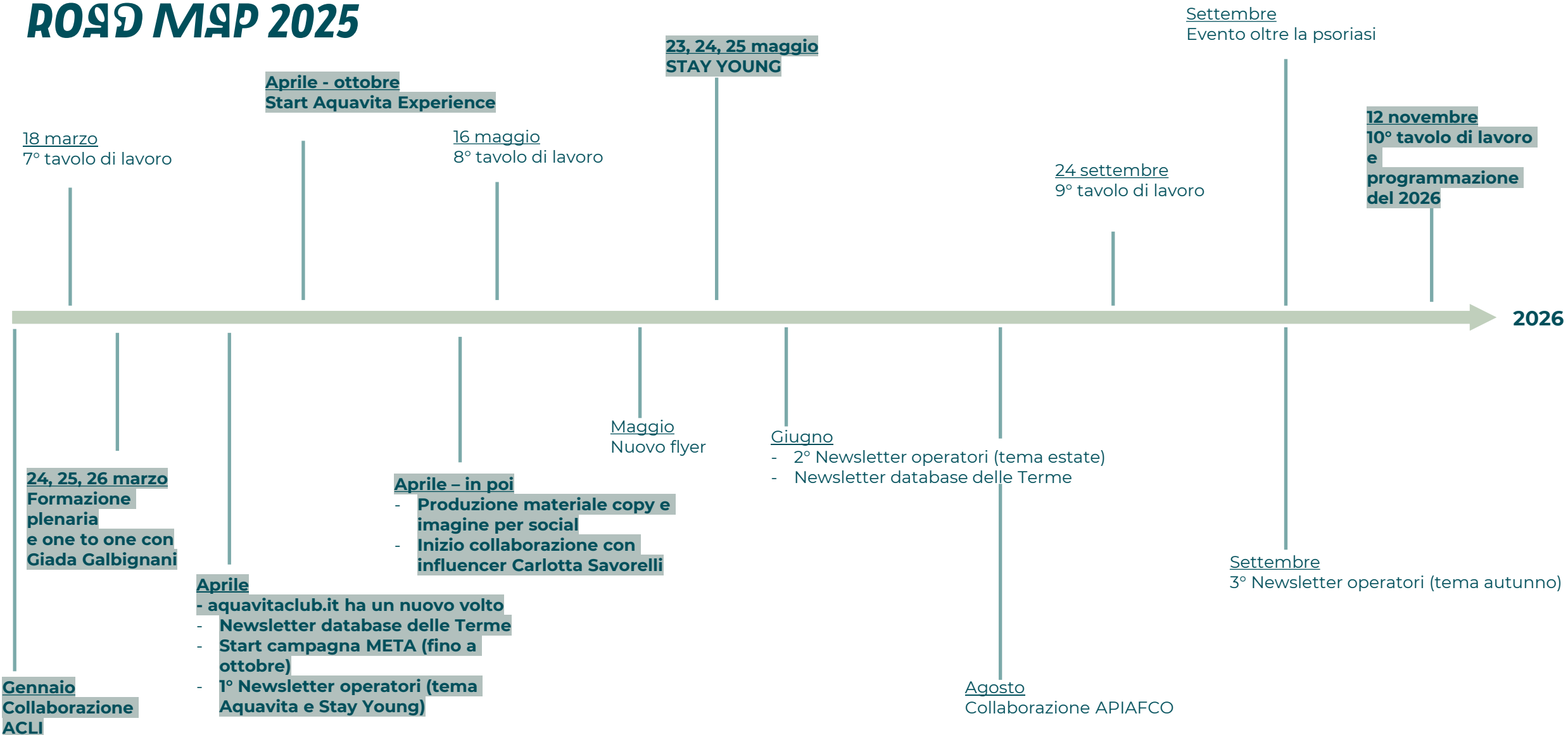


# ROAD MAP 2024



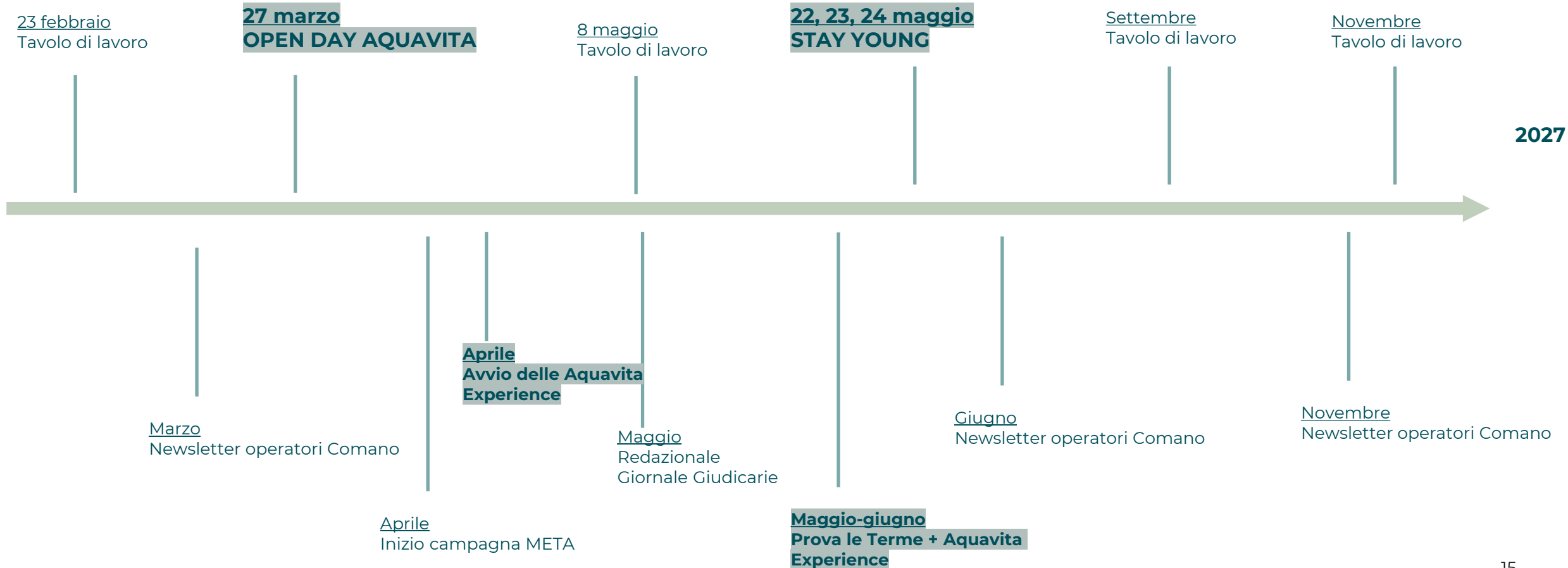


# ROAD MAP 2025





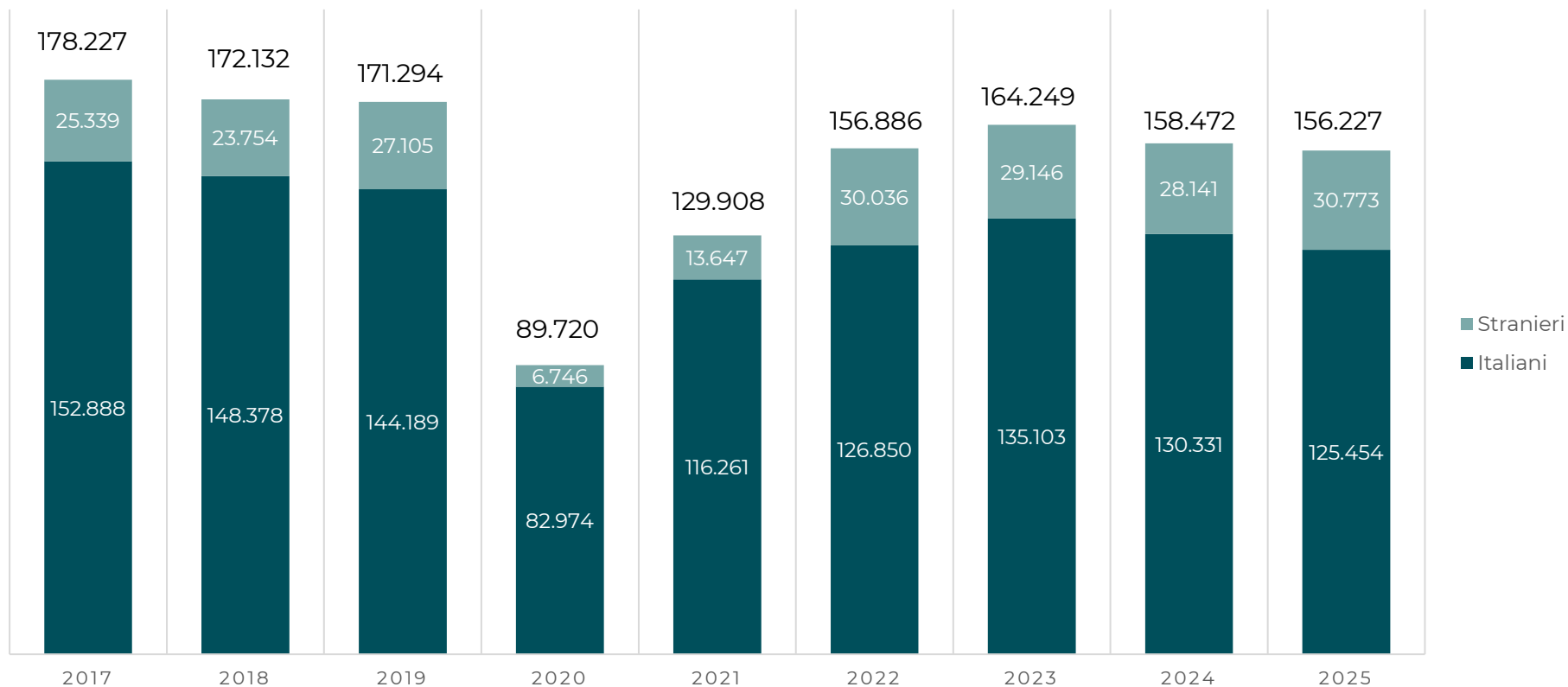
# ROAD MAP 2026



***ANALIZZIAMO I DATI...***



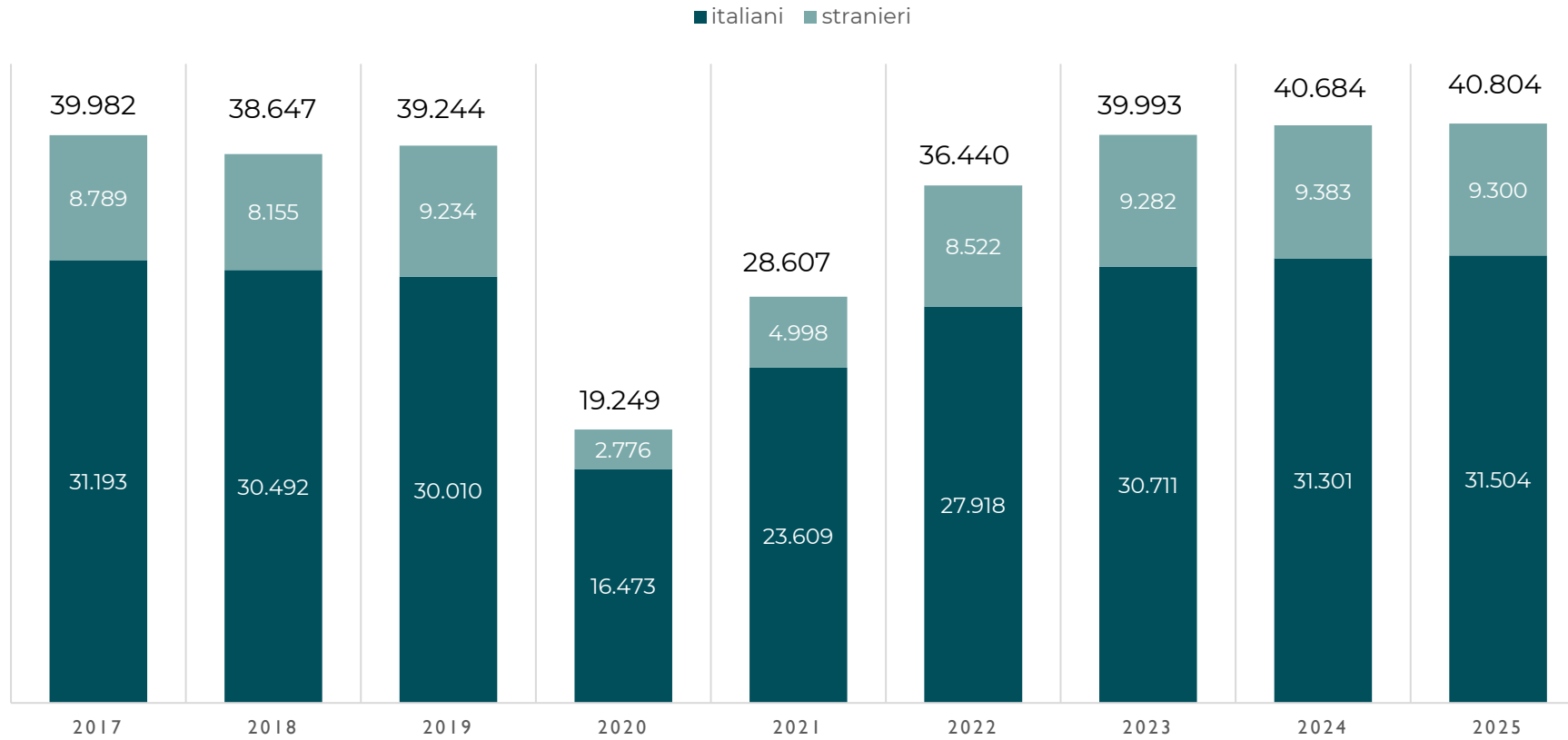
## PRESENZE GENNAIO-DICEMBRE / COMANO / 2017-2025



2025 VS 2024: -1,4% presenze



# EVOLUZIONE ARRIVI COMANO – 2017 VS 2025



2025 VS 2024: +0,3% arrivi

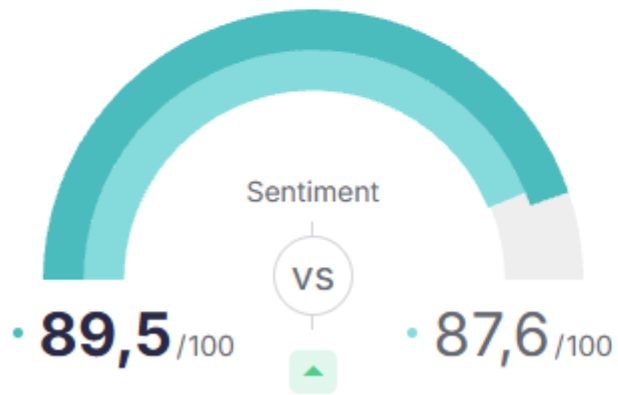


# SENTIMENT COMANO 2025 VS 2024

## Sentiment



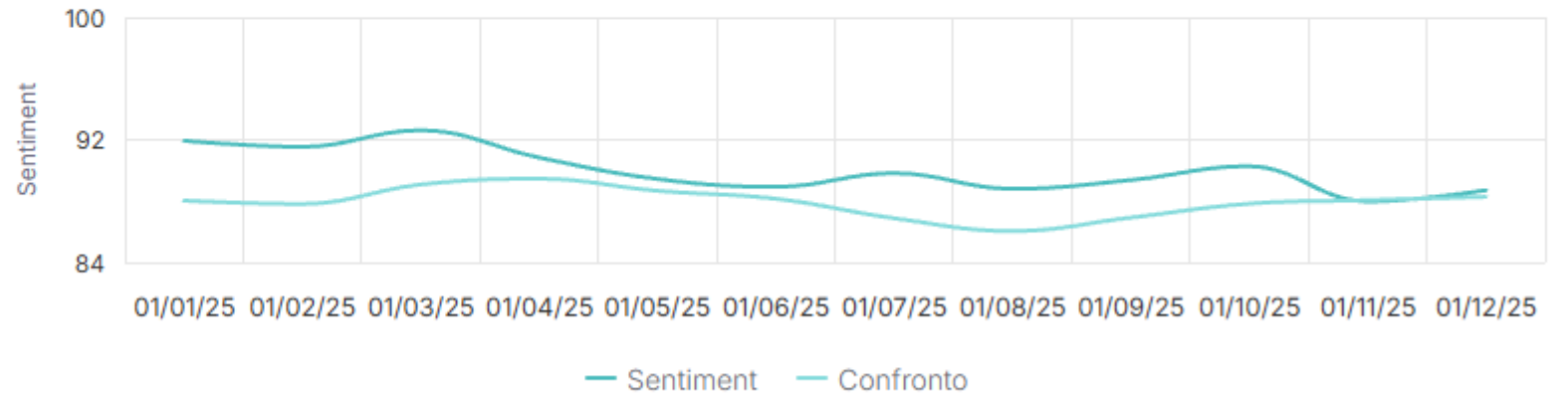
Questo punteggio misura il livello di soddisfazione degli utenti a partire dalle tracce digitali.



## Andamento



Mensile



# ***I RISULTATI DI AQUAVITA***



## STRUTTURE ADERENTI AL CLUB

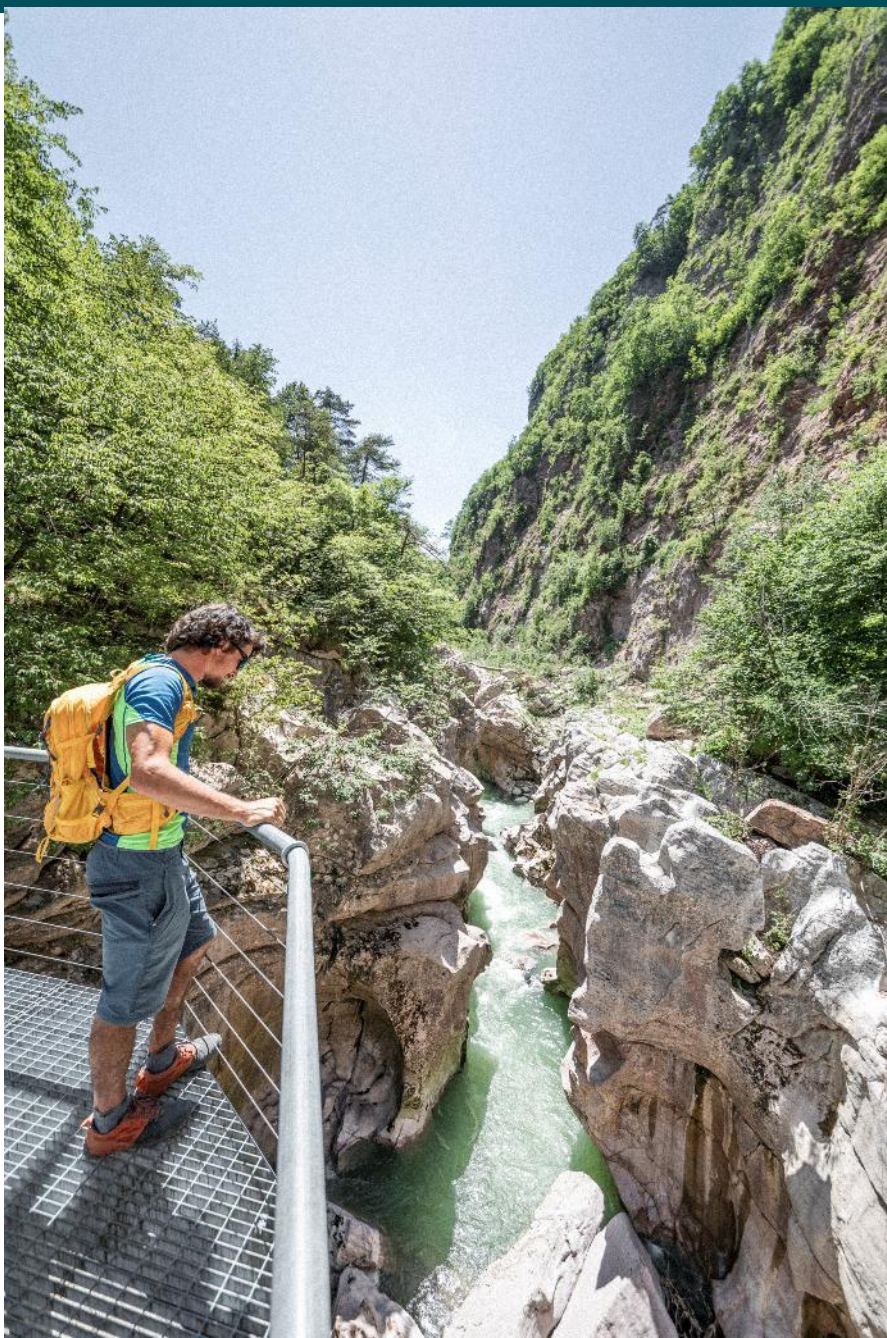
Alberghiere	Extralberghiere	Alloggi turistici
GRAND HOTEL TERME	MASO TORBIERA	CASA CAMPETTA
ALCHIMIA WELLRESORT	RESIDENZA CASALE	CASA DI ANGELA
VITAL HOTEL FLORA	COMANO VACANZE APPARTAMENTI	A CASA DI SANTINA
HOTEL POSTA	RESIDENZA ARTINI	CASA VACANZA CILLÀ
ALBERGO PANORAMICA	LE MUSE	ALIMONTA GIOVANNI
		APPARTAMENTO MARIGIO
		COROMIGA LE STELLE

Con ca. 750 posti letto, AQUAVITA rappresenta una parte rilevante dell'offerta ricettiva della di Comano Terme



## **LE POSSIBILITÀ DELLA COOPERAZIONE:**

- Maggiore effetto sinergia
- Nella commercializzazione
- Nel know how (apprendimento reciproco – informazioni sicure)
- Negli acquisti
- Nell'area collaboratori e employee branding
- Nello sviluppo
- Nel mutuo sostegno
- Nel lobbying congiunto



## RISULTATI RAGGIUNTI

**Quel sarebbe un buon risultato per voi alla fine del progetto?** (dal lavoro di gruppo del 2022)

- ✓ Attivare progetti concreti che coinvolgano tutti e subito
- ✓ Aumentare la permanenza media (soprattutto straniera), i pernottamenti e il fatturato
- ✓ Migliorare la comunicazione e la fiducia (tra tutti, veloce e di qualità)
- ✓ Mettere in scena le potenzialità del territorio
- ✓ Creare rete sinergica tra terme-operatori-territorio con regole chiare
- ✓ Imparare a lavorare per obiettivi



## **STRUTTURE AQUAVITA**

**Maggio – Settembre 2025 VS 2024**

**Fatturato: +12%**

**Presenze: +7%**

**Permanenza media: +0,5 giorni**





## **STRUTTURE AQUAVITA**

**Maggio – Settembre 2025 VS 2024**

**Fatturato: +12%**

**Presenze: +7%**

**Permanenza media: +0,5 giorni**

### **BEST PRACTICE**

#### **Strutture alberghiere**

- + 10% ricavi totali
- + 10% pernottamenti
- + 8% ricavo medio/ pernottamento

#### **Strutture extralberghiere**

- + 24% ricavi totali
- + 30% pernottamenti
- + 13% ricavo medio/pernottamento

#### **Alloggi ad uso turistico**

- + 21% ricavi totali
- + 27% pernottamenti
- +13% ricavo medio/pernottamento

# ***I BUONI MOTIVI PER FAR PARTE DELLA SQUADRA***



# PIÙ VALORE ALL'OPERATORE



## RETE

- Collaborazione solidale
- Condivisione di buone pratiche
- Confronto costante
- Dialogo tra territorio e Terme
- Impegno comune per miglioramento



## VISIBILITÀ

- [aquavitaclub.it](http://aquavitaclub.it)
- Campagne digitali
- Newsletter e social
- Materiali promozionali
- Immagine coordinata della destinazione
- Attività PR



## STRUMENTI

- Kit testi per sito
- Kit grafici
- Lettura dei dati
- Tavolo di lavoro



## FORMAZIONE

- Cultura dell'accoglienza
- Condivisione di casi di successo
- Aggiornamenti dal mondo
- Supporto operativo



# PIÙ VALORE PER L'OSPITE



## *BENEFIT*

- -50% su Aquavita Experience
- Vantaggi esclusivi alle Terme
- Pacchetti benessere dedicati
- Sconti sul tempo libero



## *SCOPERTA DEL TERRITORIO*

- Aquavita Experience
- Stay Young ticket € 29



## *QUALITÀ*

- Cultura dell'ospitalità
- Standard condivisi
- Attenzione all'esperienza



## *PIÙ VACANZA*

- Integrazione tra Terme e territorio
- Più opportunità di servizi




***UN IMPEGNO  
TRA NOI OPERATORI  
E VERSO I NOSTRI OSPITI***







 HOTEL&CO

 ESPERIENZE

 COMANO

 13.03. - 16.03.

 2 PERSONE



# AQUAVITA

**STAR BENE NELLA NATURA**

## AQUAVITA

- Club di prodotto
- Benefit riservati
- Tessera riconoscimento

***COME ADERIRE***



## ***INQUADRA IL QR CODE***

In pochi clic potrai inviare la tua candidatura.

Sarà nostra cura ricontattarti per fornirti tutte le informazioni necessarie per iniziare questo percorso insieme.



# CONTACT



## **SILVIA RICCA**

Referente progetto Aquavita

[silvia.ricca@gardatrentino.it](mailto:silvia.ricca@gardatrentino.it)

T +39 0465 894661

M +39 349 5765697



## **David Raccanello**

Kohl>Partner Tourism  
Consulting

(Partner per le strategie)



**GRAZIE**