

TURISMO MUSICALE: ANALISI SWOT PARTECIPATIVA

Punti di forza

1. Ricchezza e **capillarità delle iniziative**.
2. Tradizione enorme (fino alla fine del Barocco e dal tardo Ottocento fino ai giorni nostri) con **elementi di eccellenza (Cristofori, Tartini, Boito)**: conoscenza e consapevolezza di quello che abbiamo.
3. Livello medio (**qualità e originalità**) **alto**.
4. Il **tessuto musicale** si sta integrando nel tessuto cittadino.
5. Ricchezza e **capillarità delle sedi**.
6. Destagionalizzazione (**calendario che copre tutti i mesi**).



Punti di debolezza

1. Assenza di una **cabina di regia** da parte del Comune/Regione che consenta di coordinarsi sulle date o di far collimare le programmazioni per creare un prodotto condiviso.
2. Tanti piccoli progetti che **non si mettono in rete**, sono frammentanti, e non fanno benchmark con l'esistente.
3. Programmazione con **tempi molto diversi** fra turismo e cultura.
4. Il livello medio è buona, manca una punta di eccellenza di **richiamo di artisti**.
5. Manca un **auditorium serio** (la sala del Pollini ha limiti tecnici, di capienza e di illuminazione: solo per musica da camera).
6. C'è l'evento, ma **manca il prodotto turistico** (sinergia tra filiera musicale e turistica).



Opportunità

1. Possibilità di intersezioni: **collegamenti fra elementi storici, culturali, letterari, enogastronomici**; aspetto decadentista di Venezia; ricerca universitaria sull'elettronica.
2. La musica si può **adattare a spazi e modalità diverse di fruizione**.
3. Padova potrebbe **riposizionarsi a livello internazionale** (mercato tedesco - attuale - e asiatico - in crescita-).
4. Il turismo non è solo anziano, non è solo intermediato (= **presenza online**)
5. Numerose **location evocative sparse sul territorio**, per tipologie di musiche e target diversi, che possono promuovere il territorio nel suo insieme.
6. Strumento per **collegare le due ODG**.
7. Presenza di **strumenti a supporto** (DMS, "Club di prodotto", etc.)
8. Le **guide** possono creare un ottimo collante tra città e prodotto.



Minacce

1. Scarsa **programmazione a livello nazionale**.
2. Sistema **trasporti** che non copre orari serali e fuori comune + parcheggi.
3. Locali **aperti** dopo le 10.30 con cucine aperte.
4. Non tutte le **sedi** vanno bene per tutti i generi musicali o tipi di musica (e spesso dipende anche dal proprietario).
5. Difficoltà di **comunicazione fra operatori, assessorati, comuni, enti, settori economici** (a diverse scale). In particolare, le difficoltà di comunicazione tra comuni e assessorati sono anche dovute ad amministrazioni politicamente frastagliate.
6. I **turisti dell'area termale** non sono particolarmente preparati e culturalmente attivi per apprezzare, così come sono ora, un turismo di questo genere.
7. L'**imprenditoria** non sostiene le iniziative artistiche.

