

COMUNICATO n. 3460 del 08/11/2012

Presentati oggi i dati ufficiali del sistema turistico

TRENTINO, LA STAGIONE ESTIVA SI CHIUDE CON IL SEGNO "PIÙ"

L'estate 2012 va in archivio con un +3,9% di arrivi e un +1,9% di presenze, confermando la tenuta del sistema turistico trentino. Mellarini: "Risultati positivi, che rappresentano un valore aggiunto per l'economia dell'intero territorio".-

La stagione estiva 2012 ha confermato il ruolo positivo del settore turistico per l'economia trentina. Gli arrivi e le presenze negli esercizi ricettivi hanno registrato un aumento pari rispettivamente al 3,9% e all'1,9%.

I dati ufficiali sulla stagione estiva sono stati presentati questa mattina presso la sala stampa della Provincia dall'assessore provinciale al turismo Tiziano Mellarini: "Dopo le preoccupazioni di questa primavera – ha detto – ci troviamo a commentare i dati definitivi riferiti all'estate 2012, che ci raccontano di una buona performance. Stanti le premesse e i timori, va accolta certamente con accenti positivi, senza trionfalismi, e deve essere fonte di orgoglio per tutti gli attori del turismo trentini, pubblici e privati, ai quali va il mio ringraziamento per questo risultato". L'estate 2012 – si apprende dai dati declinati da Giovanna Fambri, dirigente del Servizio statistica della Provincia – ha avuto un avvio stentato, poi controbilanciato dall'ottimo andamento nel mese di agosto (+8,2% negli arrivi e +5,2% nelle presenze) e nel mese di settembre. Agosto incide per oltre il 40%. Per quanto riguarda le scelte, il 67% degli ospiti estivi sceglie l'albergo per la propria vacanza. In questo comparto gli arrivi sono aumentati, su base annua, del 3,4% e le presenze dell'1,1%. Ottimi andamenti hanno rilevato le strutture a tre e quattro stelle, nelle quali si registrano incrementi delle presenze rispetto all'estate 2011 del 6,3%, a fronte di -5,6% degli alberghi a 1 e 2 stelle. In particolare gli italiani in queste strutture hanno aumentato la loro presenza dell'8%. Come avviene ormai da alcune stagioni, il complesso delle strutture complementari sta facendo registrare un ottimo riscontro tra gli ospiti del Trentino. Anche nel 2012, infatti, gli arrivi si sono incrementati del 5,2% rispetto la stagione 2011 e le presenze del 3,8%. Dal 2007 ad oggi l'incidenza sulle presenze complessive estive di queste strutture è aumentata di circa 2 punti percentuali e mezzo. Le strutture extra-alberghiere con maggior attrattività per il turista sono gli agritur, come ha sottolineato anche l'assessore Mellarini. "Si tratta di una tipologia di vacanza che salda turismo e agricoltura, valorizza gli aspetti rurali ed ambientali del nostro territorio e che ha fatto segnare un incremento del 13%". Il turismo estivo è ancora prevalentemente italiano: i cittadini del Belpaese rappresentano il 64,5% delle presenze della stagione 2012. Gli ospiti sono arrivati in maggioranza dalla Lombardia (17%), dal Veneto (12%) e dall'Emilia-Romagna (10%). Queste tre regioni incidono per circa il 40% sul totale delle presenze estive e per oltre il 60% di quelle italiane. Il tutto per una spesa totale che si stima valga a cifra importante di 1 miliardo e 637 milioni di euro, senza contare l'indotto. Numeri significativi, specie se inseriti nel contesto di un'estate 2012 per l'Italia molto delicata dal punto di vista economico, come testimoniano indagini di mercato di Federalberghi, che fotografano una situazione di calo generalizzato nelle strutture ricettive di gran parte delle regioni italiane. Ciò rende dunque ancora più significativi i dati trentini. "Questo – ha detto Mellarini – non deve farci dare per scontati o acquisiti questi risultati, ma deve anzi spronarci a lavorare sempre di più dal punto di vista della promozione, sondando e andando a lavorare su quei mercati che ancora mostrano margini di crescita, come è stato evidenziato nel corso della recente Conferenza provinciale sul turismo". Ecco allora, presentate dal direttore generale Paolo Manfrini, le principali iniziative messe in campo da Trentino Marketing per la promozione della stagione invernale 2012/13, che propongono un'offerta più che mai completa. A partire dalla valorizzazione della grande ricchezza ambientale del Trentino, da brand vincenti come le Dolomiti, all'offerta sportiva sulla neve, quest'anno impreziosita da eventi come il ritorno della 3Tre o i Mondiali della Val di Fiemme,

andando ad intercettare anche pubblici diversi attraverso strumenti come il cinema, la radio, il web (con un nuovo spot per la rete, che vede protagonisti i giocatori dell'Inter), un innovativo "gift box" firmato Trentino e ideato da due giovani imprenditori locali. Una stagione invernale presentata in questi giorni sulle principali piazze di Polonia, Germania, Repubblica Ceca, i mercati esteri di riferimento, e che aspetta solo la prima neve per partire. (r.b.) -

()