Ufficio Stampa della Provincia autonoma di Trento
Piazza Dante 15, 38122 Trento
Tel. 0461 494614 - Fax 0461 494615
uff.stampa@provincia.tn.it

COMUNICATO n. 991 del 10/05/2019

Il Trentino 365 giorni l'anno, una formula che funziona

Dopo l'anno record il turismo trentino rilancia

Suggestioni e proposte per vivere il Trentino a primavera sono da settimane al centro di una intensa attività di comunicazione che prosegue con nuove e ulteriori declinazioni per promuovere l'estate ideate con le Apt di ambito e i Consorzi turistici a partire dai trend del mercato. Le due campagne presentate oggi a Trentino Marketing

Sono i numeri a dire che, promuovere il Trentino 365 giorni l'anno e quindi in tutte e quattro le stagioni, si rivela una scelta vincente per il sistema del turismo.
Una piccola, grande rivoluzione che nel 2018 ha consegnato agli operatori e agli stakeholder del turismo la migliore performance di sempre in termini di presenze e arrivi sulla totalità delle strutture, alberghiere ed extralberghiere, grazie anche ai risultati positivi di primavera e autunno, confermando il trend di crescita registrato negli ultimi anni.
La promozione si articola su campagne di comunicazione internazionali, multicanali e con una forte integrazione fra strumenti, online e offline, per promuovere le tante esperienze possibili in ciascuna stagione proposte anche dai diversi ambiti turistici.

I contenuti e le attività di promozione e comunicazione della primavera e dell'estate sono state presentate oggi dal Ceo di Trentino Marketing Maurizio Rossini e dall'Assessore provinciale al turismo in un incontro che si è svolto nella sede di Trentino Marketing e al quale sono intervenuti numerosi direttori e presidenti delle Apt territoriali insieme ai rappresentanti di Asat e Unat e di altre categorie del settore turismo. Prima di entrare nel merito delle nuove campagne Maurizio Rossini ha fornito alcuni dati sulla stagione invernale appena conclusa.

"A fronte di un leggero calo nelle presenze della componente italiana mentre crescono gli ospiti internazionali, ha detto Rossini, la stagione ci restituisce dei numeri importanti e con incrementi significativi in termini di fatturato per il mondo neve".
Passando alle nuove campagne Rossini ha evidenziato in particolare come "grazie e una varietà di strumenti e di messaggi si punta a suscitare la curiosità di un pubblico giovane e internazionale con un programma molto ricco di attività e di proposte. Nelle ultime stagioni la primavera ha registrato un interesse sempre maggiore in termini di presenze, grazie anche ad un presidio sempre più forte del web e dei social per veicolare le suggestioni del nostro territorio, ma rimangono margini ampi di miglioramento".

Luciano Rizzi presidente dell'Apt Val di Sole e della Conferenza dei presidenti delle Apt ha riaffermato "la necessità da parte delle Apt di un attento presidio del prodotto turistico". Gianni Battaiola presidente di Asat ha invece ricordato come "il rapporto qualità prezzo in Trentino rimane sbilanciato verso il turista piuttosto che l'imprenditore. Ma proprio la ricchezza di una proposta come quella presentata oggi è il fattore che può permettere di invertire questa condizione. Chi viene in Trentino perché qui trova la sua motivazione non si pone il problema del prezzo."
"Ho apprezzato il lavoro presentato, davvero ampio e completo" ha invece aggiunto Enzo Bassetti vice presidente di Unat, sottolineando come "per gli operatori l'obiettivo di aumentare il fatturato prevale sui numeri delle presenze".

"Quello dell'aumento dei prezzi, ha detto l'Assessore provinciale al turismo, è una delle sfide che attendono le Apt nei prossimi anni, convincendo gli operatori del valore di ciò che possono offrire anche in termini di strutture e servizi". Dentro questa offerta un ruolo importante è svolto proprio dai grandi eventi: "Sono un

volano eccezionale per i territori - ha ricordato l'assessore - e che i nostri competitor più vicini oggi ci invidiano".
Altri temi toccati nell'intervento la necessità di una promozione unitaria e condivisa, l'avvio del nuovo Board Commerciale che riunisce le categorie del sistema turismo e l'impegno di Trentino Marketing ad esplorare in tempi brevi nuovi mercati a livello europeo ed extraeuropeo per target con un'elevata capacità di spesa. "In questa direzione - ha concluso l'Assessore al turismo - ci stiamo muovendo anche sull'Aeroporto di Verona con l'obiettivo di portare nuove rotte sia in ambito europeo che extraeuropeo".

LE DUE CAMPAGNE IN SINTESI

Le azioni in corso e in programma sono rivolte ai mercati di Italia, Germania, Austria, Svizzera, per la campagna della primavera, mentre la campagna sull'estate è prevista per un panel più ampio di mercati che include Olanda, Belgio, Inghilterra, Rep. Ceca, Polonia Francia, Spagna e fuori dall'Europa Stati Uniti, Russia, Cina, Corea del Sud.

La campagna ADV, sempre più paesaggi e natura in un linguaggio contemporaneo e ricercato, per parlare a milioni di "millennials" delle principali città europee ed internazionali
Per la **primavera** la campagna ADV ha previsto **31 uscite** su importanti quotidiani e periodici del Nord Italia - Corriere della Sera, Repubblica, Io Donna, D-La Repubblica, Quotidiano nazionale - ed internazionali (Suddeutsche Zeitung, Wired, Rondo, Forbes) per complessive 19 testate coinvolte e 12 milioni di contatti previsti.
La campagna Tv per l'estero ha puntato sui mercati più vicini e articolata su 227 spot da 20" sulla tv svizzera tedesca per complessivi 3 milioni di contatti previsti.

Per lanciare **l'estate**, invece, sono state previste **39 uscite** tra Italia ed estero con 17 testate coinvolte e 15,5 milioni di contatti previsti.
La campagna Tv ha invece previsto 4827 spot di durata variabile tra 10" e 30" e 100 "cartoline" da 30" sulle emittenti del Gruppo Mediaset, Sky, Eurosport, Super Tennis, il gruppo di tv della Repubblica Ceca e della Polonia -Tv Nova, Tv Enne, Polsat e Prima Tv - per complessivi 180 milioni di contatti stimati. Sull'Italia anche una campagna di 442 spot radiofonici che saranno trasmessi su Radio RAI, Radio Capital, Radio DJ e Radio Monte Carlo.Inoltre maxi affissioni vestiranno di Trentino il cuore di Milano in Piazzale Gae Aulenti e di Roma in zona Pantheon.
È stato inoltre realizzato il nuovo **magazine** con tiratura di circa **1 milione copie** allegate a 12 prestigiose testate internazionali tra quotidiani e periodici di Germania, Inghilterra, Olanda, Polonia, Repubblica Ceca per un totale di oltre 5 milioni di contatti previsti.

Sempre più digital la campagna del Trentino
Il Piano strategico dei contenuti (Psc) elaborato insieme ai territori ha individuato le nuove suggestioni da declinare attraverso la piattaforma visittrentino e i social ad essa collegati (Faceboook, Instagram, Youtube) nelle due stagioni e sui mercati di riferimento.
Per la primavera sono il benessere, i sapori, i luoghi segreti da scoprire, i percorsi culturali a Trento e Rovereto, le fioriture, la voglia di avventura, le opportunità legate ai ponti di primavera.
Passando all'estate i temi individuati sono la vacanza sui laghi, le famiglie, i trekking e le passeggiate in montagna, la proposta mountain bike, natura e benessere, la vacanza in montagna, i Suoni delle Dolomiti, i rifugi. Adam Ondra il grande arrampicatore della Repubblica Ceca che avvicina alla montagna giovani da tutta Europa, sarà testimonial di una specifica campagna di comunicazione.
Oltre 320 milioni i contatti stimati in termini di impression che saranno prodotti dall'insieme di queste attività veicolate attraverso la piattaforma digitale e i social.

***La novità - l'evento* #Traverse19**
Una importante novità sul fronte della promozione e della comunicazione sarà, dal 4 al 19 giugno, l'evento **#Traverse19: la conferenza della contemporaneità.**
In collaborazione con una delle maggiori agenzie internazionali specializzate nell'influencer marketing, settore del marketing digitale che coinvolge le persone per parlare alle persone con l'intento di fare formazione e creare rete e informazione, il Trentino ospiterà la conferenza annuale che costituisce uno degli appuntamenti più attesi in Europa dagli influencer digitali e la più importante per il settore travel. Per questo evento sono attesi 400 partecipanti tra blogger, Instragrammers e Youtubers internazionali. Al termine della

Conferenza, dal 10 al 14 giugno, su tutto il territorio Trentino i partecipanti potranno seguire veri e propri tour alla scoperta degli angoli e delle esperienze più imperdibili che la nostra provincia può offrire. Oltre 30 mila i contatti che saranno prodotti dai content

Le attività Media&PR
L'ufficio Media&Pr ha pianificato una serie di attività per la stampa in Italia e all'estero (Germania, Polonia, Repubblica Ceca, Inghilterra e Olanda), a partire da una serie di incontri nelle principali piazze mediatiche. Numerosi i viaggi stampa, individuali e di gruppo, incentrati sui principali temi della vacanza programmati in primavera e in estate. Tra maggio e settembre coinvolgeranno numerosi giornalisti di Italia, Germania, Austria, Svizzera, Francia, Olanda, Regno Unito, Repubblica Ceca, Polonia e Russia.
Dopo la puntata in primavera di Linea Verde Rai e le due di Melaverde Mediaset dedicate al Trentino, il territorio è stato e sarà protagonista di alcune trasmissioni televisive sulle reti RAI, Mediaset, Sky, Tv 2000, e alcune emittenti tv di Germania, Austria, Repubblica Ceca, Gran Bretagna e Olanda.
Servizi dedicati al Trentino sono in uscita sulle principali testate nazionali come ad esempio Style, Repubblica, Corriere della Sera, La Stampa, il Sole24Ore, Messaggero, Io Donna, e inoltre Radio Rai, RMC, Radio Popolare, Radio Padova, Radio24.

I grandi eventi, l'estate delle grandi nazionali in Trentino
Al centro delle azioni di marketing e comunicazione naturalmente **i grandi eventi come forte elemento di distintività** del Trentino nell'arco alpino: sport, cultura ed enogastronomia che arricchiscono la proposta su tutto il territorio. In particolare i ritiri delle Nazionali di Basket, Volley maschile e femminile, Skiroll e la grande novità del Rugby. Il Trentino si tinge di azzurro!

Sales support
Nel programma delle iniziative di trade previste figurano il workshop Good Buy Trentino, le collaborazioni con i maggiori TO internazionali come TUI Germania, TUI Gran Bretagna, Neckermann, partnership e iniziative comuni con aziende del settore outdoor - DAV Summit, Salewa - oltre alla presenza alle maggiori Fiere e Borse del turismo internazionali. come Vakantiebeurs, ITB, CMT, Reisen, Atta.

(m. b.)

Il promo di Adam Ondra e Manolo è scaricabile all'indirizzo

https://visittrentino.broadcaster.it/

()