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. 3309 del 20/12/2019

Nei mercati internazionali il Trentino sarà raccontato dagli “influencer”

Rinforzo alla promozione delle settimane bianche

Presentando lo scorso ottobre la robusta campagna di promozione di Trentino Marketing dedicata all’inverno, l’assessore provinciale al turismo Roberto Failoni non aveva escluso la possibilità di ulteriori interventi a fronte di segnalazioni da parte di Apt e degli stessi operatori di eventuali criticità nelle prenotazioni.
Ora le rassicuranti nevicate di novembre e inizio dicembre stanno spingendo verso il tutto esaurito per il periodo fino a Capodanno e all’Epifania, ma alcune segnalazioni sono pervenute e si riferiscono alle settimane successive di gennaio. Non è una novità che il periodo post festività evidenzi un minore interesse, nonostante offra le condizioni migliori sul piano della qualità della neve per gli amanti dello sci. Pertanto Trentino Marketing ha pianificato ulteriori azioni offline/online per promuovere la stagione bianca sul mercato italiano e internazionale.

Il rinforzo della **campagna ADV sulla stampa** italiana ha previsto **ulteriori 22 uscite** a doppia pagina tra il 20 dicembre e l’8 gennaio sulle testate più diffuse nel Centro-Sud Italia, dove la distanza incoraggia una maggior permanenza nelle località prescelte, per un numero stimato di contatti pari a 20 milioni. Sulle **televisioni** sono stati programmati dal 16 dicembre **428 promo-spot** da 10” su Sky Sport Arena e Canale, oltre a 5 spot da 2’ dedicati ad altrettante località. Questi saranno pubblicati anche sugli account social di TV8 e Sky Sport per un numero di contatti stimati pari a 10 milioni.

Sul fronte **digital marketing**, invece, accanto alle campagne verticali già in essere e dedicate al mondo dello sci, alla famiglia e al benessere, prossimamente sarà lanciata la nuova campagna **Winter Wonderland Camp** rivolta a mercati esteri anche relativamente lontani, come USA, Giappone e Russia. L’obiettivo è incrementare la notorietà del brand Trentino per attirare nuovi turisti che, con molta probabilità, non hanno mai sentito parlare del Trentino, puntando sulle capacità narrative degli “influencer”. A gennaio, 20 influencer internazionali parteciperanno ad un camp esperienziale di 10 giorni e vivranno le Dolomiti in inverno per poi raccontare attraverso i loro canali esperienze classiche come lo sci, ma anche più adrenaliniche come il parapendio, e intervallate da esperienze enogastronomiche, culturali e di wellness. Tra loro, e sarà la prima volta, anche due influencer cinesi. L’obiettivo è dare una visione autentica ed intrigante dell’offerta invernale trentina.

(m.b.)

(mb)