

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. 311 del 07/02/2022

Turismo, la Giunta approva il programma 2022-24 della società: «Far crescere tutta la nostra offerta e affrontare i cambiamenti». Per il 2022 stanziati 33 milioni di euro oltre IVA

Ok al Piano Triennale di Trentino Marketing. Failoni: strategico per lo sviluppo del Trentino

Via libera al Piano triennale 2022-2024 di Trentino Marketing, il programma strategico che comprende le attività di promozione territoriale e marketing turistico nel triennio in corso e rappresenta un passaggio fondamentale per l'attuazione degli obiettivi di sistema individuati dalla riforma di settore del 2020. A disporlo è la delibera presentata dall'assessore all'artigianato, commercio, promozione, sport e turismo Roberto Failoni e approvata dalla Giunta provinciale. Per l'anno in corso vengono stanziati risorse per un importo complessivo di 33.000.000 euro, di cui 31.500.000 con risorse del bilancio 2022, mentre 1.500.000,00 con risparmi del Piano 2021. “Questa delibera – commenta l'assessore – costituisce un provvedimento cruciale: il Piano marketing di Trentino Marketing diventa infatti un Piano strategico di destinazione, che va a toccare non solo argomenti specifici del settore turistico, ma anche gli altri aspetti che riguardano in generale lo sviluppo del nostro territorio. Dal tema della sostenibilità alla digitalizzazione delle imprese, fino al reclutamento del personale e alla sua formazione, il turismo diventa ancor più chiave di volta trasversale delle politiche pubbliche. Il periodo storico della pandemia ha contribuito ad accelerare i processi di cambiamento, anche nel settore turistico. Ecco perché risulta fondamentale metterci alla prova, come sistema turistico trentino, e impegnarci per superare quelli che possono essere i limiti che frenano il nostro sviluppo. Proseguendo – aggiunge Failoni – nel percorso avviato con la riforma del turismo approvata nel 2020, che ha introdotto diversi elementi di novità, ad esempio riguardo all'organizzazione turistica. Il Piano 2022-24, che nasce da un'ampia operazione di ascolto con tutti gli operatori sul territorio, è lo strumento adatto per vincere questa sfida”.

Il documento tiene dunque conto di quanto introdotto con la nuova legge sulla promozione turistica provinciale 2020 (legge provinciale 8 del 2020) e relativi Indirizzi, che hanno ampliato e ridefinito in parte le competenze della Società, e che trovano piena operatività a partire dal corrente anno. In particolare l'avvio delle Agenzie territoriali d'area (ATA) per le iniziative di sviluppo del prodotto turistico interambito, l'organizzazione dei Grandi Eventi di rilevanza strategica per il territorio provinciale, a partire dalle Olimpiadi invernali 2026, il Festival dell'Economia, il Festival dello Sport e le attività di comunicazione a favore dei territori confinanti (intesa attuativa della Legge 191/2009).

Si tratta di un documento strategico che pone le basi per affrontare le criticità del sistema trentino, ma allo stesso tempo valorizzare le opportunità dello scenario presente e futuro, in un mercato che impone di stare al passo con l'evoluzione delle scelte di vacanza e le esigenze dei turisti.

“In questo scenario – afferma Failoni – i fenomeni globali e i rapidi cambiamenti in corso ci impongono scelte urgenti e importanti, per portare la destinazione ‘Trentino’ verso un sistema moderno che continui ad

essere competitivo. Pensiamo all'iperconcentrazione di turisti in alcune stagioni e in alcuni ambiti, con le conseguenze sulla mobilità che ne derivano; oppure la difficoltà nel reperire personale qualificato. Elementi che rischiano di ridurre la qualità e l'attrattività della nostra ospitalità”.

Ecco quindi i punti di forza da valorizzare: l'offerta sicura e salutare proposta dal Trentino grazie agli spazi aperti e alla natura (e opportunamente valorizzata con la campagna “Respira, sei in Trentino”), la buona reputazione del territorio e il rigoroso rispetto dei protocolli di sicurezza, la crescita di alcuni territori prima meno ricercati e ora diventati nuove mete di vacanza, la qualità della vita che in generale il Trentino offre anche a smart worker, migranti digitali oppure addirittura a nuovi residenti. “Il turismo – conclude Failoni – è un sistema connesso e trasversale, che coinvolge il mondo dell'ospitalità, dei trasporti, dell'ambiente, dell'urbanistica, dell'agricoltura e delle produzioni, del commercio, della sanità e persino dell'istruzione. Questo documento richiama alla responsabilità condivisa, agisce da stimolo per lo sviluppo complessivo del Trentino”.

“Il nuovo CdA - spiega Gianni Battaiola, Presidente di Trentino Marketing - ha voluto, nella costruzione del Piano Strategico, effettuare un confronto con tutti gli attori del sistema trentino, dalle ApT alle Associazioni di categoria, dai Comuni all'ANEF, per raccogliere le diverse sensibilità. Ne è scaturito un Piano fortemente orientato a cogliere le nuove sfide, frutto dei buoni risultati degli ultimi anni ma anche della necessità di avviare alcuni cambiamenti indispensabili per essere ancora competitivi nei prossimi, tra cui l'affrontare alcune questioni strutturali decisive quali la mobilità per raggiungere e per muoversi in Trentino, la programmazione urbanistica legata alla possibilità di offrire servizi e ospitalità in linea con le nuove esigenze, questioni connesse alle professioni del turismo ed alle nuove competenze, temi relativi ad investimenti strategici per sostenere un turismo dei 12 mesi. Tutto questo si affianca ad un robusto piano di attività orientato ad una ripartenza che ci auguriamo sia quanto mai vicina. Ringrazio, a nome di tutto il CdA e della struttura organizzativa di Trentino Marketing, la Giunta Provinciale per aver colto i tratti strategici di questo Piano e averli fatti propri”.

“Per la tenuta del settore è fondamentale - evidenzia Maurizio Rossini, Amministratore Delegato di Trentino Marketing - da un lato accompagnare le imprese in questa delicata fase di rilancio, dall'altro agire sulla marginalità e la tenuta economica complessiva. Per questo è necessario che il nostro territorio accolga la sfida di un turismo delle quattro stagioni, organizzandosi e attrezzandosi al meglio. Il Piano triennale è sicuramente coraggioso e guarda al futuro in questa direzione; per poterlo supportare pienamente, è stata dunque avviata una decisa riorganizzazione della nostra azienda e di tutto il sistema delle APT territoriali. Se sapremo giocare in squadra nei prossimi anni, potremo cogliere ancora buoni risultati e rendere il Trentino un luogo ancor più bello da vivere, tutto l'anno o per alcuni giorni”.
Nelle prossime settimane saranno organizzati una serie di incontri sul territorio per illustrare il Piano triennale.

In allegato il Piano Marketing 2022-2024 di Trentino Marketing

(mb)