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. 2522 del 12/10/2015

Il documento era già stato approvato dal "Tavolo azzurro"

TURISMO: APPROVATO IL PIANO STRATEGICO PLURIENNALE

Vendere più e meglio non tanto la vacanza quando il sistema Trentino turistico nel suo complesso, guardando all'Italia ma anche al mondo tedesco, ad Olanda, Belgio, Russia ed Est europeo, ed esplorando anche nuovi mercati come Cina e Corea del Sud: è questa la sfida contenuta nel piano strategico pluriennale di marketing turistico territoriale, varato oggi dalla Giunta provinciale. Alla fine di luglio il documento era stato approvato dal "Tavolo azzurro", il nuovo organismo di coordinamento delle strategie del sistema turistico trentino, presieduto dall'assessore provinciale competente Michele Dallapiccola.-

Il Piano riprende le linee guida della riforma del settore, in sintesi: logica di programmazione strategica integrata, centralità della costruzione del prodotto turistico, passaggio dal portale del web a uno strumento multipiattaforma, necessità di orientare il marketing verso progetti strategici su scala provinciale.
Il Piano analizza nel dettaglio anche il contesto, ovvero i punti di forza (tra gli altri: ricchezza e varietà del patrimonio territoriale, posizione geografica centrale rispetto a grandi bacini di domanda, potenzialità organizzativa, autonomia speciale e attenzione all'economia turistica) e di debolezza del turismo trentino (come: stagionalità contenute, domanda estera non sufficientemente sviluppata, frammentazione nelle politiche di marketing, debole innovazione di prodotto).
Il documento procede illustrando le opportunità di sviluppo del settore, caratterizzato dalla costante crescita del turismo internazionale, e di una domanda che fa leva sull'ambiente e la qualità della vita.
Le minacce principali sono determinate fra le altre cose dalla crisi del mercato italiano, ma anche dalla crescita della competizione globale, dal calo delle risorse da destinare alla promozione e anche dalle incognite del booking on line, che pure costituisce una grande opportunità.
Partendo da questo quadro è stato individuato un percorso strategico che deve portare ad elevare e stabilizzare il risultato economico di imprese e addetti, aumentando il tasso di occupazione del sistema turistico e la spesa media del turista sul territorio.
Questi obbiettivi, spiega il Piano, possono essere raggiunti estendendo le stagionalità, individuando nuovi modelli di servizi e nuovi target, aprendosi ancora maggiormente all'internazionalizzazione e fidelizzando il turista. Varie le azioni puntuali da sviluppare e i settori da rafforzare: dal booking on-line all'adozione della guest card, dal miglioramento dei servizi di informazione al cliente agli eventi sul territorio.
Le previsioni del Piano orienteranno le azioni di Trentino Marketing, e dei diversi attori del sistema della promozione turistica territoriale del Trentino. -

()