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. 0 del 29/07/2016

La Giunta ha approvato il piano di sviluppo della brand identity e gli elementi per il potenziamento della strategia di marketing territoriale

Il valore di essere il Trentino

Evolvere e innovare, esprimere appieno l'identità, anche visiva, di un territorio riconosciuto internazionalmente per la sua straordinaria bellezza ed elevata qualità della vita e proiettato al futuro verso uno sviluppo economico e sociale sempre più sostenibile ed equilibrato. Sono questi gli obiettivi prioritari che ispirano la nuova strategia di brand identity territoriale discussa e approvata oggi dalla Giunta Provinciale. Il territorio - espresso attraverso la notorietà del logo "Trentino" e dalla sua "Farfalla" - diverrà il valore primario da veicolare e promuovere sia nella comunicazione istituzionale della Provincia autonoma di Trento che nelle azioni di marketing a sostegno allo sviluppo delle imprese trentine.
L'attività di promozione potrà avvalersi della notorietà raggiunta dal marchio territoriale per rafforzare il proprio posizionamento di mercato. In tale contesto, il marchio "Qualità Trentino" diverrà lo strumento principale per valorizzare commercialmente le produzioni trentine e dare vita a strategie di marketing integrato che combinino agricoltura-turismo-produzione territoriale. Il "Sistema Provincia" - in tutte le sue articolazioni ed enti strumentali - sarà un ulteriore veicolo di diffusione della marca territoriale, attraverso l'adozione di una nuova corporate identity che unificherà, attraverso il logo Trentino, tutte le attività di comunicazione sia online che offline.
Il piano strategico adottato dalla Giunta prevede nel breve periodo tre principali linee di azione:
1. istituzionale, con la valorizzazione del logo su tutti i materiali e di comunicazione attraverso una corporate identity unitaria (mail, carta da lettera, gift ufficiali, etc.);
2. territoriale: con un nuovo allestimento dei principali punti di ingresso in Trentino, la brandizzazione dei nuovi sei treni di Trentino Trasporti da estendere alla più ampia mobilità, oltre alla rete Trentino Wifi, l'avvio della campagna Qualità Trentino; 3. e verso le imprese trentine: con la realizzazione del nuovo video e della nuova corporate per le missioni all'estero e le attività di supporto alla valorizzazione del marchio territoriale nel marketing delle aziende provinciali. Tali attività si raccorderanno alla più ampia strategia di sviluppo che la Giunta ha messo in campo per sostenere la crescita e l'internazionalizzazione territoriale e vedranno Trentino Sviluppo e Trentino Marketing - la società di sistema che negli anni ha creato e fatto crescere la Farfalla soprattutto in ambito turistico - agire in prima linea.

"L'adozione approvata oggi in Giunta di un piano di potenziamento della brand identity territoriale - spiega il presidente della Provincia autonoma di Trento, Ugo Rossi - si inserisce in una più ampia strategia di sviluppo e posizionamento del Trentino nel nuovo contesto di competizione permanente tra sistemi territoriali su scala globale. La scelta di fondo è quella di capitalizzare appieno la reputazione e la notorietà

raggiunta dal Trentino e dal suo marchio territoriale. Questo patrimonio, attraverso azioni mirate, sarà messo al servizio delle imprese e di tutti i soggetti che nel nostro territorio vivono e lavorano. In questo disegno, l'intera macchina provinciale diverrà l'ambasciatrice del territorio attraverso la valorizzazione del marchio Trentino nella comunicazione istituzionale e in tutti i rapporti con l'esterno. E' un approccio innovativo ispirato dalla fiducia e dall'orgoglio di appartenere ad un sistema che ha raggiunto un livello di sviluppo e coesione sociale tra i più elevati in Italia ed Europa, un approccio in linea con il nuovo ruolo assegnato all'amministrazione pubblica, ovvero quello di facilitatore dello sviluppo". Ridefinire il modo con cui il Trentino si relaziona con l'esterno e di come lo stesso Trentino comunichi i propri valori, i propri servizi e i propri prodotti è un'opportunità per intercettare e, per certi versi, anticipare, i bisogni di interlocutori sempre più esigenti e globali: "Vogliamo - sottolinea il presidente Rossi - continuare il processo di modernizzazione del Trentino, investendo sull'innovazione e interventi originali, ma anche affermando un brand fortemente identitario e distintivo del nostro territorio, la nostra risorsa competitiva più autentica. Il Trentino ha compreso in questi anni l'importanza di dotarsi di una strategia di marketing territoriale ed è chiamato in questi frangenti di difficoltà economica complessiva a rafforzare e potenziare tale strategia, con l'obiettivo di generare uno sviluppo equilibrato e sostenibile, in coerenza e continuità con i valori e le sensibilità della comunità trentina". Lo strumento che identifica e comunica tale strategia è il marchio (brand) territoriale, oggi sempre più conosciuto e ri-conosciuto per le importanti campagne pubblicitarie e di comunicazione attivate in particolare nel comparto turistico e delle produzioni tipiche.

Le azioni a supporto a supporto della strategia di marketing territoriale saranno di tre tipi.

Azioni rivolte all'esterno
Chi arriverà in Trentino sarà accolto sulle principali vie di accesso stradali dai nuovi cartelli con il "Welcome" Trentino (Farfalla). Anche i sei nuovi treni di Trentino Trasporti - ed a seguire anche gli altri mezzi di mobilità – saranno contraddistinti dalla nuova corporate territoriale. In maniera graduale anche enti e società collegate della Provincia autonoma di Trento adotteranno il nuovo branding che dal materiale istituzionale (carta intestata, buste, biglietti da visita ed altro) interesserà anche gli strumenti informativi (riviste e magazine, locandine e poster). Il Trentino avrà infine un oggetto simbolo - un gift - che lo rappresenterà: sarà il simbolo, omaggio di benvenuto che la nostra terra consegnerà agli ospiti più importanti. Un concorso di idee selezionerà le proposte di designer trentini, alcuni presenti nell'incubatore di Trentino Sviluppo, per lo sviluppo del gadget che dovrà essere composto con materiali naturali trentini.

Azioni Interne
La Provincia provvederà ad adeguare con la nuova grafica carta intestata, buste, biglietti da visita, l'email e lo screen saver dei computer degli uffici. Un restyling è previsto per le testate giornalistiche anche dell'Ufficio Stampa: la rivista Il Trentino e il format tv Pat Informa. L'immagine del Trentino nelle missioni internazionali - politiche, turistiche ed economiche - sarà affidata alla nuova corporate per le missioni all'estero e al nuovo video emozionale di presentazione delle caratteristiche distintive del nostro sistema territoriale.

Azioni di sensibilizzazione verso le aziende
Le società esterne (aziende private) potranno avvalersi del nuovo brand Trentino sul materiale di comunicazione aziendale (carta lettera, buste ed altro), mentre il brand Trentino Qualità sarà riconosciuto ai prodotti delle aziende del settore agroalimentare. "La Provincia – come sottolinea l'assessore provinciale all'agricoltura e al turismo, Michele Dallapiccola – crede molto nell'azione di rilancio dei marchi Trentino e Qualità Trentino. In questa ottica saranno rivisti i disciplinari e allargato il paniere dei beni, mentre i produttori saranno coinvolti nella strategia di azione sui mercati italiano ed estero, e nella campagna di comunicazione utilizzando il marchio come strumento di marketing e promozione commerciale congiunta". Le realtà interessate potrebbero essere, tra gli altri, Melinda, Trentingrana, Centrale Latte Trento e i vari consorzi di produttori di vino e frutta. L'obiettivo è di passare dalle attuali 400 aziende di oggi ad oltre mille entro la fine del 2017.

In allegato slides e nota informativa su Trentino Wifi

https://www.youtube.com/watch?v=V59jqn5qPhk

()