

COMUNICATO n. 2349 del 08/11/2016

I mesi caldi hanno portato in dote un +5,6% nelle presenze rispetto al 2015

Dopo un'estate brillante, al via la stagione invernale

Ottimi i dati di settembre, con un +11,1% nei pernottamenti. Importante l'apporto della Trentino Guest Card, che invoglia gli ospiti a spostarsi e a visitare musei e castelli. L'assessore provinciale: «La diversificazione ci sta dando ragione»

È stata una grande estate, per il turismo trentino: tra giugno e settembre le presenze sono state 8.884.031, con una crescita del 5,6% rispetto allo stesso periodo del 2015 e facendo segnare il record storico assoluto. I dati ufficiali sono stati presentati e analizzati questa mattina nella sede di Trentino Marketing. «Non ci limitiamo – ha specificato l'assessore provinciale al turismo – a dare il numero delle presenze, ma riflettiamo sugli aspetti economici. È importante sapere quanto possa valere l'apporto di un ospite, anche di un visitatore quotidiano. La diversificazione ci sta dando ragione. Di anno in anno le situazioni cambiano: il terrorismo, le condizioni economiche e sociali hanno modificato i comportamenti degli ospiti e noi siamo a disposizione per accogliere al meglio nel nuovo contesto. Abbiamo anticipazioni ufficiose di un ottobre con risultati importanti, grazie all'attenzione posta sulla cultura e sulla valorizzazione del territorio, con i percorsi del gusto e l'offerta enogastronomica».

«Il trend – ha spiegato la dirigente del Servizio statistica della Provincia autonoma di Trento, **Giovanna Fambri** – è positivo. Negli ultimi dieci anni le presenze sono aumentate del 18% (di oltre un milione), soprattutto grazie agli stranieri. Per l'estate 2016, buone performance soprattutto per le città, con gli ambiti di Rovereto e Trento. Poi Fiemme e Sole, anche se come incidenza estiva la fanno da padrone Garda Trentino, Valsugana-Tesino, quindi i laghi, e Val di Fassa. Molto bene settembre (+11,1%), in contrazione solo giugno (-2,1%), la cui incidenza sui pernottamenti estivi è però solo dell'11,9%». Riguardo agli italiani la crescita media nell'estate è stata del 5,8%. Le presenze straniere, invece, sono cresciute del 5,2%. Nell'estate 2016 hanno registrato incrementi in particolare i turisti provenienti da Belgio (22,4%), Repubblica Ceca (19,8%), Danimarca (14,2%), Svizzera (9,7%), Francia (8,1%) e Polonia (6,5%).

«Dal punto di vista climatico – ha analizzato da parte sua l'amministratore unico di Trentino Marketing, **Maurizio Rossini** – l'estate non è stata eccezionale, con un inizio piovoso e una posizione della Pasqua non strategica. Ottimo però il cuore della stagione con luglio e agosto e un bellissimo autunno, che ci ha fatto capire quanto potenziale ci sia tra settembre e ottobre. Oltre al clima, incide il lavoro sul prodotto turistico e il posizionamento sui mercati. C'è stato uno sforzo collegiale tra operatori, Apt e altri soggetti come ad esempio gli impiantisti, che si sono adoperati per garantire aperture estese. Si è lavorato su trekking, bike e sport di lago, che stanno interessando una clientela sia italiana che straniera. Buona la tenuta di tutti i prodotti trentini: crescono laghi, montagna (con internazionalizzazione più marcata grazie agli sforzi in tal senso), turismo urbano e rurale, con numeri molto significativi».

Con Asat e Unat, Trentino Marketing porta avanti il progetto H-Benchmark, che al momento mette a disposizione dati reali molto precisi di 125 strutture alberghiere, numero che si intende raddoppiare: «Abbiamo – ha sottolineato Rossini – occupazione reale e prezzo medio per presenza reale. L'occupazione media è cresciuta leggermente, i prezzi anche: una combinazione positiva. La Trentino Guest Card, utilizzata nell'ultimo anno da oltre 500 mila ospiti, ha contribuito a rafforzare il turismo, con la partecipazione di quasi tutti i territori. Uno strumento che, dati alla mano, sta avendo molto successo. In estate soprattutto, il turista ama spostarsi e la Card dà molto spunti in tal senso».

Oltre alle cifre incoraggianti sulle presenze turistiche, il 2016 ha fatto segnare una netta ripresa negli investimenti nel settore ricettivo, con ricadute positive anche su altri settori economici, in primis quello edile: «Tra gennaio e ottobre di quest'anno – ha spiegato **Romano Stanchina**, dirigente del Servizio turismo

della Provincia autonoma di Trento – ci sono stati 181 tra nuove realizzazioni e interventi minori sugli alberghi (contro i 125 dello stesso periodo dell'anno scorso, +44,8%) e 12 sui campeggi (contro 7 del 2015, +71,4%). In crescita anche le domande per investimenti fissi e protezione ambientale per importi sopra i 300 mila euro: 23 nel gennaio-ottobre 2016 per 28 milioni di euro, contro le 14 per poco più di 20 milioni dell'anno scorso, con un +64,3% nel numero di domande e un +38,8% nell'importo complessivo, senza contare che è pure in valutazione una domanda in procedura negoziale su un importo di 45 milioni di euro». Soddisfatta l'Asat con il vicepresidente **Alberto Bertolini**: «L'impegno degli albergatori non manca e l'aumento negli investimenti offre conferme in tal senso. Si dimostra come le nostre strutture siano orientate a mettere a disposizione servizi che in altre soluzioni non si trovano».

Ora è la volta della neve. Rossini ha fissato l'obiettivo di avere una stagione invernale che sia ricca di turisti fino all'ultimo giorno, puntando sulla cura dei dettagli e sullo stile di vita italiano. Tra le molte iniziative di marketing messe in campo, ci sono un lancio forte su La7, la partnership con 130 tv areali, una campagna internazionale su Sky ed Eurosport, la presenza in una serie di contenitori come Linea Bianca e Sereno Variabile, tanta attività di "pr & media", una forte attenzione al marketing digitale. Uno sforzo, in questi primi tre mesi, molto robusto.

«Come impiantisti – il commento di **Francesco Bosco**, presidente dell'Anef Trentino – confermiamo che è stata una stagione positiva, alcune stazioni hanno avuto aumenti a doppia cifra. C'è un continuo incremento dell'utilizzo degli impianti le card. Grande l'uso degli impianti di risalita da parte di chi va in mountain bike, per scendere a valle o girare in quota. Gli impiantisti hanno risposto "presente" alle sollecitazioni dei vari territori in un'ottica di destagionalizzazione, anche con investimenti importanti. Insieme si fa sistema e i risultati sono sicuramente positivi. Gli impianti di risalita sono il mezzo più ecologico che ci sia. Senza ambiente non si può far turismo di qualità, gli impiantisti lo sanno e presidiano e mantengono i territori di alta montagna. Dove ci sono impianti non c'è dissesto idrogeologico. Venerdì inizia la stagione invernale in Trentino, con gli impianti sul ghiacciaio Presena che rimarranno aperti ininterrottamente. A Campiglio si sta sparando con l'innevamento programmato da 1.500 a 2.500 metri, con freddo e neve di alta qualità. I mercati stranieri stanno rispondendo benissimo. Per molti ospiti la vacanza sta diventando una necessità, per "staccare la spina". Abbiamo due grandi caroselli con stagioni lunghissime e il ricettivo alberghiero ci permette sempre di fare qualcosa di importante: siamo al sud delle Alpi, sciamo al sole. E non preoccupano le strutture che aprono all'est: creano solo nuovi sciatori che poi verranno in vacanza in Trentino».