**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. 2235 del 30/08/2017**

**La presentazione della nuova campagna con l'assessore Dallapiccola e il presidente Rossi**

# Autunno in Trentino: inizia la bella stagione

**"E' importante diffondere fiducia e non aver timore di utilizzare la parola successo, parlando del turismo in Trentino", sono state queste le parole utilizzate oggi dal presidente Ugo Rossi, affiancato dall'assessore al turismo e promozione Michele Dallapiccola, nel presentare la nuova campagna di Trentino Marketing e Provincia per lanciare la stagione autunnale.**
**"Inizia la bella stagione", è questo lo slogan, si affida a immagini e spot emozionali, interamente dedicati all'autunno, che saranno lanciati in Italia e all'estero attraverso tutti canali di comunicazione; la previsione è di raggiungere oltre 200 milioni di contatti. Fra i must della campagna vi sono la montagna e le Dolomiti, le proposte culturali dei musei e dei castelli trentini, l'enogastronomia con i tipici prodotti dell'autunno, la rete dei rifugi, le camminate lungo i sentieri immersi nei magnifici colori autunnali e lo straordinario patrimonio faunistico simboleggiato in questo caso dal bramito del cervo. Obiettivo, come ha chiarito l'assessore Dallapiccola: "Individuare una vera e propria identità per quello che in precedenza si chiamava semplicemente destagionalizzazione".**
**Accanto agli amministratori provinciali, sono intervenuti anche il vicepresidente di Asat - Associazione albergatori e imprese turistiche del Trentino Gianni Battaiola, il presidente dell'Apt Val di Sole in rappresentanza anche degli altri presidenti Luciano Rizzi, il vicepresidente di Unat - Unione Albergatori del Trentino Enzo Bassetti e il presidente delle Strade del Vino e dei Sapori del Trentino Francesco Antoniolli.**

L'autunno in Trentino avrà dunque una vera e propria identità, come ha spiegato durante la conferenza stampa l'assessore Dallapiccola, il quale, numeri alla mano, ha mostrato curve di livello delle presenze turistiche in costante ascesa anche nei mesi autunnali. "Per questo fra gli obiettivi del Tavolo Azzurro vi era proprio quello di individuare, per questa stagione, non solo una identità, ma anche un prodotto e una campagna di comunicazione mirata - ha esordito l'assessore Dallapiccola -. Gli strumenti che metteremo in campo sono rilevanti: più di un milione di euro investito da Trentino Marketing e dai territori per sviluppare, promuovere e comunicare il prodotto turistico autunnale, con una campagna potenziata sui social grazie alla rivoluzione digitale di Trentino Marketing, che ha indirizzato un terzo delle sue risorse umane alla rappresentazione del Trentino sul web, con risultati importanti". L'assessore ha quindi ripercorso i focus della campagna, che spazia da rifugi e sentieri, alla cultura, dal Food & Wine al foliage, dalla natura simboleggiata dal bramito del cervo, al fishing, dal bike all'enogastronomia.

Il presidente Rossi ha poi messo in luce il grande lavoro fatto, da un lato sul posizionamento del brand trentino, al quale è stata associata tutta l'eccellenza del territorio senza risparmiare la Pubblica Amministrazione, dall'altro attraverso il forte impulso dato al turismo "come fattore di competitività del nostro territorio, ma anche come un fattore di produzione di ricchezza e di gettito fiscale". E in futuro si punta a una maggiore crescita, proprio per questo è necessario diffondere la parola "fiducia": "Uno dei dati più di rilievo - ha proseguito il governatore - è l'aumento di circa il 10% del valore del venduto negli alberghi. Questo ci dimostra come il sistema creda in sé stesso e riesca ad esprimere la propria elevata qualità". Il presidente ha infine ricordato che l'amministrazione provinciale sta lavorando, insieme a

Trentino Marketing, al piano 2018-'20 per la promozione e il governo del sistema: "Fra gli obiettivi futuri vi sono la crescita della spesa media del turista e dei posti letto. Un risultato al quale stiamo già lavorando, pensiamo appunto al brand unico, o all'innovazione di Trentino Marketing rivolta al web e ai social. Vogliamo poi esplorare nuovi mercati, anche lontani come la Cina con la quale sono in corso contatti, stiamo lavorando sulle Olimpiadi, vi è poi la sfida delle seconde case per arrivare a un'offerta commerciale e di prodotto coordinata".

**La nuova campagna autunnale**

Il Piano Strategico Pluriennale e il Piano Marketing 2018-20 individua due stagioni obiettivo, autunno e primavera, sulle quali si concentreranno impegni ed investimenti nel prossimo triennio. Accanto a ciò vi è un forte impegno da parte del territorio, dalle organizzazioni turistiche, agli operatori, impiantisti, professionisti, alle amministrazioni locali e associazioni, nel cercare di allungare la stagione. A fronte di questo, Provincia autonoma di Trentino e Trentino Marketing hanno definito un piano di comunicazione e promozione interamente dedicato all'autunno con l'obiettivo di ispirare e attirare nuovi turisti grazie all'ambiente ed alla grande ricchezza di eventi ed iniziative.

Si tratta di una campagna con nuove immagini e spot interamente dedicati all'autunno, lanciata in Italia e all'estero attraverso tutti i canali di comunicazione.

In Italia la campagna sarà lanciata sui principali mezzi stampa (quotidiani e settimanali), sulla Radio e sul circuito di Tv areali, dove sarà veicolato il nuovo spot autunnale.

La campagna digitale si concentra prevalentemente sui canali social (Facebook, Instagram, Youtube). A supporto, sono state anche pianificate azioni promozionali su importanti network di magazine online e un capillare presidio sul motore di ricerca Google. La campagna si rivolge all'Italia e ai paesi europei, con particolare focus sulla Germania, Austria e Svizzera. Questa attività, che vede la produzione di oltre 90 contenuti e la raccolta di oltre 120 proposte a tema, sarà online fino alle fine del mese di ottobre.

Lo spot: https://www.youtube.com/watch?v=8jYp6ZtcoHk

**Riprese e interviste a cura dell'Ufficio Stampa**

**In allegato slides**

(at)