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. 1513 del 16/06/2014

La proposta è stata illustrata dall'assessore Michele Dallapiccola

PROMOZIONE TURISTICA: APPROVATO DALLA GIUNTA LO SCHEMA DI RIORDINO

Approvazione preliminare stamani, da parte della Giunta provinciale, della proposta presentata dall'assessore Michele Dallapiccola, riguardante il riordino del settore della promozione turistica. La proposta contiene innanzitutto una ridefinizione dei ruoli dei diversi attori: nuova Trentino Marketing, Aziende per il Turismo, Consorzi e associazioni pro loco. Enfasi viene posta inoltre sull'uso delle nuove tecnologie, diventato assolutamente pervasivo nel settore turistico, e sul suo impatto sul portale, la commercializzazione e altri strumenti innovativi come una Guest Card per l'accesso del turista ai servizi. Sarà inoltre introdotta nel meccanismo di finanziamento degli enti locali di promozione una logica premiale, incentivando i soggetti che adottano comportamenti coerenti con le logiche di sistema.-

La Giunta provinciale nella seduta di stamani ha dunque discusso e condiviso la proposta dell'assessore provinciale al turismo Dallapiccola di revisione dell'architettura organizzativa della promozione turistica del Trentino. Il passaggio in Giunta segue a quello, recente, in cui è stata decisa la ricostituzione di Trentino Marketing s.p.a. quale società interamente partecipata da Trentino Sviluppo.
Come già affermato nelle scorse settimane, anche in relazione al tema dell'introduzione dell'imposta di soggiorno, l'intento dell'Esecutivo è prima di tutto mettere a punto i meccanismi di un sistema che è centrale nell'economia provinciale, costituendo una fetta superiore al 15% del Pil e rappresentando l'architrave dell'economia di intere vallate.
L'organizzazione turistica trentina, come noto, era stata oggetto di una vasta riforma all'inizio degli anni 2000. I risultati del settore hanno sostanzialmente dimostrato la validità dello schema, che va comunque aggiornato a fronte di un mercato in continua evoluzione nel quale il web e – più in generale – le nuove tecnologie costituiscono il principale fattore di competitività ed anche delle mutate condizioni di finanza pubblica.
I recenti provvedimenti del Governo (in particolare il Decreto legge del 22 maggio e l'annunciato disegno di legge di riordino) consentono di affermare che la Provincia si sta muovendo in anticipo sulla strada che il sistema-Paese deve imboccare.
Questi in estrema sintesi l'oggetto dell'intervento normativo illustrato stamane dall'assessore Dallapiccola, che parte dalla precisazione dei ruoli dei diversi attori (nuova Trentino Marketing, Aziende per il Turismo, Consorzi e associazioni pro loco).

1. Trentino Marketing

Vengono precisate le funzioni di Trentino Marketing, che deve essere il perno del sistema.
· comunicazione di marca, in tutte le sue diverse forme
· analisi dei mercati, conoscenza delle vocazioni territoriali / fattori di attrattiva
· strategia di marketing in un'ottica pluriennale
· corporate identity e layout per i punti di informazione turistica
· innovazione nello sviluppo dei prodotti

· coordinare le iniziative sui mercati
· coordinare progetti strategici su scala provinciale (es. Guest Card Trentino)
· piattaforma ICT multimediale del marketing turistico orientata alla modalità "social".

In particolare per il tema del prodotto turistico:
Trentino Marketing dovrà coordinare progetti strategici di sistema coinvolgendo le APT ed i Consorzi pro loco anche per favorire i processi di aggregazione e di integrazione.

In particolare per il tema del Portale e delle ICT:

Il Turismo è oggi fondato in gran parte sulle nuove tecnologie:

- il portale www.visittrentino.it deve trasformarsi in piattaforma multimediale interattiva;
- vanno ricondotte a sistema le iniziative di "interesse pubblico" recentemente sviluppate da Trento Rise ed individuare le migliori soluzioni per la parte commerciale (ricordando che, allo stato attuale, le cosiddette On line travel agencies-Olta, come Booking, Expedia, Venere, trattengono mediamente il 15-30% del prezzo di vendita dei servizi turistici degli operatori trentini da esse intermediati);
- la Guest Card Trentino è uno strumento innovativo che consente di offrire servizi agli ospiti in maniera integrata nonché favorire la cooperazione tra gli operatori.

2. Aziende per il Turismo e Consorzi pro loco

Attualmente vi sono 14 ambiti turistici (APT) e 6 ambiti presidiati da Consorzi pro loco (cioè 20 soggetti indipendenti). Per intervenire non è necessaria alcuna modifica normativa, essendo l'individuazione degli ambiti di competenza della Giunta provinciale.

Saranno precisato ulteriormente le funzioni delle APT.
Qundi va sottolineato:
- che l'informazione è erogata nel quadro della corporate identity del Trentino
- che il ruolo di sviluppo prodotto si sostanzia principalmente nella effettiva attivazione / valorizzazione delle risorse turistiche
- che l'attività di ciascun soggetto deve essere comunque inquadrata in un disegno strategico pluriennale coerente con quello del Trentino.
Si ritiene opportuno inoltre eliminare l'obbligo dell'effettuazione dell'attività di vendita del prodotto, che potrà comunque essere liberamente svolta dalle APT.
Si prevede inoltre di puntare ad un'omogeneizzazione dei modelli societari - e, conseguentemente, organizzativi - delle APT.
È comunque necessario precisare meglio che i Consorzi pro loco fuori ambito turistico (oggi sono 6) dovranno svolgere un ruolo simile a quello delle ApT, mirando ad un processo di aggregazione con esse e che il "service" delle pro loco è la Federazione , non i singoli consorzi.

Infine, sarà introdotta nel finanziamento degli enti locali di promozione una logica premiale, incentivando i soggetti che adottano comportamenti coerenti con le logiche di sistema.

Ogni ragionamento sull'introduzione dell'imposta di soggiorno sarà conseguente a questo passaggio normativo, con il quale si intende ottenere una razionalizzazione delle spese, non solo pubbliche. Va in fatti ricordato che il budget annuale della promozione turistica del Trentino, componente pubblica e componente privata, è già oggi un budget importante e superiore ai 50 milioni di Euro.
La Giunta provinciale ha dato anche mandato all'assessore Dallapiccola di dar vita e coordinare un tavolo con gli operatori economici e gli attori territoriali sulla graduazione e utilizzazione dell'imposta di soggiorno (che sarà operativa dal 2015).

All.: audiointervista ass. Dallapiccola

-

()