

Il valore di essere il

**TRENTINO**

LE PRIME 10 CONCRETE AZIONI



Il valore di essere un sistema territoriale

IL TERRITORIO

In un contesto come quello odierno, di economia aperta e integrata, la fortissima competizione tra imprese si è arricchita di un ulteriore fattore competitivo: **il territorio**.

NUOVE OPPORTUNITA'

Sono sempre più i **territori, con la loro ricchezza di relazioni, istituzioni, sapere, reti**, che si contendono investitori e investimenti, insediamenti, flussi turistici e nuove opportunità di business per le imprese che operano al suo interno.

MARKETING TERRITORIALE

Per questa ragione definire, da parte di Istituzioni e operatori, **una chiara e forte strategia di marketing territoriale** risulta a questo punto davvero importante.



“Il valore di essere il Trentino”

Fare diventare il **brand Trentino** il marchio rappresentativo del **sistema territoriale** in tutto il mondo.

Generare **opportunità e valore economico** aggiuntivo in termini di **promozione, comunicazione e “commercializzazione”**.

Promuovere in maniera sinergica l'offerta esistente fra i **prodotti, i servizi** e le **attività** del territorio.

La strategia di marketing territoriale del Trentino



Il **brand Trentino** rappresenta l'essere parte del sistema territoriale del Trentino, condividendo e testimoniando i valori specifici che questa terra considera identitari.

Ad oggi sono state rilasciate complessivamente **400 licenze d'uso del marchio territoriale Trentino**, di cui 197 per quanto concerne il settore turismo e sport, 116 per il settore industria e artigianato, 58 per il settore cultura e formazione, 13 per il settore delle produzioni agroalimentari e 16 a soggetti istituzionali.



Il Marchio “Qualità Trentino”



Il marchio “**Qualità Trentino**”, declinazione del marchio territoriale, è utilizzabile sui prodotti agroalimentari di qualità nel rispetto della disciplina comunitaria sui marchi di origine.

Esso garantisce al consumatore finale una elevata e certificata qualità dei prodotti trentini. Permette di rafforzare ulteriormente il progetto di marketing territoriale del Trentino valorizzando l'intera filiera agroalimentare provinciale.

Ad oggi sono **10 le realtà produttive** autorizzate all'utilizzo del Marchio “Qualità Trentino”.



Da dove partire per rafforzare la strategia: le aree d'azione

La Provincia ritiene strategico **rafforzare la propria strategia di marketing territoriale**, estendendo a nuovi attori istituzionali ed imprenditoriali il compito e la possibilità di utilizzare il marchio territoriale, quale patrimonio collettivo dell'intera comunità trentina.

A.

**AZIONI
INTERNE**

B.

**AZIONI RIVOLTE
ALL'ESTERNO**

C.

**AZIONI DI
POTENZIAMENTO
DELL'UTILIZZO
DEL MARCHIO**



A.

AZIONI “INTERNE”

Il sistema pubblico sarà il primo a far propri i valori del brand Trentino



1. Corporate Branding PAT

Il brand “Trentino” apparirà su tutti i materiali interni della Provincia autonoma di Trento (firma elettronica, screensaver, biglietti da visita)



PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO



Nome Cognome

Dipartimento o Servizio

IT - Piazza Dante, 15 - 38122 Trento (TN)

P +39 0461 494617

M +39 337 149256

F +39 0461 494617

@ nome.cognome@provincia.tn.it



2. Corporate Branding Italia/estero

Il brand “Trentino” apparirà su tutti i materiali di comunicazione verso l’Italia e l’estero



B.

AZIONI RIVOLTE ALL'ESTERNO



3. Branding mezzi pubblici

I 6 nuovi treni (total look) e tutti i mezzi pubblici su gomma (light look) saranno brandizzati Trentino



4. Trentino Wifi



5. Welcome in Trentino

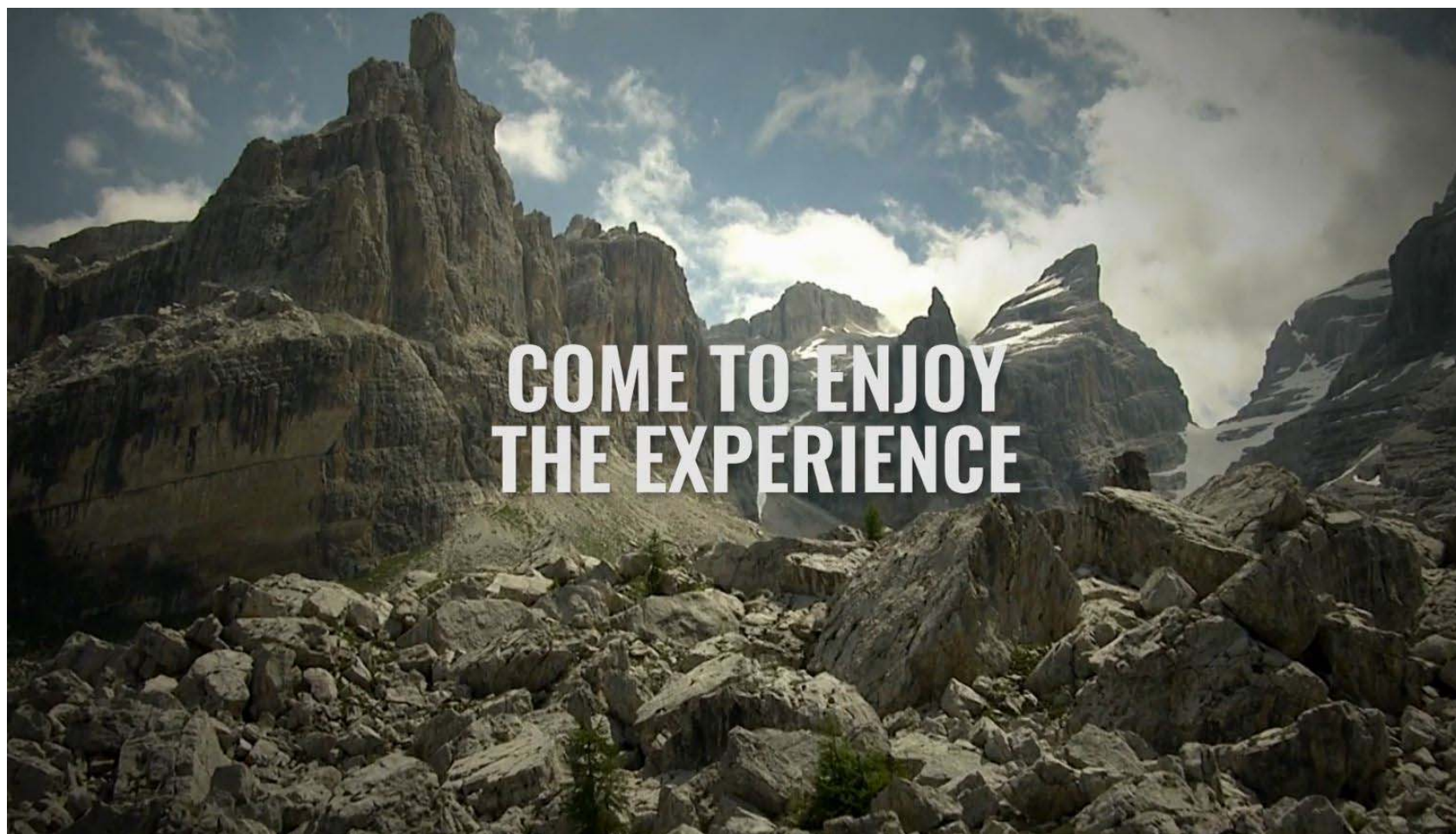
Il nuovo volto dei principali ingressi stradali con le regioni limitrofe



6. Il Trentino in 2 minuti



Presentazione del video "Trentino – italian alpine experience"

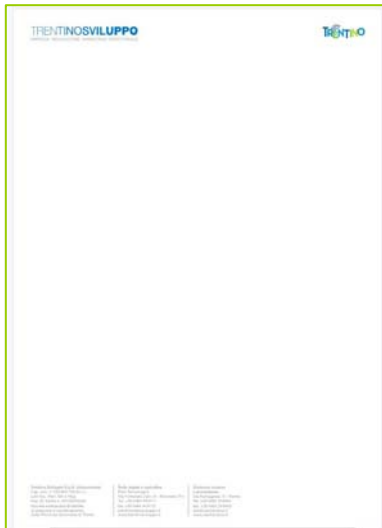


7. Gift per raccontare il Trentino

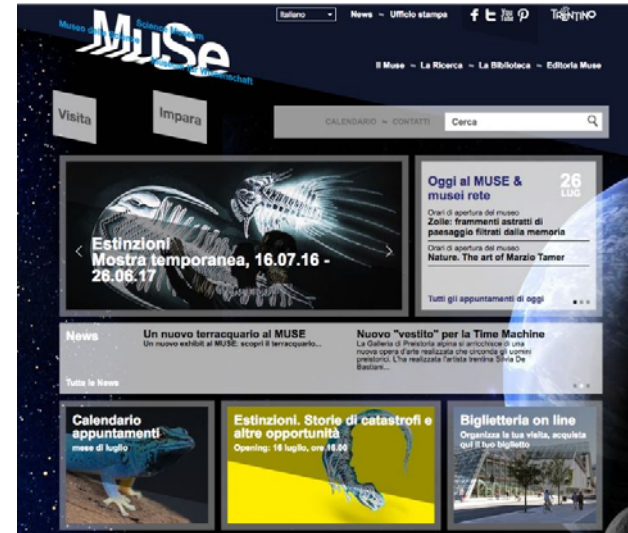
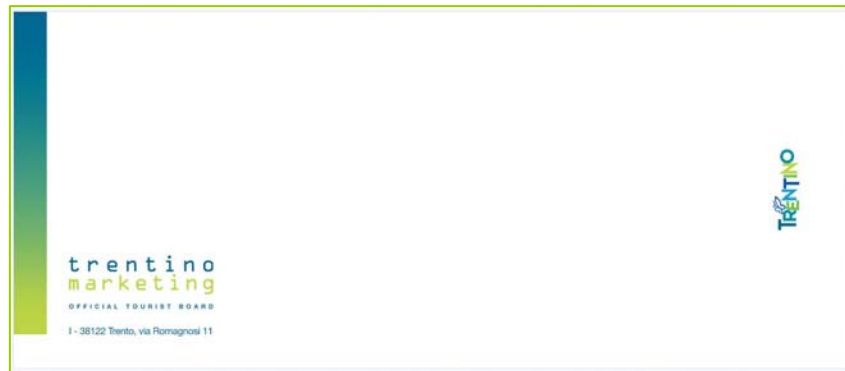
Indizione di un confronto di idee per la realizzazione di due Gift rappresentanti il sistema territoriale Trentino



8. Branding società collegate della PAT



Alcuni esempi di estensione del marchio (carta intestata, buste da lettera, siti)



C.

AZIONI DI POTENZIAMENTO DELL'UTILIZZO DEL MARCHIO

Affinché tutto il sistema Trentino incarni il valore di usare il brand Trentino



9. Progetto “Qualità Trentino”

1. Revisione dei disciplinari per **allargare il paniere dei prodotti**
2. Coinvolgimento costante dei **produttori** e dei diversi **portatori di interesse** per sviluppare una **strategia condivisa** rivolta a residenti, turisti, consumatori nazionale e consumatori esteri
3. **Campagna di comunicazione “Qualità trentino”**
4. Monitoraggio del livello di notorietà e **valore del marchio**



Campagna ADV “Qualità Trentino”

(da settembre 2016)



Cercami.



Di tutta la cura dei nostri produttori, che lavorano secondo un rigido disciplinare, garanzia della bontà e sicurezza dei loro alimenti. È di tutta la tua attenzione nel cercare e scegliere questi prodotti, per te e per la tua famiglia. Scegli bene, mangia meglio.



qualitàtrentino.it



Di tutta la cura dei nostri produttori, che lavorano secondo un rigido disciplinare, garanzia della bontà e sicurezza dei loro alimenti. È di tutta la tua attenzione nel cercare e scegliere questi prodotti, per te e per la tua famiglia. Scegli bene, mangia meglio.



qualitàtrentino.it



Di tutta la cura dei nostri produttori, che lavorano secondo un rigido disciplinare, garanzia della bontà e sicurezza dei loro alimenti.



È di tutta la tua attenzione nel cercare e scegliere questi prodotti, per te e per la tua famiglia. Scegli bene, mangia meglio.



Di tutta la cura dei nostri produttori, che lavorano secondo un rigido disciplinare, garanzia della bontà e sicurezza dei loro alimenti. È di tutta la tua attenzione nel cercare e scegliere questi prodotti, per te e per la tua famiglia. Scegli bene, mangia meglio.

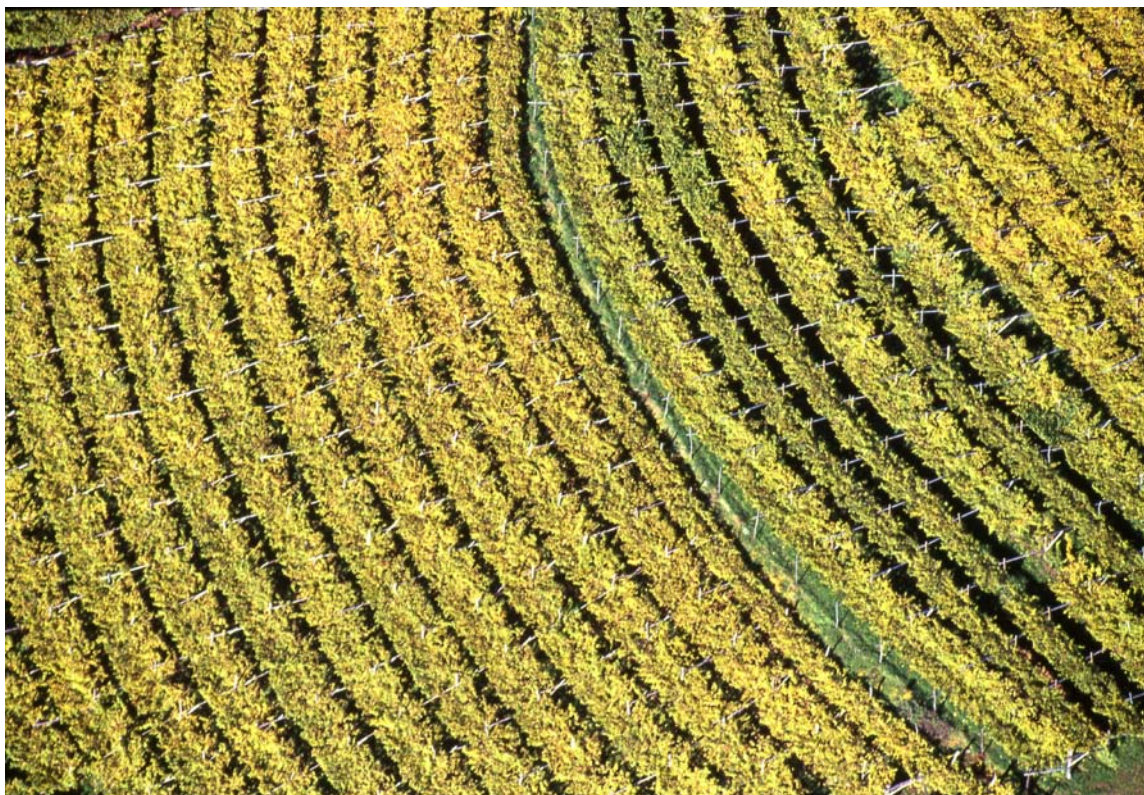


qualitàtrentino.it



10. Campagna 2016/2017 OCM Vino

Per promuovere i vini trentini nel mondo i produttori riceveranno dei finanziamenti pubblici
(Pari a circa 2 milioni di euro su un totale di 4 milioni di investimento)



**I “Mercati obiettivo”
per il piano 2016/2017
saranno tra gli altri:**
Usa, Russia, sud-est
asiatico, Paraguay,
Giappone, Bolivia e
Canada

