

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. 1091 del 22/05/2019

Dall'estate all'autunno un grande festival dei sapori

Vini, latte e formaggi, mele, ortaggi, carni: l'agroalimentare trentino rappresenta un mondo che, da generazioni, trasmette un patrimonio straordinario di cultura, identità e biodiversità con un'importante ricaduta economica sul territorio. E gli eventi rappresentano occasioni preziose per conoscerlo arricchendo l'esperienza della vacanza sul territorio. Le iniziative sono state presentate ieri a Trentino Marketing insieme ai rappresentanti delle Apt di ambito e degli enti di valorizzazione dell'agroalimentare.

È un dialogo strategico quello fra il turismo e il mondo dell'agroalimentare trentino e per assicurare ad entrambi i comparti un futuro di crescita non potrà che svilupparsi attorno a due parole chiave come qualità e sostenibilità.

In Trentino, l'enogastronomia è una vera e propria motivazione di vacanza per il 13,3% degli ospiti nella stagione invernale e per il 7,2% nei mesi estivi, in particolare per quelli internazionali. Una proposta turistica che permette di scoprire ed apprezzare prodotti capaci di raccontare l'identità di questa terra e di conoscere da vicino i luoghi che la esprimono. A questo settore, il Trentino dedica un ricchissimo calendario di appuntamenti che toccano tutti gli ambiti turistici e prefigurano nuove e originali occasioni di vacanza e di esperienze sul territorio.

Il programma degli eventi in calendario fra primavera e autunno 2019 insieme a due nuovi progetti e alla campagna di comunicazione dedicata, sono stati presentati oggi nella sede di Trentino Marketing dal CEO di Trentino Marketing Maurizio Rossini e dall'assessore provinciale all'artigianato, commercio, promozione sport e turismo. Alcuni appuntamenti e progetti sono stati illustrati direttamente dai promotori, rappresentanti delle Apt di ambito e degli enti di valorizzazione dell'agroalimentare come le Strade dei Sapori e l'Associazione degli Agriturismo del Trentino, intervenuti all'incontro.

«Turismo e agricoltura, ha ribadito l'assessore provinciale al turismo, devono andare di pari passo. Siamo assolutamente convinti che il Trentino possieda un prodotto formidabile; spetta soprattutto al mondo della ricettività far conoscere maggiormente le nostre eccellenze e venderle. È certamente una sfida fare sì che, chi viene in vacanza in Trentino per apprezzare quanto qui si produce, oltre a soggiornare possa anche acquistarlo. È già stato fatto, ma si può fare molto di più e insieme all'assessore all'agricoltura stiamo impegnati perché tutti quanti mangiamo e vendiamo Trentino, ma soprattutto ci sentiamo orgogliosi di essere Trentino». «Oggi presentiamo un cartellone di eventi davvero ricco e frutto di un lavoro complesso di moltissimi soggetti, ha detto Maurizio Rossini, e la presenza di molti rappresentanti del mondo produttivo, accanto a quelli di APT, Consorzi turistici, Pro Loco e Associazioni degli albergatori, sottolinea proprio questa alleanza forte tra l'agricoltura e il turismo. Gli eventi, che si svolgono in diversi periodi dell'anno sono davvero numerosi: 320 in totale, di cui 87 dedicati al latte, 38 al vino, 94 alle carni, 102 a tutti gli altri prodotti. Oltre 1200 i partner coinvolti, più di 300 mila i partecipanti, e una eco mediatica sempre più importante in Italia, ma anche all'estero, perché se agli italiani piace la cucina regionale, all'estero è sempre più apprezzata l'idea di connettere la forza della cucina italiana con la tipicità di tanti nostri prodotti alpini». Gli eventi ed i progetti legati all'agroalimentare trentino sono stati, e saranno anche nel 2019, al centro di una campagna di comunicazione on line veicolata attraverso la piattaforma digitale visitrentino.info. Tra primavera 2018 e la primavera 2019 sono stati creati numerosi articoli e oltre 150 schede dedicate a singoli eventi che hanno prodotto oltre 57 mila visualizzazioni, mentre l'attività sui social attraverso i canali Facebook, Twitter e Instagram nello stesso periodo ha totalizzato 1 milione 281.236 contatti. Grande visibilità ai prodotti dell'agroalimentare e agli eventi ad essi dedicati è stata assicurata anche grazie

agli articoli pubblicati sulla stampa internazionale, nazionale e locale, alle trasmissioni tv di emittenti nazionali (Geo, Linea Verde, Sereno-Variabile, Melaverde) e internazionali (la britannica ITV e la ceca TV Nova) oltre alla realizzazione di flyer e cartine tematiche. (mb)

(tm)