

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. 1179 del 29/05/2020

La ripartenza del turismo Trentino

Al via dal 2 giugno l'importante campagna di promozione. Si inizia con l'Italia e a seguire Germania, Austria, Olanda e i principali mercati europei con un media mix che include speciali monografici dedicati al Trentino, spot sulle emittenti radio e tv italiane e una copertura internazionale molto articolata attraverso i canali digital che include per la prima volta Amazon e Pinterest.

È stata presentata poco fa, presso la sede di Trentino Marketing, la nuova campagna di promozione dell'estate dei cui contenuti ha parlato il Ceo di Trentino Marketing Maurizio Rossini, presente anche l'Assessore provinciale al turismo Roberto Failoni, a numerosi direttori e presidenti delle Apt territoriali, ai rappresentanti di Asat e Unat e di altre Associazioni di categoria, collegati per l'occasione in videoconferenza.

«Nella giornata di oggi - ha detto l'assessore provinciale al turismo Roberto Failoni aprendo l'incontro - la Giunta provinciale ha licenziato delibere importanti nell'ottica della ripresa del settore turistico, quella sul Cipat (il Codice identificativo per gli alloggi), sugli eventi all'aperto e sulla riapertura degli impianti a fune. Stiamo inoltre lavorando sulla disciplina per i centri benessere, miniclub e centri estivi in modo da dare risposte precise anche su questo fronte. Ora presentiamo un'importante campagna che è scaturita da una forte sinergia con tutti i territori. Abbiamo dei primi segnali incoraggianti dai nostri operatori e stiamo percependo che c'è voglia di vacanza in Trentino, confidiamo quindi che questa operazione aiuti tutto il sistema a ripartire con positività.»

Questa emergenza, ha modificato i bisogni e le priorità delle persone (e quindi dei turisti). La campagna di comunicazione che sarà lanciata la prossima settimana attraverso una presenza diffusa sui diversi media è stata pertanto pensata per rispondere a queste nuove priorità.

In questo momento di lenta ripresa, i focus primari diventano l'informazione e la rassicurazione per veicolare un nuovo modo di viaggiare in sicurezza e, allo stesso tempo, invitare con delicatezza al benessere e alla gioia di vivere esperienze piacevoli, come quella della vacanza. Perché la natura del Trentino rappresenta in questo momento una promessa rilevante per i turisti in questo contesto di "nuova normalità", dove sostanziare quei benefici fisici ed emotivi che sono mancati negli ultimi tre mesi.

In un Trentino "aperto per natura" si può ricominciare davvero a respirare, dove respirare significa rilassarsi, lasciar scivolare via la tensione e godersi il momento.

La nuova campagna invita quindi ad un respiro più evocativo, coinvolgente e contestualizzato all'interno di immagini che comunicano gioia e voglia di vivere, andando oltre l'atto fisico del respirare per recuperare il proprio tempo, allentare la tensione, ritrovare sé stessi e riacquisire un nuovo equilibrio, in armonia con il verde dei boschi e l'azzurro dei laghi. Nel luogo più suggestivo e vero: il Trentino.

«La nuova campagna - spiega Maurizio Rossini CEO di Trentino Marketing - è rivolta al mercato italiano, ai mercati di lingua tedesca - Germania, Austria, Svizzera - e all'Olanda. I target individuati sono gli sportivi, i curiosi, gli amanti del relax e le famiglie. La campagna estiva, che prenderà il via il 2 giugno, è stata costruita su un media mix solido e nello stesso tempo innovativo. Si inizierà con la carta stampata e a seguire la radio e una campagna TV. Molto articolata e segmentata la copertura di tutto il mondo digital, con nuove partnership con Amazon e Pinterest che si affiancano ai canali Facebook, Youtube, Instagram, ai tanti "verticali" e ai siti di informazione e lifestyle, nonché un'azione rafforzata sui motori di ricerca. I mercati coinvolti sono principalmente Italia e Germania, quindi Olanda, Austria, Repubblica Ceca e Polonia e progressivamente il resto d'Europa. Da questa campagna, con un investimento di oltre 3 milioni di euro tra giugno e agosto, prevediamo di raggiungere 300 milioni di contatti e oltre 1 miliardo di impression».

Speciali stampa e campagna ADV

Grande spazio alla proposta del territorio con al centro i Parchi naturali, i laghi e le attività nella natura. Questi ed altri contenuti saranno veicolati grazie ad esclusivi speciali e monografici dedicati al Trentino di importanti periodici nazionali come Dove, Traveller, Sport Week, D La Repubblica, QN Itinerari, Il Giornale-Stile, e alle uscite speciali su Repubblica Weekend, Corriere della Sera, QN, Il Messaggero. È stata inoltre programmata una importante campagna ADV sulle testate nazionali tra cui D-La Repubblica, Io Donna, Vanity Fair, F, Internazionale, Traveller, Grazia, IL, Grande Gazzetta, Sole 24h, HTSI, Repubblica, Corriere della Sera, QN, Il Giornale, Il Messaggero.

Per i mercati esteri, tra marzo e aprile, è stato realizzato e distribuito il Magazine Trentino, una guida di 52 pagine stampata in oltre 1 milione di copie e allegata a 18 testate in Germania, Austria, UK, Olanda, Polonia, Repubblica Ceca; è stato inoltre pubblicato un numero monografico di 144 pagine dedicato al Trentino dello storico mensile Merian, uscito in Germania nei primi giorni di aprile. È infine in fase di avvio la campagna ADV sui principali quotidiani tedeschi, austriaci e olandesi.

Radio e TV

Per sei settimane il Trentino sponsorizzerà il Meteo di tutti i Canali Mediaset - Canale 5, Italia 1, Rete Quattro, Canale 20, Iris - per un totale di 180 passaggi.

Su RAI 1 il nuovo format estivo Linea Verde Radici dedicherà al Trentino una puntata della durata di 50' nel mese di luglio, e sempre nel corso dell'estate saranno registrate due puntate del programma Mediaset Melaverde di Canale 5 in partnership con le Apt territoriali.

Nelle prossime settimane sulle emittenti italiane - RAI, La7, Sky Italia - è stata programmata la messa in onda di 1.300 spot della durata di 30" e 15".

Per quanto riguarda la radio invece, sono stati programmati spot da 30" e 15" su Radio RAI ed altri network commerciali.

Social Media

A supporto, è stato definito un ambizioso piano di influencer marketing, con la selezione di blogger ed instagrammer sia italiani che esteri. L'obiettivo è amplificare la nostra audience e comunicare, attraverso i canali di questi influencer, i principali driver di vacanza in Trentino: famiglia, laghi, montagna, lifestyle. Naturalmente continua e si intensifica l'attività organica sui social media, con la pubblicazione di post quotidiani su tutti i principali canali della destinazione Trentino (Facebook, Instagram e Twitter). I contenuti sono veicolati sia in Italia che sui mercati internazionali.

Al termine della presentazione Luciano Rizzi - Presidente dell'Apt Val di Sole e coordinatore della Conferenza dei Presidenti delle Apt territoriali - ha dichiarato: «I nostri territori sono di nuovo pronti ad accogliere i turisti, ma questo sforzo va accompagnato da un'adeguata visibilità per far conoscere le molte proposte del Trentino ad una platea ampia e un'azione così importante va proprio in questa direzione.» «Sono molti gli aspetti che apprezzo di questa nuova campagna - ha quindi affermato Gianni Battaiola - Presidente di Asat - a cominciare dal claim originale, da questa forte presenza sulla carta stampata, ma anche per la sua modularità in base alle riaperture dei vari paesi.»

(tm)