

**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. 2487 del 22/11/2016**

**Una campagna di comunicazione da oltre 300 milioni di contatti**

## **E l'inverno parte con i migliori auspici**

**Il settore sta segnando una forte ripresa negli investimenti, nell'impiantistica (61 i milioni investiti nel 2016 dalle società) e nelle strutture ricettive (+44% di domande di finanziamento di lavori). Un ruolo importante in termini di visibilità è giocato dai grandi eventi sportivi con un audience totale che sfiora i 500 milioni di persone**

La stagione invernale si è aperta nel migliore dei modi in Trentino con un afflusso nel primo weekend che ha sorpreso positivamente gli stessi operatori. Un segnale incoraggiante per tutti. Hanno fatto il punto questa mattina il presidente della Provincia con l'assessore provinciale al turismo, il CEO di Trentino Marketing Maurizio Rossini ed i rappresentanti dei mondi economici più significativi: impiantisti, albergatori, Apt d'ambito, Comitati Organizzatori di alcuni importanti eventi sportivi.

Sono dati significativi quelli riferiti dall'assessore provinciale al turismo sugli investimenti più recenti nel settore impianti a fune e nel ricettivo: 61 milioni di euro investiti nel solo 2016 da parte delle società impiantiste, mentre da parte della Provincia autonoma di Trento nel triennio 2014-2016 gli investimenti hanno raggiunto i 46,6 milioni di euro e sono stati già stanziati 32 milioni per il triennio 2017-2019.

Particolarmente degna di nota la ripresa degli investimenti nel settore ricettivo: il periodo gennaio-ottobre 2016 registra un incremento del 44,8% nel numero di alberghi interessati da nuovi lavori rispetto allo stesso periodo del 2015, crescita che nel caso dei campeggi sale al 77%.

«Prendiamo atto che il settore è in ripresa e in crescita - ha spiegato l'assessore provinciale al turismo - e lo certificano le domande di finanziamento delle strutture ricettive private cresciute del 44% rispetto all'anno scorso, come pure in crescita sono gli investimenti nel settore impiantistico. La Provincia autonoma di Trento metterà a disposizione del settore oltre 30 milioni di euro, ma i privati, il dato è dell'Anef Trentino, solo lo scorso anno hanno messo in campo oltre 60 milioni di investimenti, segno che non ci si basa più su una politica di contributi, ma di sostegno che deve arrivare, accompagnato indubbiamente da una disponibilità privata a gestire risorse necessarie per gli investimenti e le novità».

«Il turismo in Trentino - ha sottolineato il governatore della Provincia autonoma di Trento - è un settore che si coniuga con molti altri ambiti e rientra tra le cose che sappiamo fare meglio. Il merito è degli imprenditori che ci mettono risorse e impegno ma anche di un intero sistema, compreso il settore pubblico, che ci crede e continua a investire. Siamo un territorio straordinario e oggi sono qui per dire grazie a tutti coloro che si impegnano per questo risultato».

Tanti investimenti meritano un ritorno ed ecco spiegata la "robusta" campagna di comunicazione attivata da Trentino Marketing che è stata presentata dal CEO Maurizio Rossini. «Una campagna che si avvale di importanti partnership come ad esempio - ha spiegato Rossini - quella con alcune compagnie aeree e il carrier Flixbus che portano gli ospiti alle nostre maggiori destinazioni. Campagna, sull'Italia e sull'estero, tutta giocata su tre fattori di elevata suggestione: i grandi panorami dolomitici, un'offerta sci di altissimo livello. E tutto inserito in un contesto di autentico e raffinato italian style, dal wellness, ai ristoranti, all'après ski».

Azioni che includono una campagna stampa nazionale, un magazine interamente dedicato agli ospiti stranieri veicolato in 750 mila copie con quotidiani e periodici in Russia, Repubblica Ceca e Polonia. Sul

fronte Tv l'importante partnership con Sky Network, che ospiterà una campagna di 185 passaggi tra spot e speciali per comunicare il Trentino al mondo.

Altra importante partnership quella con Eurosport Paneuropa per la sponsorizzazione della Coppa del Mondo di sci con una campagna di 989 passaggi. In Italia sono state programmate una campagna su La7 e una sulle tv locali. Oltre 300 milioni i contatti stimati per questa massiccia attività di comunicazione che sarà affiancata da azioni sulle piattaforme digitali: i temi portanti della campagna saranno diffusi attraverso Google, Facebook e i maggiori portali internazionali dedicati alla neve, arricchiti da contenuti forniti dai territori stessi.

«Un terzo importante asset - ricorda Rossini - è quello dei grandi eventi sportivi in grado di totalizzare un'audience di 494 milioni di spettatori. In Trentino, tra grandi e piccoli, saranno 249 in totale per 334 giornate gara».

Parlando di grandi eventi Matteo Bonapace ha sottolineato «la grande attesa» che sta crescendo attorno alla 3Tre di Campiglio del prossimo 22 dicembre.

«Il successo di tutti questi eventi è dovuto in gran parte al coinvolgimento di migliaia di volontari - ha spiegato Bruno Felicetti a nome del Comitato Organizzatore del Tour de Ski - e all'estero ci viene invidiato e ne dobbiamo essere orgogliosi».

Anche Gianni Battaiola, vicepresidente di Asat, ha commentato positivamente la ripresa degli investimenti nel settore, «in linea con gli obiettivi contenuti nel Piano Marketing». Per Luciano Rizzi, presidente della Conferenza dei Presidenti delle Apt di ambito e Consorzi Proloco, «è una valutazione più che positiva di quanto si sta facendo per proseguire il trend dell'estate».

Francesco Bosco, presidente di Anef Trentino, ha poi commentato molto positivamente l'avvio della stagione: «Siamo sorpresi dagli afflussi registrati in questo primo weekend di apertura, ora rimaniamo concentrati nel produrre neve e preparare al meglio le piste per le prossime settimane».

()