

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. 2553 del 10/10/2014

L'assessore Dallapiccola: "Un'estate che non si riproponeva dal 1924"

METEO + CONGIUNTURA: IL TURISMO ESTIVO RALLENTA

Tra maggio e agosto perdita contenuta di -3,8% negli arrivi e -4,6% nelle presenze. Illustrato il piano di comunicazione della Trentino Marketing che tra conferme e novità punta a consolidare ulteriormente le presenze complessive nella stagione invernale. Successo per la nuova "Trentino Guest Card". Presentato anche il nuovo marchio aziendale-

Non sono nuvole così nere quelle che nell'estate 2014 si sono addensate, mese dopo mese, sul sistema del turismo trentino, costretto a fare i conti con le difficoltà conseguenti il perdurare di una crisi economica senza precedenti per l'Italia e l'Europa, e alle quali si è aggiunta una situazione meteorologica particolarmente sfavorevole, che ha ulteriormente penalizzato e condizionato arrivi e presenze, in particolare quelle degli ospiti italiani.

Una perdita che è stata contenuta in -3,8% negli arrivi certificati e un -4,6% nelle presenze e determinata appunto dalle assenze degli italiani. I flussi complessivi registrati fra maggio e agosto si quantificano in 1 milione 541.150 di arrivi e 7 milioni 344.601 di presenze.

Il calo dei turisti italiani è stato compensato in parte dalla crescita degli ospiti stranieri, un trend costantemente positivo negli ultimi quattro anni e che ha toccato 666.388 arrivi e 2 milioni 869.471 mila presenze, innalzando al 39,1% il grado di internalizzazione estiva, ovvero la percentuale di presenze straniere certificate sul totale.

Per contro, grazie ai numeri molto positivi registrati nella stagione invernale, il bilancio dei flussi del solo settore alberghiero, nei primi otto mesi dell'anno, evidenzia una crescita rispetto all'anno precedente per gli arrivi (+1,5%) e una sostanziale tenuta nelle presenze (-0,3%).

La conferenza stampa per la presentazione dei dati estivi e dei progetti della Trentino Marketing per il prossimo inverno ha fornito lo spunto all'assessore provinciale al turismo Michele Dallapiccola per fare il punto su questo settore strategico dell'economia trentina.

"Una stagione estiva così non si registrava dal 1924 - ha esordito Dallapiccola - ma questo andamento ci ha portato a riflettere con i territori rispetto alle future strategie e all'importanza di diventare più attrattivi nei confronti dei mercati internazionali anche nei mesi caldi".

Nel contempo l'assessore Dallapiccola ha colto l'occasione per fare il punto sulla costituzione della nuova Trentino Marketing, sull'iter del nuovo D.L. del turismo, che approderà in aula la prossima settimana e che andrà a definire meglio il ruolo dei diversi attori del turismo trentino.

Nell'incontro di questa mattina, l'amministratore unico Paolo Manfrini, oltre ai dati estivi, ha presentato il nuovo marchio aziendale di Trentino Marketing - Società per il turismo, definizione che sottolinea il ruolo di regia nella promozione. Sono stati poi forniti i dati relativi alla "Trentino Guest Card" che, ampliando l'offerta di servizi accessibili nei diversi ambiti, ha potuto registrare crescite importanti, sia per il numero di utenti che di accesso ai servizi, di cui ha fruito nell'estate 2014 ben il 14% degli ospiti.

Maurizio Rossini, direttore di Trentino Marketing, ha poi passato in rassegna le iniziative di promozione per la stagione invernale 2014/2015, che puntano in particolare ad accrescere ulteriormente la quota di ospiti stranieri, più diversificata rispetto all'estate. Dai grandi eventi sportivi che Rossini ha definito "il volto bello del Trentino nel mondo", alle iniziative di web marketing con la novità del progetto di Content Marketing dedicato a quattro canali tematici e a quelle di comunicazione in Italia e all'estero, alle azioni con i tour operator internazionali, alle attività con i media.

(m.b.) -

