

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. 2956 del 17/10/2013

Dal workshop Cultways le tendenze di un viaggiatore sempre più digitale

IL TURISMO TARENTINO VIAGGIA SEMPRE PIÙ ON-LINE

Le nuove tendenze del marketing turistico incontrano anche il mondo dei social network e della rete, dove spesso i "viaggiatori" si informano e cercano recensioni sulle località che intendono visitare. Fondamentale, quindi, è incontrare anche le esigenze di una clientela che viaggia ormai quasi esclusivamente on-line. Ma come i social media stanno cambiando il modo di fare marketing per le strutture ricettive e gli operatori turistici? Quali le opportunità offerte da Facebook, Twitter, LinkedIn e altri strumenti web che raccolgono gradimenti e commenti degli utenti? Se ne è parlato nel pomeriggio di ieri a Rovereto nell'ambito del workshop europeo dedicato al turismo culturale e tecnologie mobili a chiusura del progetto Cultways coordinato da Trentino Sviluppo.-

Positivi esempi arrivano in tal senso dal nostro territorio. Alessandro Angelini (Trentino Sviluppo, Divisione Turismo e Promozione) ha presentato la nuova esperienza di Visittrentino, ecosistema digitale dove convivono tre anime: quella web, quella social e quella mobile. Informazioni ed emozioni sono i contenuti che vengono veicolati attraverso questa APP territoriale, declinata nelle varie sfumature di opportunità vacanza, nata su web e poi ampliata attraverso le potenzialità della nuova tecnologia. Un'esperienza che va incontro alle esigenze di una clientela sempre più selettiva, che vuole apprezzare e vivere il territorio esplorando ogni aspetto culturale, sportivo ed enogastronomico. La sfida, ora, è rivolta all'estero per incontrare le curiosità di una comunità turistica fuori dai confini italiani che si informa on-line.

Un altro esempio è anche quello delle campagne avviate dall'Apt Valsugana e illustrate da Luca D'Angelo, direttore dell'Apt Valsugana. Ci si riferisce alle campagne emozionali, come "Adotta una mucca", che sempre più viaggiano sul web sfruttando le potenzialità di immagini, suoni, musica ed emozioni. I video, una sorta di cartoline da spedire on line, colpiscono per l'originalità e la simpatia dei protagonisti, tutti trentini e viaggiano sul web grazie ad un effetto virale a tutto tondo. Più che positivi i numeri, con oltre 22 mila "visite" nell'ultimo mese, cifra destinata ad aumentare in futuro.

Ha parlato di innovazione nel settore turistico anche Sergio Cagol (Trento Rise) accendendo i riflettori sui viaggiatori digitali. Una rivoluzione sociale, prima che tecnologica, che condiziona fortemente i comportamenti degli utenti e cambia il modo di comunicare a tutti i livelli. Le persone guidano questa trasformazione attraverso nuove forme di connessione e socializzazione: il turismo, per rimanere al passo con i tempi, deve necessariamente intercettare queste esigenze e farle proprie, rivoluzionando gli scenari tradizionali di marketing e andando incontro alle richieste di un turista sempre più protagonista delle proprie esperienze. I social media diventano così un ulteriore canale di comunicazione da aggiungere agli altri nel media planning relativo alle campagne di promozione turistica, strumenti innovativi ed emozionali in grado di rivoluzionare la piramide delle relazioni e la catena decisionale del turista tipo. (sg) -

()