



Dagli spot su Eurosport alle “esperienze vere” da comunicare **SPORT E WEB MARKETING PER LANCIARE L’INVERNO**

Tra nuove strategie e riconferme le azioni di Trentino Marketing puntano a consolidare ulteriormente le presenze complessive grazie alle molte qualità di un prodotto turistico che nell’ultima stagione invernale non ha subito i contraccolpi della congiuntura nazionale ed europea

É l’inverno il “prodotto” turistico più forte e affermato del Trentino, dove la qualità delle piste e delle infrastrutture, unita all’alta tecnologia che caratterizza la maggior parte dei 242 impianti, riesce a fare la differenza pur di fronte al protrarsi della congiuntura che affligge il nostro paese e l’Europa.

Favorita certamente dall’abbondanza delle precipitazioni, l’ultima stagione invernale 2013 /2014 ha infatti premiato gli operatori del settore con un +8% negli arrivi e un +7% nelle presenze, un dato ampiamente positivo se confrontato con altre realtà dell’arco alpino e riferibile sia alla componente italiana che a quella straniera. É partendo da questi numeri che Trentino Marketing ha ridefinito le sue strategie per la prossima stagione invernale 2014/2015 per conseguire attraverso progetti mirati e nuovi strumenti tre obiettivi fondamentali: rafforzare il “messaggio” sci, Dolomiti e Italian style; consolidare le presenze complessive; crescere negli ospiti internazionali

Una parte rilevante delle azioni avranno come comune denominatore lo **sport**. Nella provincia “più sportiva” d’Italia” come recentemente decretato dal maggiore quotidiano sportivo nazionale, la Gazzetta dello Sport, ospitare e organizzare grandi eventi sportivi è una tradizione più che consolidata e che fa emergere uno dei grandi valori di questa terra, quello del volontariato. Saranno ben **11 le manifestazioni** di livello internazionale ospitate in Trentino nell’inverno 2014/15. Tre eventi in particolare caratterizzeranno il Trentino sui grandi media internazionali: la **Coppa del Mondo di sci alpino** che il 22 dicembre farà ritorno a Madonna di Campiglio per lo slalom maschile della 3-Tre in notturna sul Canalone Miramonti, la tappa del **Tour de Ski** e la **Coppa del Mondo di sci nordico** in Val di Fiemme tra gennaio e febbraio.

Partner del Trentino, che ospiterà nell’inverno 2014/2015 gli allenamenti delle varie squadre, saranno la **Nazionale Italiana** e quella **Norvegese di sci**, rispettivamente in Val di Fassa e sulla Paganella, la **Nazionale Italiana Ghiaccio** a Baselga di Pinè e con la novità della **Federazione Tedesca e della Federazione Polacca Maestri di Sci**, i cui professionisti verranno sulle nevi della nostra provincia per corsi di formazione e scambi di esperienze tra scuole di sci.

L’invito a scoprire le qualità del prodotto neve e a vivere le suggestioni dell’inverno sarà il messaggio affidato al campione dello sci norvegese **Axel Lund Svindal** testimonial d’eccezione del Trentino negli **spot** (850, per un totale di 9.300 secondi) che tra novembre e marzo saranno trasmessi su **Eurosport 1 e 2** in occasione degli appuntamenti del circuito



della Coppa del Mondo di sci alpino e di sci nordico, per un potenziale di contatti superiore ai **228 milioni** di telespettatori.

Sempre sul fronte delle azioni di marketing, diverse le novità relative alle strategie sviluppate attraverso lo strumento del **web**, che punteranno a coinvolgere e a dialogare con una potenziale nuova domanda attraverso idee, suggerimenti e consigli, in particolare offrendo **esperienze vere** e da condividere nell'inverno trentino su specifici temi, in particolare outdoor, famiglia, prodotti, natura. Il tutto sarà accompagnato da campagne mirate sui principali siti tematici dedicati a sci, famiglie, outdoor. Oltre **3 milioni** sono i contatti attesi, dall'insieme di queste azioni, sul portale visittrentino.it e quelli delle Apt territoriali.

Particolarmente proficua sono state le iniziative di **trading** finalizzate a mettere in contatto diretto domanda e offerta e nel segno di una sempre maggiore internalizzazione. Nel corso delle azioni svolte nel 2014, dal "Good Buy Trentino" a San Martino di Castrozza, gli workshop all'estero a Stoccolma, Londra-Edinburgo, in quattro località Russe e al Forum svizzero "The Alps" ad Arosa, al TTI di Rimini in corso da domani e alla Fiera Skipass a fine mese, sono stati creati **490 contatti con tour operator** e circa **3200 contatti tra buyers**.

Il segno «più» ha caratterizzato nella stagione 2013/2014 anche l'iniziativa «**Fly Ski Shuttle**»: sono stati ben 7640 i turisti che hanno approfittato del servizio navetta che porta direttamente gli ospiti dall'aeroporto alle piste da sci del Trentino, con un incremento del 28,3% rispetto all'anno precedente. Il servizio sarà riproposto anche nel prossimo inverno, per favorire il trasporto di tutte quelle persone che scelgono la nostra provincia per le proprie vacanze invernali e in particolare gli ospiti stranieri. Sarà disponibile ogni weekend, dal 6 dicembre fino al 5 aprile, oltre alle giornate del 26 dicembre, del 2 gennaio e del 6 aprile.

E dopo il successo della prima edizione, ritornerà l'appuntamento con «**Trentino Ski Sunrise**», iniziativa lanciata lo scorso inverno da Trentino Marketing. Immutata la formula: le prime luci dell'alba, l'aria frizzante, la neve immacolata e un incantevole paesaggio saranno abbinati ad una ricca colazione in rifugio, dolce e salata, con i sapori tradizionali locali, in un contesto paesaggistico di forte impatto emotivo. Appuntamento ogni sabato, da gennaio a marzo, per godersi un'inedita e affascinante discesa sulla neve "vergine", per un incontro tra il mondo della neve e i sapori trentini, proposti nei rifugi sulle piste delle skiarea trentine.

Per quanto riguarda le azioni di **comunicazione**, la prima presentazione ufficiale della stagione invernale 2014/ 2015 avverrà il 18 ottobre all'**Allianz Arena a Monaco di Baviera**. A fine mese, dal 30 ottobre al 2 novembre, in occasione della **Fiera Skipass Modena** insieme alla stagione invernale sarà presentato in anteprima il «**Progetto Meteo**» elaborato da Trentino Marketing in collaborazione con la Società Meteorologica Italiana di **Luca Mercalli**. A novembre ulteriori incontri con i media a **Milano** e **Roma**, mentre nel corso della stagione si succederanno i viaggi stampa individuali, le attività sui social, i lanci nazionali di comunicati e newsletter per un totale stimato in circa **5000 contatti media**.

(m.b.)

Trento 10 ottobre 2014