

## TURISMO

Presentata la campagna  
primaverile ed estiva  
Coordina Trentino Marketing

# Failoni: jeep in montagna, sì al raduno

«Grandi eventi promuovono i territori»  
Inverno: italiani meno 2%, più stranieri

DENISE ROCCA

TRENTO - Aumento dei prezzi, grandi manifestazioni, autonomia delle singole Aziende per il Turismo nella scelta degli eventi e una promozione unitaria coordinata da Trentino Marketing sono i punti fermi del futuro del turismo trentino delineati ieri mattina dall'assessore provinciale al turismo **Roberto Failoni** in occasione della presentazione della promozione primaverile ed estiva nella sede di Trentino Marketing. «Quello dell'aumento dei prezzi - ha detto l'assessore - è una delle sfide che attendono le Apt nei prossimi anni,

Si punta sui social network: a giugno a Trento blogger, instagrammer, youtuber. Nuovi contatti in Russia, Cina, Sud Corea

convincendo gli operatori del valore di ciò che possono offrire anche in termini di strutture e servizi». Dentro questa offerta un ruolo importante è svolto dai grandi eventi. «Sono un volano eccezionale per i territori - ha ricordato l'assessore, anche in riferimento al raduno di jeep in Primiero che ha causato diverse polemiche nei giorni scorsi - e che i nostri competitor più vicini oggi ci invidiano». Non ha mai nascosto Failoni di essere favorevole agli event in quota, pur con delle linee guida di gestione, e davanti ad una platea di direttori e presidenti di Apt ha ribadito il concetto, rimbeccando anche chi si è espresso criticando la scelta dell'Apt di San martino di Castrozza. «Le singole Apt sono autonome nello scegliere i propri eventi, ogni territorio sa ciò di cui ha bisogno». Ad aprire i lavori l'amministratore de-

legato di Trentino Marketing **Maurizio Rossini** con i dati della stagione invernale appena conclusa caratterizzata da un leggero calo nelle presenze della componente italiana, fra l'1 e il 2 per cento, e una crescita degli ospiti internazionali. Per il futuro si punta sulla promozione multicanale, e i social hanno un posto speciale tanto che dal 4 al 19 giugno, sarà ospitato a Trento l'evento #Traverse19: la conferenza della contemporaneità. In collaborazione con una delle maggiori agenzie internazionali specializzate nell'influencer marketing - settore del marketing digitale che coinvolge le persone per parlare alle persone con l'intento di fare formazione e creare rete e informazione - il Trentino ospiterà la conferenza annuale che costituisce uno degli appuntamenti più attesi in Europa dagli influencer digitali. Sono attesi 400 partecipanti tra blogger, instagrammer e youtuber internazionali.

Il resto della promozione primaverile ed estiva passa da tv, radio, giornali e dal magazine stampato in un milione di copie. Le azioni in corso e in programma sono rivolte ai mercati di Italia, Germania, Austria, Svizzera, per la campagna della primavera, mentre la campagna sull'estate è prevista per un panel più ampio di mercati che include Olanda, Belgio, Inghilterra, Repubblica Ceca, Polonia Francia, Spagna e, fuori dall'Europa, Stati Uniti, Russia, Cina, Corea del Sud.

In particolare, la campagna Tv per l'estero ha puntato sui mercati più vicini ed è articolata su 227 spot da 20 secondi sulla tv svizzera tedesca per un totale di 3 milioni di contatti previsti. Per lanciare l'estate, invece, sono previste 39 uscite tra Italia ed estero con 17 testate coinvolte e 15,5 milioni di contatti previsti. La campagna Tv ha invece previsto 4.827 spot e 100 "cartoline" sulle emittenti del gruppo Mediaset, Sky, Eurosport, Super Tennis, il gruppo di tv della Repubblica Ceca e della Polonia - Tv Nova, Tv Enne, Polsat e Prima Tv - per 180 milioni di contatti complessivi stimati.

L'assessore provinciale al turismo **Roberto Failoni**, a sinistra, e l'amministratore unico di Trentino Marketing **Maurizio Rossini**, a destra (foto Paolo Pedrotti)



## SAN MARTINO DI CASTROZZA



## Raduno di 600 Jeep, il comitato Parco ribadisce il netto no

Non si placano le polemiche per il Jeep Camp in programma a San Martino di Castrozza dal 12 al 14 luglio. Ma se a Belluno gli operatori criticano il sindaco per non essersi adoperato abbastanza per strappare la manifestazione ai suoi vicini obbligandolo a giustificarsi in tv dicendo che «FCA aveva già deciso di andare a San Martino di Castrozza e nulla si è potuto», in Trentino il comune di Primiero San Martino è accusato di rappresentare un «decisore pubblico che non ha la coscienza della propria identità particolare, che non ha ancora maturato una visione culturale di insieme». La critica arriva da tre membri del comitato di gestione del Parco Naturale Paneveggio Pale di San Martino: Nicola Chiavarelli, membro supplente per il Comune. Ettore Sartori, rappresentante delle associazioni protezionistiche, e Anna Facchini, presidente della SAT.

«Un territorio che ha queste potenzialità naturali - si legge nel documento firmato dai tre membri - va accompagnato a trovare una propria via. Accogliere tra le Pale di San Martino 600 SUV fuoristrada, con motore a scoppio equivale a: 600 no grazie. L'Ente Parco deve proporre il proprio netto, forte invito al rifiuto nei confronti di azioni arroganti come questa».

Nel frattempo l'agenzia Pielle che gestisce il raduno per conto del gruppo FCA, ha fatto un incontro con il Comune, l'Apt e gli impiantisti dell'area Ces richiedendo una lista di una trentina di percorsi motoristici percorribili per poi scegliere una decina da destinare alle prove su jeep di giornalisti accreditati. Il nodo da sciogliere è la possibilità di allestire il Jeep Camp nel parcheggio degli impianti Ces: con palco, stand espositivi e ruota panoramica di 25 metri.