



COMUNICAZIONE

DOLOMITI PAGANELLA SI TRASFORMA E NASCE VISIT PAGANELLA: PRESENTATO IL NUOVO BRAND IN LINEA CON I VALORI DEL TERRITORIO

Publicato da **Redazione** 30/10/2024



MEDIA



Dolomiti Paganella si trasforma e nasce Visit Paganella: presentato il nuovo brand in linea con i valori del territorio

La destinazione turistica trentina cambia volto e guarda al futuro.

Presentato il nuovo brand di destinazione che permetterà di comunicare al meglio il territorio a ospiti e turisti: nuovi loghi, un nuovo nome, un approccio

alla scrittura totalmente rivisitato e due nuovi siti web per poter raggiungere le persone che condividono e riflettono i valori della comunità.

Il 29 ottobre 2024, la comunità dell'Altopiano della Paganella si è riunita nella sala del palacongressi di Andalo per un nuovo passo verso il futuro. A fare da bussola, il processo di cambiamento avviato nel 2019 dal Dolomiti Paganella Future Lab, progetto pensato per ragionare sui cambiamenti che la Comunità sta vivendo e per renderla più resiliente e capace di immaginare il futuro, elaborando dei modelli di sviluppo coerenti con le sfide attuali.

La serata, presentata dal giornalista Enzo Passaro, ha coinvolto oltre 300 persone e si è aperta con un caloroso benvenuto dell'Assessore al Turismo della Provincia Autonoma di Trento, Roberto Failoni, che ancora una volta ha ribadito l'apprezzamento verso il modus operandi lungimirante e innovativo dell'Azienda per il Turismo Dolomiti Paganella. "La Paganella è un ambito che vola e si sa mettere continuamente in discussione. Sa che si può ancora crescere puntando sulla qualità e non sui numeri", ha spiegato Roberto Failoni.

"I grandi cambiamenti che la destinazione ha intrapreso in questi cinque anni hanno portato alla consapevolezza di dover mettere in moto un cambio di passo anche nella comunicazione, passando da una strategia basata sul prodotto a una basata sui valori, espressi nella Carta dei Valori", ha affermato con entusiasmo il Presidente dell'Apt Dolomiti Paganella, Michele Viola, che da sempre crede e sostiene i diversi passaggi del Future Lab, un percorso che ha coinvolto necessariamente anche il brand della destinazione stessa e il modo in cui l'Azienda per il Turismo si presenta e si racconta agli ospiti.

"Sentiamo la necessità di cambiare approccio, abbandonando una comunicazione mossa dai canonici principi mercato-demografici per spostarci gradualmente verso una comunicazione ispirata dalla volontà di far sentire i nostri ospiti parte della comunità. Dobbiamo poter raggiungere le persone che condividono e riflettono i nostri valori e incoraggiare un comportamento più responsabile", ha aggiunto Luca D'Angelo, direttore da ormai 10 anni dell'Azienda per il Turismo. "Il nuovo brand arriva dopo un lungo periodo di riflessione che ha coinvolto l'intera comunità, che ha accolto in modo del tutto naturale e conseguente questo cambiamento, perché il brand, la storia e l'identità di Visit Paganella è proprio la comunità, non l'Apt".

Nuovi loghi: l'ispirazione arriva dal territorio

Partner del Dolomiti Paganella Future Lab fin dai primi passi è stata l'agenzia danese Frame & Work guidata da Emil Spangenberg che, durante la serata, ha spiegato i principi alla base della nuova brand Identity, oltre che il nuovo logo di destinazione.

Ispirato ai timbri dei rifugi che gli escursionisti possono collezionare — un modo per raccogliere souvenir sostenibili durante l'esplorazione della natura —, agli stemmi alpini e ai segnavia dei percorsi montani, il nuovo logo di destinazione ha come simbolo un abete disegnato con tratti semplici e si presenta con un font lineare e con colori legati al territorio: il verde degli abeti e il rosa ispirato all'enrosadira delle Dolomiti. A questo si aggiungono i loghi di ognuna delle sette località che compongono l'ambito turistico, che hanno scelto una propria identità visiva (collegata al brand di destinazione) caratterizzata da disegni, colori, pattern e immagini personalizzati in base alla propria identità locale. Nonostante le differenze, il risultato ottenuto dimostra unione, coesione e dà ordine alla precedente situazione, caratterizzata invece da stili, colori e grafiche molto diverse tra loro.

Un nuovo nome: il potere delle parole

A cambiare sarà anche il nome del brand, che da "Dolomiti Paganella" diventa "Visit Paganella": una scelta dettata da numerosi studi che hanno evidenziato come l'ambito turistico sia riconosciuto dagli ospiti e cercato nei motori di ricerca come "Paganella", un termine che supera di gran lunga "Dolomiti Paganella". La parola "Dolomiti" — inserita nel nuovo logo — rimane strategica per il posizionamento geografico e, insieme al marchio ombrello del Trentino, garantisce una penetrazione importante anche sui mercati internazionali che riconoscono il bene Patrimonio Unesco.

Sul palco, ad approfondire gli aspetti terminologici, anche l'esperta di scrittura e copywriter Luisa Carrada, che in questo percorso ha aiutato lo staff dell'Apt e dei consorzi nella scelta delle parole adatte a incuriosire, infondere fiducia, ma, soprattutto, a far già sentire e immaginare come potrà essere una vacanza o un soggiorno in Paganella. Per tutti gli operatori, a partire dal 30 ottobre, saranno disponibili workshop di scrittura che forniranno una preziosa guida creata

appositamente dall'esperta per riuscire a comunicare al meglio la nuova narrativa del territorio.

“I potenziali ospiti o clienti vi incontrano prima di tutto attraverso le parole che scegliete di usare sul sito, sui social o in un'email di risposta a una richiesta di informazioni”, ha spiegato Luisa Carrada. “Non sanno ancora chi siete, non conoscono il vostro albergo, il vostro negozio, il vostro ristorante, la vostra scuola di sci, il vostro rifugio. Potrete così raccontare al meglio la vostra attività, sempre in sintonia con la Carta dei Valori, a partire dai 5 pilastri sui quali costruire il nostro futuro sostenibile”.

Due nuovi siti web: un ecosistema digitale di comunicazione

La nuova comunicazione deve essere coerente anche con la presenza sul web, per questo l'Apt Dolomiti Paganella rinnova il suo posizionamento online seguendo un approccio strategico innovativo: due i nuovi siti web realizzati da Kumbe, agenzia digitale trentina specializzata nella creazione di piattaforme digitali per DMO (Destination Management Organization) e destinazioni turistiche.

VisitPaganella.it, un sito ispirazionale, realizzato nel pieno rispetto dei principi della Carta dei Valori, nasce per posizionare il brand Paganella e trasmettere identità, ideali e spunti di viaggio. Presentando i contenuti in un formato innovativo, attraverso articoli visualizzati in un carosello di stories, simile a Instagram, per un'esperienza coinvolgente e visivamente accattivante, il sito si propone così di ispirare e informare, utilizzando foto e video di alta qualità, in linea con l'identità territoriale, puntando su narrative e storie in grado di risuonare profondamente con il pubblico e collection che accompagneranno l'utente ispirandolo per tematiche. Progettato con un approccio mobile first, che privilegia la fruizione da dispositivi mobili, e un'esperienza utente semplificata, è inoltre facile e immediato da navigare.

La piattaforma ispirazionale sarà la porta d'accesso a Ktips.visitpaganella.it, il nuovo sito informativo dove l'utente a casa e il turista in destinazione possono trovare tutte le informazioni necessarie per pianificare, organizzare e vivere al meglio la propria vacanza. Grazie all'integrazione con software di gestione come Feratel, il sito — basato sulla piattaforma informativa multicanale K•Tips di Kumbe — fornirà aggiornamenti in tempo reale su eventi, aperture di

impianti e punti d'interesse e altre notizie utili, e faciliterà le operazioni commerciali e di vendita da parte degli operatori locali, che avranno così a disposizione un ulteriore canale ufficiale dove mostrare offerte e promozioni. Il portale informativo farà quindi da connettore di informazioni grazie a un database centralizzato che gestisce i contenuti e i dati automaticamente, divulgandoli attraverso differenti canali.

I due siti sono stati concepiti per dialogare tra loro e con tutte le altre piattaforme di destinazione esistenti, creando così un “ecosistema digitale di destinazione” che semplifica il caricamento dei contenuti e permette l'integrazione con le soluzioni di digital intelligence sviluppate da Trentino Marketing nell'ambito del progetto Trentino Guest Platform. Un'iniziativa unica nel panorama regionale e nazionale, che, grazie alla K•Suite, permette di collegare le piattaforme e tracciare tutto il traffico, rendendo Visit Paganella una destinazione realmente smart.

“Rispondere alla richiesta innovativa di creare due portali distinti, ciascuno con obiettivi specifici ma perfettamente integrati in un vero e proprio ecosistema digitale, è stata un'esperienza per noi molto stimolante”, commenta Nicola Mosca, CEO di Kumbe. “Un progetto ambizioso, che abbiamo affrontato lavorando fianco a fianco con le persone di Apt Dolomiti Paganella, con cui si è confermata e rinnovata una collaborazione consolidata che dura ormai da oltre dieci anni, da cui era nato anche il precedente portale di destinazione, e che testimonia fiducia, comunione di intenti e di visione, ma soprattutto il valore delle relazioni umane, che per noi è elemento centrale del nostro lavoro Human to Digital“.

Questo percorso di cambiamento è stato reso possibile anche grazie all'importante supporto economico de “La Cassa Rurale Adamello Giudicarie Valsabbia Paganella”, rappresentata durante la serata dalla presidente Monia Bonenti e dal direttore Marco Mariotti.

COMUNICAZIONE

Publicato da



Redazione



30/10/2024

[dolomiti_paganella](#)

