



## Valtellina: "Positivo il trend di visitatori"

24/01/2018 15:14

*Focus sulla comunicazione, storytelling e pilastri di prodotto tra valle e montagna, enogastronomia, cultura e tradizioni*



Valtellina Turismo svela la sua strategia di promozione, che strizza l'occhio ai canali social e punta su i diversi aspetti della sua offerta, con l'obiettivo di ampliare la conoscenza della destinazione sia sul consumatore finale sia sugli operatori del settore. Per questo sarà presente alla Bit 2018, con uno spazio all'interno dello stand di **Regione Lombardia**.

La Valtellina è una destinazione da vivere tutto l'anno e la Bit 2018 sarà una nuova occasione per far conoscere ai visitatori le potenzialità del territorio. In questo periodo ci sono numerose offerte e promozioni per l'inverno 2017/2018 nelle varie località sciistiche. Dallo skipass free alle "Family Week" dedicate alle

famiglie, senza dimenticare le offerte specifiche per i weekend o le proposte che includono il trasporto con treno e navetta. A completare l'offerta anche il segmento **termale e l'enogastronomia**.

## Il trend dell'inverno

La stagione invernale sta registrando numeri positivi importanti. Dall'Alta Valtellina con in testa Livigno e Bormio, passando per le stazioni della Media Valle come Valmalenco e Aprica, fino ad arrivare a Madesimo, unanimi i **commenti positivi** relativi alle festività natalizie appena trascorse. "L'inizio dell'inverno ha **registrato numeri importanti**, le abbondanti nevicate e la Coppa del Mondo dello scorso dicembre a Bormio hanno contribuito a segnare un trend positivo di visitatori sulla destinazione", spiega la **presidente di Valtellina Turismo e albergatrice del bormiese, Barbara Zulian**.

## I progetti e la strategia

"Stiamo **lavorando sulla comunicazione online/offline**, promuovendo un'immagine di qualità della destinazione multi target e multi prodotto; continueremo a comunicare l'offerta del territorio in chiave strategica e con uno **storytelling moderno** in grado di valorizzare le molteplici peculiarità della destinazione. Valorizzeremo ancor di più i pilastri di prodotto quali la valle e la montagna, l'enogastronomia, la cultura e le tradizioni, l'ospitalità, il valore degli abitanti, portando particolare attenzione al prodotto invernale e la primavera/estate 2018", afferma **Lucia Simonelli, destination manager**.

Tra i progetti curati quest'anno da Valtellina Turismo, c'è la **presenza sui social**, la realizzazione del nuovo Blog Amolavaltellina.eu, la nuova campagna di comunicazione "Risveglia i tuoi sensi", oltre a nuovo materiale informativo e promozionale sulla ricettività e la ristorazione valtellinesi presente su valtellina.it

