



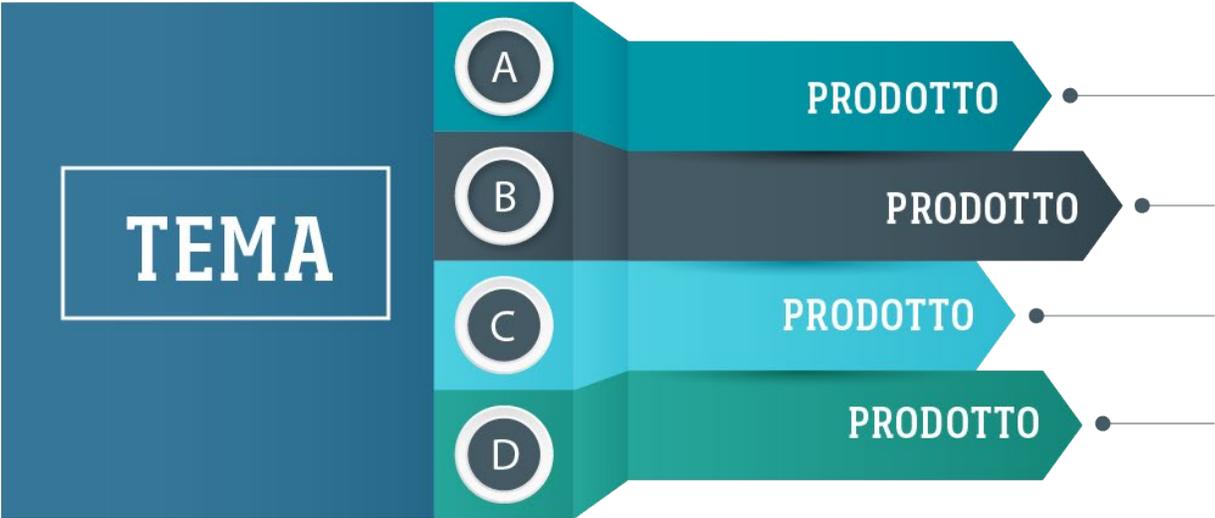
PIANO EDITORIALE PRIMAVERA 2018



LO SCHEMA DI LAVORO

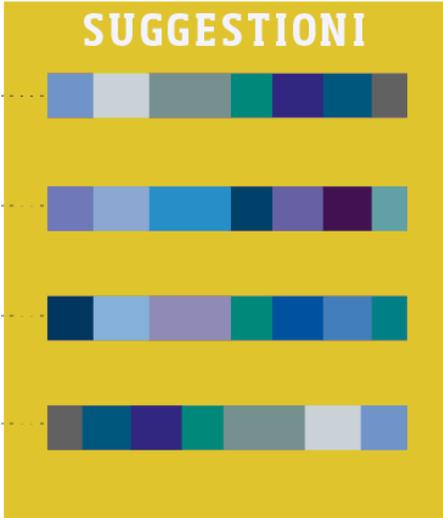


COSA TROVERAI?



Driver di vacanza

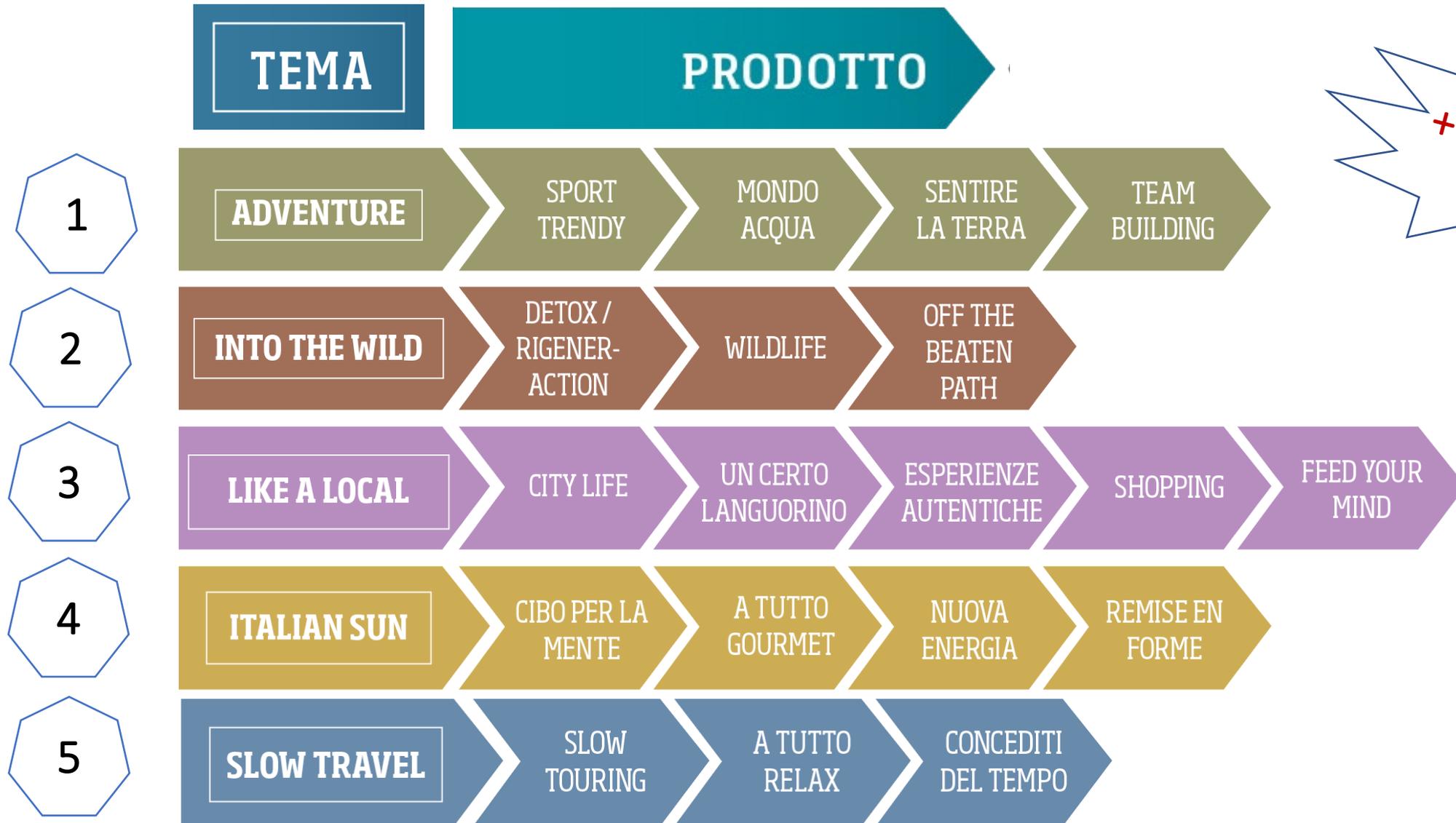
Tipologia di esperienza da poter vivere nel territorio, relativa allo specifico driver identificato.



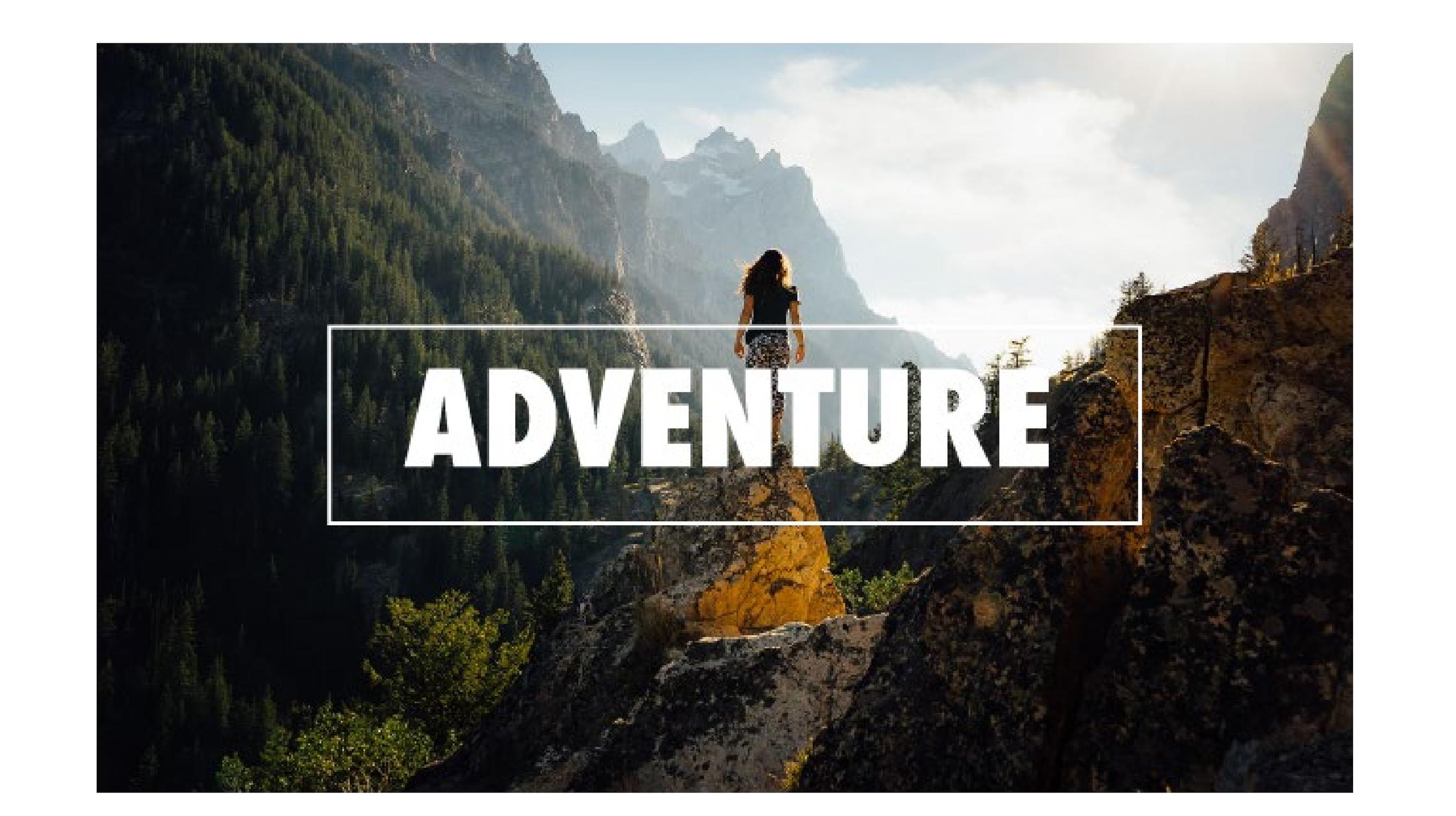
Esempi di attività, e/o ricettività relativi ai prodotti identificati.

ATTENZIONE:
sono solo esempi, l'elenco non è esaustivo!

IL PED PRIMAVERA 2018



+ SUGGERIMENTI

A woman with long dark hair, wearing a black top and a patterned skirt, stands on a rocky outcrop. She is looking out over a vast mountain landscape. In the background, there are jagged, snow-capped mountain peaks under a cloudy sky. To the left, a dense forest of evergreen trees covers a steep slope. A waterfall is visible in the distance, cascading down a rocky cliff. The overall scene is one of natural beauty and adventure.

ADVENTURE

ADVENTURE

SPORT
TRENDY

MONDO
ACQUA

SENTIRE
LA TERRA

TEAM
BUILDING

CONCEPT

Una vacanza all'insegna della dinamicità e del movimento, con grande attenzione per l'ambiente e una forte inclinazione ad interagire con esso. Si è alla ricerca di autenticità e si ha voglia di confrontarsi con esperienze nuove, uscendo dalla propria comfort zone.

DECLINAZIONI DI VACANZA

Vacanze sportive/multi-sportive, vacanze avventura (anche per famiglie), solo travel (donne), vacanze estreme

ESEMPI DI RICETTIVITÀ IDEALE

Hotel sport friendly (es. bike e trekking friendly), residence, campeggi, rifugi, hotel per famiglie

Fra i club di prodotto: Dolomiti Walking Hotel, Trentino Outdoor e Giocovacanza

ADVENTURE

SPORT
TRENDY

MONDO
ACQUA

SENTIRE
LA TERRA

TEAM
BUILDING

TARGET



Performers: benestanti, determinati, sempre connessi e tecnologici. Lavorano sodo, mirano al successo e si meritano esperienze esclusive nel tempo libero. Disponibili ad investire molto sia nella vacanza che nell'attrezzatura sportiva. Trendsetter alla ricerca di nuove esperienze, compresi nuovi sport. Tendenza a viaggiare da soli, in coppia, con amici e famiglia.



Adaptive Navigators: reddito medio. Giovani, flessibili e orientati al risultato, pragmatici e ben organizzati, hanno necessità di sicurezza e di vedere confermati i propri valori, soprattutto quelli della famiglia-amici. Tendenza a viaggiare in coppia e con amici.



Sensation oriented: "very trendy people". Alla ricerca di divertimento, emozioni, e avventura. Originali e ribelli, vivono nel qui e ora (soffrono di FOMO) e tendono a cercare una via di fuga dalla realtà. Independenti, spontanei, trendy. Tendenza a viaggiare da soli (donne), in coppia e con amici.



Cosmopolitan avangarde: gli "startupperi". Anticonformisti, creativi ed individualisti. Alla ricerca della propria autorealizzazione (self-made), mentalità in continua evoluzione. Sovrani digitali e globali. Tendenza a viaggiare da soli (bleisure, "ufficio diffuso") e in coppia.

MOTTO

*Quando è stata l'ultima volta
che hai fatto qualcosa per la
prima volta?*

ADVENTURE

SPORT
TRENDY

MONDO
ACQUA

SENTIRE
LA TERRA

TEAM
BUILDING



Parapendio



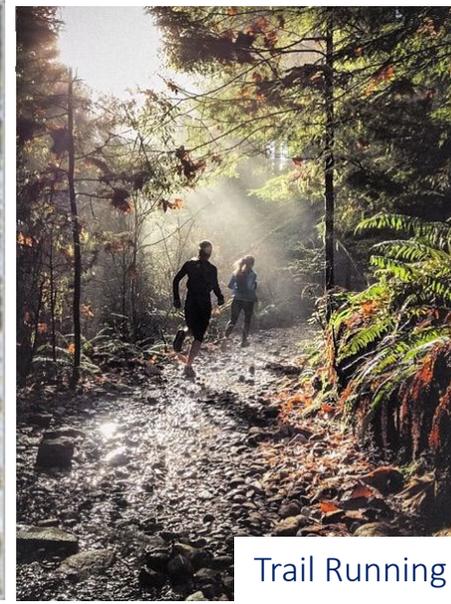
River Trekking



Bouldering



Arrampicata family

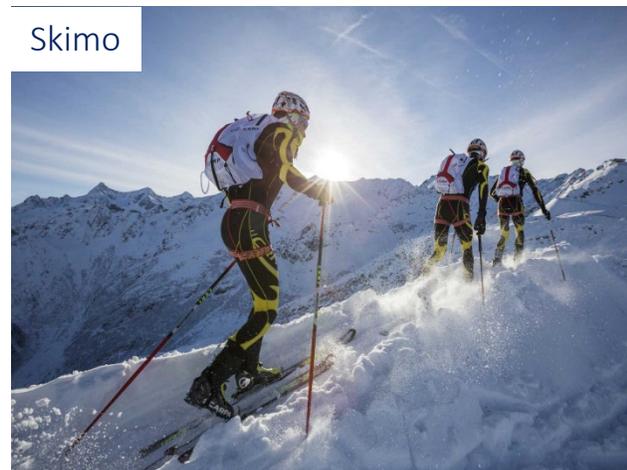


Trail Running



Arrampicata

Sono gli sport che fanno tendenza: si praticano per tenersi in forma, ma soprattutto perché è cool! Non sono attività pensate solo per gli sportivi, ma anche per chi desidera un tocco di avventura nella propria vacanza e ha voglia di provare nuove esperienze.



Skimo

ADVENTURE

SPORT
TRENDY

MONDO
ACQUA

SENTIRE
LA TERRA

TEAM
BUILDING

Catamarano



Fly Fishing



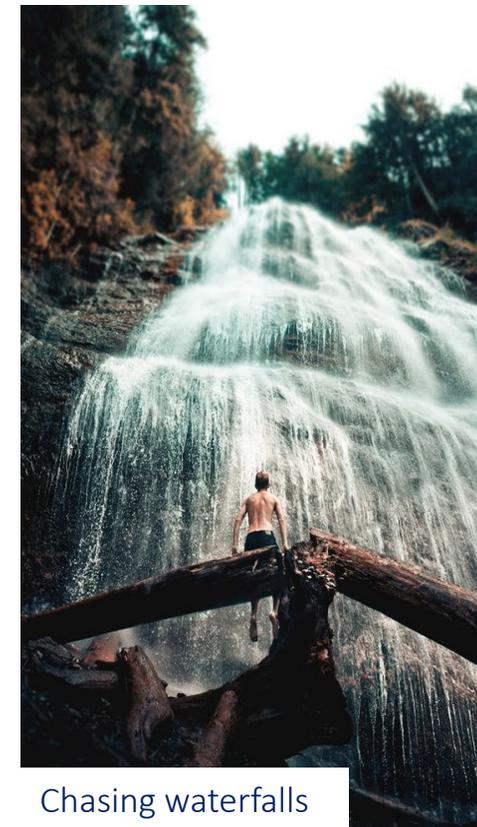
Vela

Rafting



Windsurf

Canoa



Chasing waterfalls

Esperienze e attività che ruotano attorno al Mondo Acqua – acqua intesa come elemento naturale di ricarica: pura energia, contatto con la natura, adrenalina. Anche in questo caso, non parliamo solo a sportivi, ma anche a chi cerca una vacanza all’insegna dell’avventura e delle «prime volte».

ADVENTURE

SPORT
TRENDY

MONDO
ACQUA

SENTIRE
LA TERRA

TEAM
BUILDING

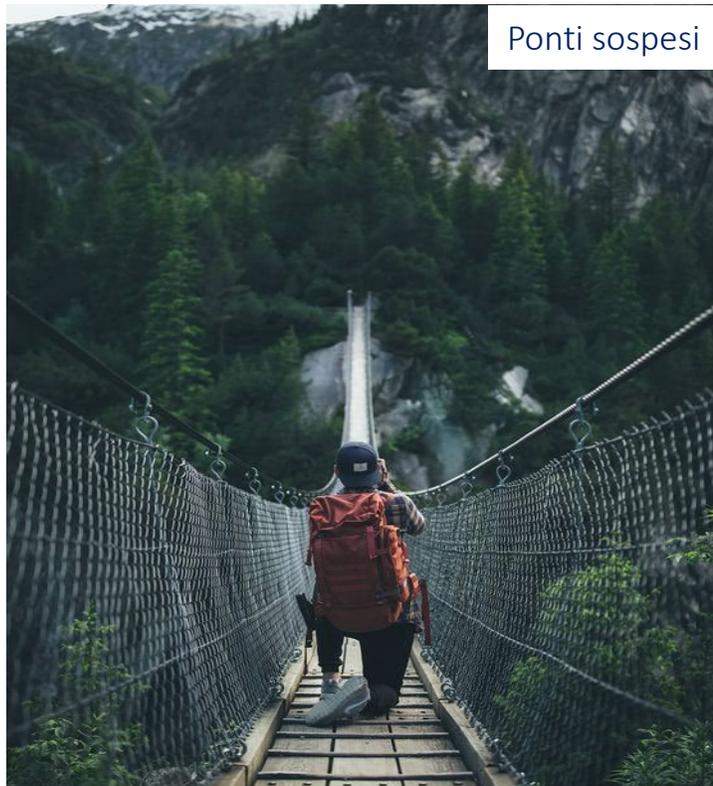
Soft hiking (bassa quota)



Soft hiking (alta quota)



Ponti sospesi



Mountain bike



Parchi Avventura



Speleologia (grotte, miniere,..)



Laboratori outdoor



Esperienze e attività che ruotano attorno al Mondo Terra – elemento imprescindibile in una vacanza in Trentino: per chi vuole sfidare i propri limiti e vivere nuove emozioni a contatto con la montagna, le rocce e le foreste.

ADVENTURE

SPORT
TRENDY

MONDO
ACQUA

SENTIRE
LA TERRA

TEAM
BUILDING

Safety camps



Group river trekking



Rafting



Survivor camps



Attività di gruppo



Orienteering



Il Trentino come destinazione per attività di business team building: esperienze ed attività da fare a contatto con la natura, per mettere alla prova se stessi e la propria capacità di lavorare in team.

ADVENTURE

SPORT
TRENDY

MONDO
ACQUA

SENTIRE
LA TERRA

TEAM
BUILDING





INTO THE WILD

INTO THE WILD

DETOX /
RIGENER-
ACTION

WILDLIFE

OFF THE
BEATEN
PATH

CONCEPT

Chi sceglie questo tipo di vacanza, viaggia per entrare in contatto con la forza rigenerante della natura più pura, per ritornare ad una dimensione semplice e genuina. Un allontanamento dal caos cittadino e la voglia di ritrovare ritmi e sensazioni primitive. Il viaggio-itinerario si fonde e si sovrappone al viaggio interiore, ispirato dai luoghi stessi che si visitano.

DECLINAZIONI DI VACANZA

Solo travel, vacanze detox travel, vacanze digital detox, vacanze a contatto natura, vacanze off the beaten path

ESEMPI DI RICETTIVITÀ IDEALE

Strutture intime, rurali, che utilizzano materiali naturali come pietra e legno. Ad esempio baite, chalet, fishing lodge, B&B, campeggi immersi nella natura

Fra i club di prodotto che hanno offerte in linea con il tema: DWH, Vitanova, B&B di Qualità, Qualità Parco, Cuore Rurale

INTO THE WILD

DETOX /
RIGENER-
ACTION

WILDLIFE

OFF THE
BEATEN
PATH

TARGET

MOTTO

*Perdersi
per ritrovare se stessi*



Intellectuals: i post-materialisti. Alta capacità di spesa, interessati allo sviluppo personale e culturale. Alla ricerca di autenticità e del bilanciamento vita-lavoro. Il loro motto è la decrescita felice ("less is more"). Tendenza a viaggiare in coppia e per lavoro (bleisure).



Modern Mainstream: la classe media. Alla ricerca di comfort, piacere, armonia e felicità personale, della famiglia e degli amici. Alla ricerca di integrazione sociale, sicurezza materiale e conservatori nei confronti dei cambiamenti sociali. Disponibilità di reddito nella media. Tendenza a viaggiare in famiglia.



Adaptive Navigators: reddito medio. Giovani, flessibili e orientati al risultato, pragmatici e ben organizzati, hanno necessità di sicurezza e di vedere confermati i propri valori, soprattutto quelli della famiglia-amici. Tendenza a viaggiare in coppia e con amici.



Sensation oriented: "very trendy people". Alla ricerca di divertimento, emozioni, e avventura. Originali e ribelli, vivono nel qui e ora (soffrono di FOMO) e tendono a cercare una via di fuga dalla realtà. Independenti, spontanei, trendy. Tendenza a viaggiare da soli (donne), in coppia e con amici.



Cosmopolitan avangarde: gli "startupperi". Anticonformisti, creativi ed individualisti. Alla ricerca della propria autorealizzazione (self-made), mentalità in continua evoluzione. Sovrani digitali e globali. Tendenza a viaggiare da soli (bleisure, "ufficio diffuso") e in coppia.

INTO THE WILD

DETOX /
RIGENER-
ACTION

WILDLIFE

OFF THE
BEATEN
PATH

Sakura



Yoga

Detox in famiglia



Digital Detox Retreat



Andar per erbe



Attività nei Parchi Naturali

Chi sceglie una vacanza detox viaggia per ricaricare le pile in modo naturale. Cerca dunque attività da fare a contatto con la natura, spesso disconnettendosi completamente dal quotidiano: corpo e mente si rilassano e rinascono!

INTO THE WILD

DETOX /
RIGENER-
ACTION

WILDLIFE

OFF THE
BEATEN
PATH



Mondo lupo



Mondo orso

Fattorie didattiche



Attività nei Parchi



Aree faunistiche



Bird Watching

Esperienze inedite che sorprendono e gratificano e che hanno come principale obiettivo la conoscenza e l'osservazione degli animali nel loro habitat naturale. Il «wildlife watching attira un pubblico più eterogeneo di viaggiatori rispetto ad altre forme di turismo eco e ha una declinazione fortemente educativa.

INTO THE WILD

DETOX /
RIGENER-
ACTION

WILDLIFE

OFF THE
BEATEN
PATH

Natura segreta



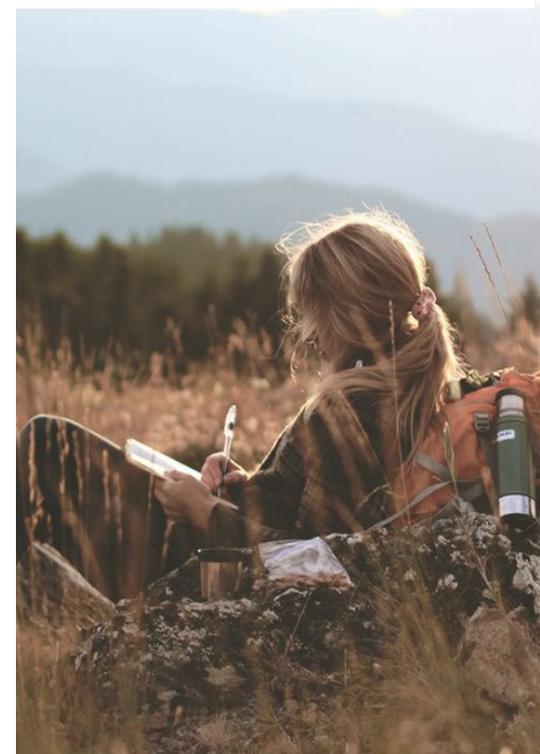
Tree Hugging



Luoghi che nemmeno
i Trentini conoscono



Luoghi mistici



Cascate nascoste



Piccoli borghi

Itinerari ed esperienze in luoghi poco conosciuti e frequentati, lontani dai più classici itinerari turistici, che suggestionano ed emozionano per la loro unicità, tranquillità e semplicità.

INTO THE WILD

DETOX /
RIGENER-
ACTION

WILDLIFE

OFF THE
BEATEN
PATH

OffTheBeatenPath





LIKE A LOCAL

LIKE A LOCAL

CITY LIFE

UN CERTO
LANGUORINO

ESPERIENZE
AUTENTICHE

SHOPPING

FEED YOUR
MIND

CONCEPT

Odiano definirsi turisti – sono viaggiatori alla ricerca dei lati più genuini e veritieri dei luoghi che visitano, attratti dalle tradizioni e dalle specificità locali. Vogliono sentirsi parte integrante della destinazione prescelta ed entrare in contatto con le persone del posto.

DECLINAZIONI

Solo travel, viaggi in famiglia, deep travel, transformative travel, vacanze esperienziali, vacanze educative, volontariato

ESEMPI DI RICETTIVITÀ IDEALE

Strutture intime come B&B, Chalet, Agritur, Affittacamere e piccoli hotel

Fra i club di prodotto B&B di qualità, Agriturismo Trentino, Cuore Rurale, Trentino Charme

LIKE A LOCAL

CITY LIFE

UN CERTO
LANGUORINO

ESPERIENZE
AUTENTICHE

SHOPPING

FEED YOUR
MIND

MOTTO

Non chiamatemi turista

TARGET



Intellectuals: i post-materialisti. Alta capacità di spesa, interessati allo sviluppo personale e culturale. Alla ricerca di autenticità e del bilanciamento vita-lavoro. Il loro motto è la decrescita felice ("less is more"). Tendenza a viaggiare in coppia e per lavoro (bleisure).



Adaptive Navigators: reddito medio. Giovani, flessibili e orientati al risultato, pragmatici e ben organizzati, hanno necessità di sicurezza e di vedere confermati i propri valori, soprattutto quelli della famiglia-amici. Tendenza a viaggiare in coppia e con amici.



Sensation oriented: "very trendy people". Alla ricerca di divertimento, emozioni, e avventura. Originali e ribelli, vivono nel qui e ora (soffrono di FOMO) e tendono a cercare una via di fuga dalla realtà. Indipendenti, spontanei, trendy. Tendenza a viaggiare da soli (donne), in coppia e con amici.



Performers: benestanti, determinati, sempre connessi e tecnologici. Lavorano sodo, mirano al successo e si meritano esperienze esclusive nel tempo libero. Disponibili ad investire molto sia nella vacanza che nell'attrezzatura sportiva. Trendsetter alla ricerca di nuove esperienze, compresi nuovi sport. Tendenza a viaggiare da soli, in coppia, con amici e famiglia.



Cosmopolitan avangarde: gli "startupper". Anticonformisti, creativi ed individualisti. Alla ricerca della propria autorealizzazione (self-made), mentalità in continua evoluzione. Sovrani digitali e globali. Tendenza a viaggiare da soli (bleisure, "ufficio diffuso") e in coppia.

LIKE A LOCAL

CITY LIFE

UN CERTO
LANGUORINO

ESPERIENZE
AUTENTICHE

SHOPPING

FEED YOUR
MIND



Aperitivo family

Cosa danno al cinema?



Una sera a teatro



Aperitivo per due



Sport watching

Librerie storiche



Due passi dopo cena

Vivere la città inseguendo le passioni di sempre: personali ma strizzando l'occhio ai consigli dei locals, alla scoperta di esperienze nuove sì ma autentiche.

LIKE A LOCAL

CITY LIFE

UN CERTO
LANGUORINO

ESPERIENZE
AUTENTICHE

SHOPPING

FEED YOUR
MIND



Dove e cosa
mangiano i Trentini



Il pane locale

Qualcosa di caldo



Ristoranti romantici



Le migliori colazioni

La ricerca di prodotti locali, genuini e freschi diventa parte del viaggio, così come la scoperta di locali rappresentativi delle migliori espressioni culinarie, proprio lì dove mangiano i "nativi".



I prodotti locali

LIKE A LOCAL

CITY LIFE

UN CERTO
LANGUORINO

ESPERIENZE
AUTENTICHE

SHOPPING

FEED YOUR
MIND

Un giorno nell'orto



Un giorno da ciclista



Un giorno da chef



Un giorno da casaro



Un giorno nei meleti



Un giorno da artigiano

Un giorno da alpinista



Un giorno da... Trascorrere la giornata con una vera guida alpina o imparare a fare il pastore per un giorno: deep travelling vuol dire anche cercare di capire un luogo in tutte le sue espressioni e sentirlo più vicino.

LIKE A LOCAL

CITY LIFE

UN CERTO
LANGUORINO

ESPERIENZE
AUTENTICHE

SHOPPING

FEED YOUR
MIND

Cantine



Botteghe storiche



Artigianato



Personal shopper experience



Shopping gourmet

Produzioni locali e artigianato diventano i migliori compagni del viaggio di ritorno: souvenir originali e veritieri, testimonianza di un'esperienza più che di un viaggio.

LIKE A LOCAL

CITY LIFE

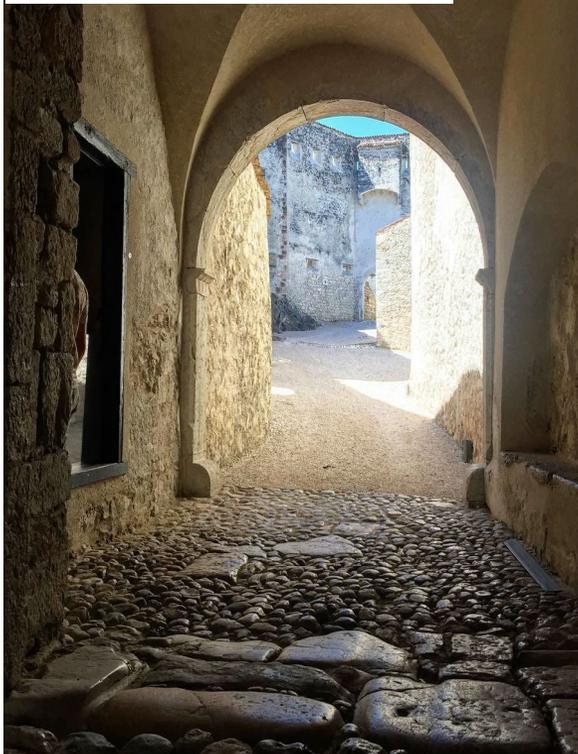
UN CERTO
LANGUORINO

ESPERIENZE
AUTENTICHE

SHOPPING

FEED YOUR
MIND

Inseguendo antiche orme



Itinerari sul mondo delle tradizioni



Musei curiosi/minori

Attività di educazione ambientale



Anche l'intelletto vuole la sua parte e cercherà il suo nutrimento fra le espressioni culturali più emblematiche del territorio, portatrici di conoscenza, storia e tradizioni antiche.



Storia e manufatti

LIKE A LOCAL

CITY LIFE

UN CERTO
LANGUORINO

ESPERIENZE
AUTENTICHE

SHOPPING

FEED YOUR
MIND





ITALIAN SUN

ITALIAN SUN

CIBO PER LA
MENTE

A TUTTO
GOURMET

NUOVA
ENERGIA

REMISE EN
FORME

CONCEPT

Una vacanza all'insegna del «risveglio» dopo l'inverno: risveglio del corpo e dello spirito. Si ha voglia di riscoprire la forza rigenerante del sole e della natura, di lasciarsi andare, di divertirsi, di anticipare l'ebbrezza dell'estate.

DECLINAZIONI

Break primaverili, vacanze sportive soft, vacanze benessere, itinerari culturali, itinerari gastronomici

ESEMPI DI RICETTIVITÀ IDEALE

Ricettività "italian style" come hotel, campeggi, residence, B&B, hotel per famiglie

Fra i club di prodotto: Trentino Outdoor, Trentino in Moto, Vitanova, DWH e Giocovacanza

ITALIAN SUN

CIBO PER LA
MENTE

A TUTTO
GOURMET

NUOVA
ENERGIA

REMISE EN
FORME

MOTTO

In Trentino, l'estate è già qui

TARGET



Intellectuals: i post-materialisti. Alta capacità di spesa, interessati allo sviluppo personale e culturale. Alla ricerca di autenticità e del bilanciamento vita-lavoro. Il loro motto è la decrescita felice ("less is more"). Tendenza a viaggiare in coppia e per lavoro (bleisure).



Sensation oriented: "very trendy people". Alla ricerca di divertimento, emozioni, e avventura. Originali e ribelli, vivono nel qui e ora (soffrono di FOMO) e tendono a cercare una via di fuga dalla realtà. Indipendenti, spontanei, trendy. Tendenza a viaggiare da soli (donne), in coppia e con amici..



Modern Mainstream: la classe media. Alla ricerca di comfort, piacere, armonia e felicità personale, della famiglia e degli amici. Alla ricerca di integrazione sociale, sicurezza materiale e conservatori nei confronti dei cambiamenti sociali. Disponibilità di reddito nella media. Tendenza a viaggiare in famiglia.



Established: i manager "vecchio stampo". Orientati alla performance e al comando, professionisti esperti, consapevoli del proprio status sociale ed economico. Tradizionalisti. Tendenzialmente over 50, viaggiano in famiglia (nonni con nipoti) o in coppia (empty nest II).



Traditionalists: old style. Conservatori, capacità di spesa nella media. Alla ricerca di sicurezza e di mantenimento dello status-quo. Rigidi sui valori tradizionali: ordine, sacrificio, lavoro, modestia, onestà, salute. Adulti, viaggiano in coppia e in famiglia con figli o nipoti.

ITALIAN SUN

CIBO PER LA
MENTE

A TUTTO
GOURMET

NUOVA
ENERGIA

REMISE EN
FORME

Urban Trekking



Itinerari Grande Guerra



Musei



Castelli



Cultura e natura

Eventi



Sperimentare e vivere la cultura italiana in primavera: passeggiare per le vie di un affascinante centro storico, visitare un castello o una bella mostra, sorseggiare un aperitivo fra un appuntamento culturale e l'altro

ITALIAN SUN

CIBO PER LA
MENTE

A TUTTO
GOURMET

NUOVA
ENERGIA

REMISE EN
FORME



Il rito del gelato

Esperienze gourmet con vista



Aperitivo Italian Style



Mangiare nel bosco

Ristoranti stellati



Picnic con charme



Immergersi nel buon cibo italiano, con una cornice d'eccezione - la natura trentina: riscoprire il gusto di un picnic sull'erbeta nuova, godendo dei primi raggi del sole. Oppure gustare una cena su una terrazza vista lago.

ITALIAN SUN

CIBO PER LA
MENTE

A TUTTO
GOURMET

NUOVA
ENERGIA

REMISE EN
FORME

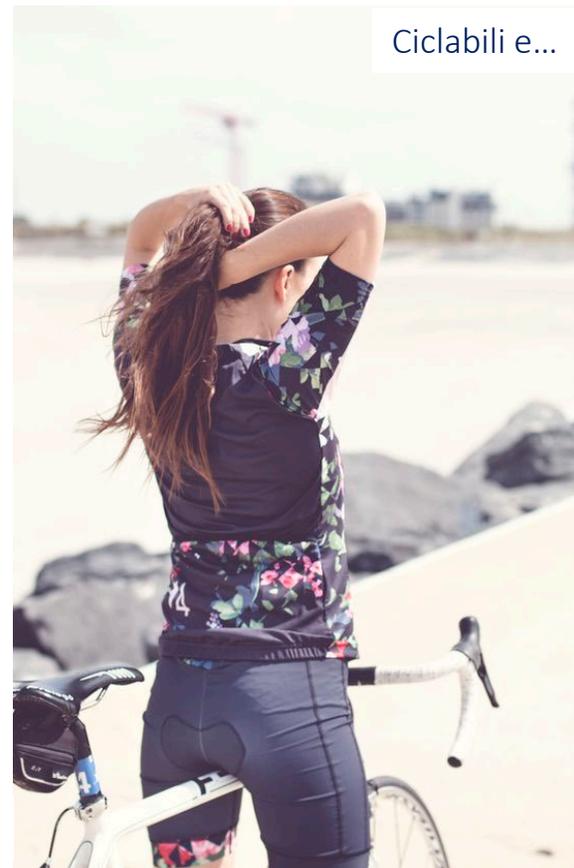
Family bike



MTB



Ciclabili e...



Moto turismo



Passeggiate a bassa
quota



A contatto con l'acqua

Inaugurare le prime belle giornate di sole, prediligendo l'outdoor: ad esempio, risvegliare i muscoli e i sensi con una passeggiata in bicicletta, tirare fuori la moto per le prime gite fuori porta oppure godere del potere energizzante dell'acqua dopo l'inverno.

ITALIAN SUN

CIBO PER LA
MENTE

A TUTTO
GOURMET

NUOVA
ENERGIA

REMISE EN
FORME

Attività nei prati e/o con i fiori



Terme per tutti



Labirinti e riflessologia

Terrazze di sole



Spa break



Uscire dal letargo invernale per ritrovare una forma nuova. Provare nuove esperienze disintossicanti: camminare sui prati, fare riflessologia in un labirinto in mezzo alla natura, trascorrere rilassanti giornate primaverili in una spa vista monte o vista lago.

ITALIAN SUN

CIBO PER LA
MENTE

A TUTTO
GOURMET

NUOVA
ENERGIA

REMISE EN
FORME





SLOW TRAVEL

SLOW TRAVEL

SLOW
TOURING

A TUTTO
RELAX

CONCEDITI
DEL TEMPO

CONCEPT

In un'epoca dove tutto gira troppo velocemente e la vita è scandita da ritmi frenetici, la vera necessità è rallentare e soffermarsi ad apprezzare le piccole e semplici cose. Prendersi tempo per riflettere, per stare insieme ad amici e famiglia o semplicemente con se stessi. Nel rispetto del mondo che ci circonda.

DECLINAZIONI

Solo travel, vacanze slow, vacanze detox, “allunga la vacanza”, break up breaks, vacanze sostenibili, vacanze itineranti

ESEMPI DI RICETTIVITÀ IDEALE

Strutture intime e raccolte come piccoli hotel, chalet, B&B e affittacamere, rifugi

Fra i Club di prodotto: Vitanova e B&B di qualità

SLOW TRAVEL

SLOW
TOURING

A TUTTO
RELAX

CONCEDITI
DEL TEMPO

MOTTO

Il tuo tempo è il vero lusso

TARGET



Adaptive Navigators: reddito medio. Giovani, flessibili e orientati al risultato, pragmatici e ben organizzati, hanno necessità di sicurezza e di vedere confermati i propri valori, soprattutto quelli della famiglia-amici. Tendenza a viaggiare in coppia e con amici.



Sensation oriented: "very trendy people". Alla ricerca di divertimento, emozioni, e avventura. Originali e ribelli, vivono nel qui e ora (soffrono di FOMO) e tendono a cercare una via di fuga dalla realtà. Indipendenti, spontanei, trendy. Tendenza a viaggiare da soli (donne), in coppia e con amici.



Cosmopolitan avangarde: gli "startupper". Anticonformisti, creativi ed individualisti. Alla ricerca della propria autorealizzazione (self-made), mentalità in continua evoluzione. Sovrani digitali e globali. Tendenza a viaggiare da soli (bleisure, "ufficio diffuso") e in coppia.



Established: i manager "vecchio stampo". Orientati alla performance e al comando, professionisti esperti, consapevoli del proprio status sociale ed economico. Tradizionalisti. Tendenzialmente over 50, viaggiano in famiglia (nonni con nipoti) o in coppia (empty nest II).



Modern mainstream: la classe media. Alla ricerca di comfort, piacere, armonia e felicità personale, della famiglia e degli amici. Alla ricerca di integrazione sociale, sicurezza materiale e conservatori nei confronti dei cambiamenti sociali. Disponibilità di reddito nella media. Tendenza a viaggiare in famiglia.

SLOW TRAVEL

**SLOW
TOURING**

**A TUTTO
RELAX**

**CONCEDITI
DEL TEMPO**

I Grandi Cammini – San Vili



I Grandi Cammini – E5

I Grandi cammini – Iacopeo d'Anaunia



Sulle tracce dei grandi artisti



Itinerari in treno



Cicloturismo



Più cammini meno paghi



La vacanza itinerante, composta da più tappe, con pernottamenti in luoghi diversi e diverse attività. Ma ha un unico «fil rouge»: la voglia di scoprire ed esplorare a ritmo lento.

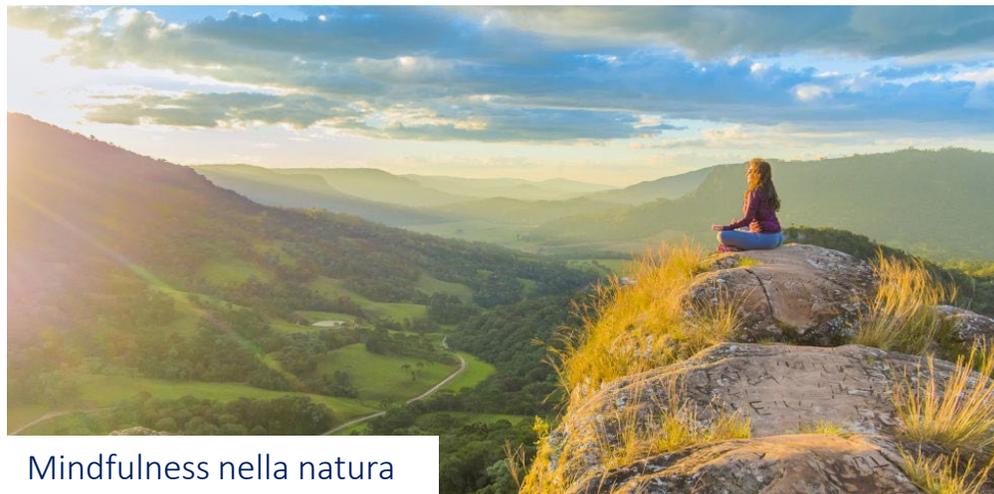
SLOW TRAVEL

SLOW
TOURING

A TUTTO
RELAX

CONCEDITI
DEL TEMPO

Family yoga



Mindfulness nella natura

Raccolte dei frutti della terra



Barefoot



Terme in primavera



Workshop fotografici



Due cuori e una spa

Rilassarsi nel senso più ampio del termine (non solo in una spa) ma anche con attività che ci allontanano dalla routine quotidiana

SLOW TRAVEL

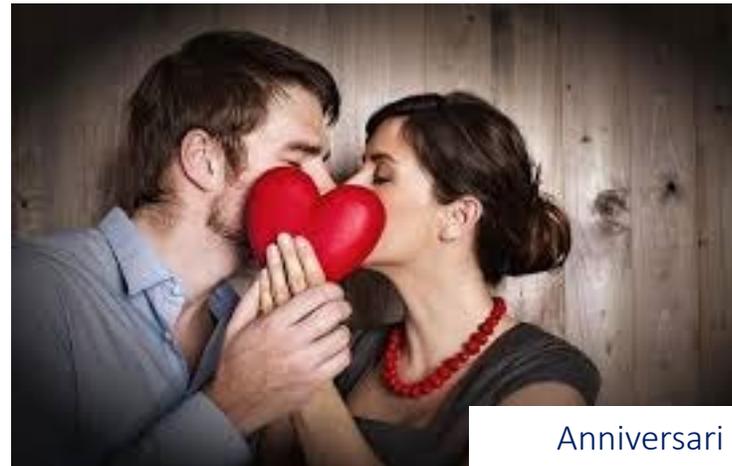
SLOW
TOURING

A TUTTO
RELAX

CONCEDITI
DEL TEMPO



Un giorno te lo regaliamo noi



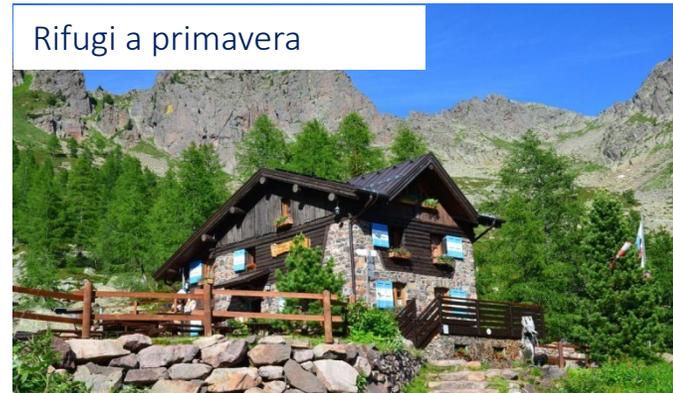
Anniversari

Ricorrenze



Rifugi per famiglie

Rifugi a primavera



Prestare attenzione alle piccole cose, dedicare del tempo ad attività a cui normalmente non pensiamo, celebrare con una vacanza le ricorrenze e le persone che si amano, riscoprire l'importanza del soffermarsi e del sorprendere/sorprendersi.

SLOW TRAVEL

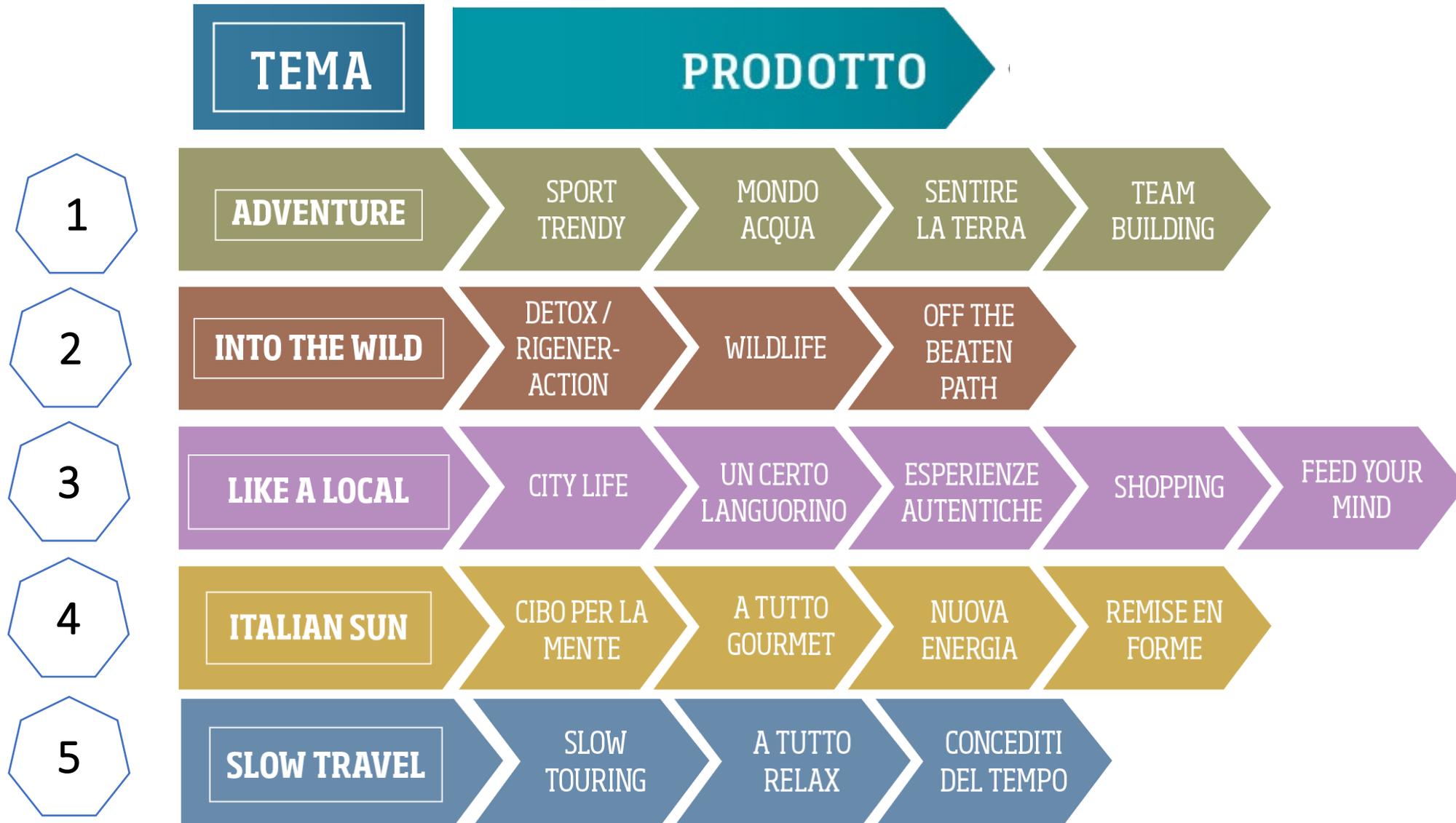
SLOW
TOURING

A TUTTO
RELAX

CONCEDITI
DEL TEMPO



IL PED PRIMAVERA 2018



NEXT STEPS

PIANO EDITORIALE PRIMAVERA 2018

