**Assegnato sulla base di milioni di commenti e recensioni online degli utenti**

**MIGLIORE DESTINAZIONE DIGITALE, IL TRENTINO FA IL BIS**

**Per il secondo anno si colloca sul gradino più alto del podio come provincia con la miglior reputazione online in Italia. Il Lago di Ledro al terzo posto tra le località lacuali**

Oggi **a** [**TTG Travel Experience**](https://www.ttgincontri.it/), la più importante fiera del turismo B2B in Italia in svolgimento a Rimini, si è tenuta la sesta edizione di **Italia Destinazione Digitale**, l’Oscar delle destinazioni turistiche italiane, ideato da The Data Appeal Company, che nell’ultimo anno hanno registrato le migliori performance online, dal punto di vista della reputazione.

Una edizione del premio diversa quella di quest’anno, rivista e ampliata nei canali e nei comparti coinvolti, che riconosce la straordinaria varietà del territorio italiano e valorizza le specificità di un’offerta turistica così unica al mondo, sempre con un occhio attento rivolto agli inevitabili impatti che l’emergenza Covid-19 ha avuto e sta avendo sull’andamento del settore.   
Sono stati presi in considerazione 390 mila punti di interesse e 15,7 milioni di tracce digitali, una mole ampia di dati e informazioni. Questi dati, analizzati dalla intelligenza artificiale di Data Appeal offrono una lettura inedita del turismo a partire da chi quei territori li ha visitati e vissuti.

Per il secondo anno consecutivo il riconoscimento per la Regione con **la migliore Reputazione online** è andato al **Trentino**. Il **Lago di Ledro**, invece, si è classificato al terzo posto tra le località lacuali.

Per l’assessore provinciale al turismo **Roberto Failoni**, «La riconferma di questo importante premio contribuisce a infondere nei nostri operatori ulteriore consapevolezza rispetto alla reputazione della nostra destinazione turistica e al tempo stesso riconosce la validità delle politiche e delle azioni messe in campo dalla Provincia autonoma di Trento e da Trentino Marketing con il contributo di tutte le associazioni di categoria e le APT per sostenere la piena ripresa del settore».

«Si tratta di una riconferma particolarmente significativa, afferma **Maurizio Rossini** – Amministratore Delegato di Trentino Marketing, perché si basa sulle impressioni riportate da chi ha vissuto realmente un’esperienza di vacanza sul nostro territorio e che testimonia l’impegno straordinario profuso da tutti gli operatori del turismo trentino e di tutti i servizi del territorio, dalle Apt, e dalle persone di Trentino Marketing, per sostenere quel rilancio del settore turistico che l’estate appena conclusa ci ha lasciato intravvedere».

(m.b.)

Trento, 13 ottobre 2021