

COMUNICATO n. 2838 del 07/10/2025

Si rafforzano le azioni per promuovere le “belle stagioni” in Trentino rivolte in particolare ai mercati di prossimità

Garda Trentino: la stampa internazionale alla scoperta della vela d'autunno

Giornalisti provenienti da diversi Paesi europei hanno partecipato in questi giorni a un viaggio stampa dedicato alla vela autunnale sul Garda Trentino, promosso da Trentino Marketing in collaborazione con l'APT Garda Dolomiti. L'iniziativa rientra nel piano di promozione volto a consolidare l'immagine del Trentino come destinazione da vivere tutto l'anno, capace di proporre attività sportive e culturali di alto livello anche nei mesi non estivi.

Durante il press tour, gli ospiti hanno visitato i principali centri velici del territorio, riuniti nel Consorzio Garda Trentino Vela, incontrando istruttori, atleti e operatori turistici che contribuiscono a rendere possibile una stagione velica estesa grazie a infrastrutture di alto livello e condizioni climatiche favorevoli. Il programma ha previsto anche l'accesso al dietro le quinte del Campionato europeo della classe velica RS Feva, un importante evento velico in svolgimento negli stessi giorni. A completare l'esperienza, un'uscita in barca sul lago, la visita al centro storico di Riva del Garda e momenti dedicati all'enogastronomia, con incontri con chef e produttori locali per scoprire le nuove interpretazioni della cucina del territorio. Questa e altre iniziative si inseriscono in una strategia volta a promuovere un turismo attivo e responsabile, in cui sport, natura e Italian lifestyle convivono in modo equilibrato e coerente con l'identità dei luoghi. L'obiettivo è valorizzare le peculiarità di ogni area del Trentino, evidenziandone il potenziale nei diversi periodi dell'anno e favorendo una distribuzione più armonica dei flussi. Il Lago di Garda rappresenta un caso emblematico: qui, ad esempio, la promozione si concentra sui mesi tra novembre e aprile. Le campagne dedicate alle “belle stagioni” si rivolgono principalmente ai mercati di prossimità – Germania, Austria, Svizzera e Italia – e coinvolgono anche Paesi già legati al Trentino nelle stagioni più frequentate, come Polonia, Repubblica Ceca, Paesi Bassi, Regno Unito, Scandinavia, Spagna, Belgio e Francia.

«Il Trentino si propone come un territorio capace di offrire esperienze di qualità in ogni periodo dell'anno», afferma Maurizio Rossini, amministratore delegato di *Trentino Marketing*. «L'obiettivo è ampliare la percezione delle stagioni forti, valorizzando la natura, lo sport, la cultura e l'enogastronomia anche in autunno e primavera, con un'attenzione crescente alla sostenibilità e alla qualità dell'offerta».

Per Silvio Rigatti, presidente dell'APT Garda Dolomiti, «il Garda Trentino è da sempre un'area aperta al mondo: oltre l'80% dei nostri ospiti proviene dall'estero e la nostra stagione è la più lunga dell'arco alpino. Proseguire su questa strada, lavorando in sinergia con Trentino Marketing, significa consolidare mercati maturi e aprirsi a nuove opportunità senza alterare la nostra identità».

(mb)