

Ufficio Stampa della Provincia autonoma di Trento

Piazza Dante 15, 38122 Trento

Tel. 0461 494614 - Fax 0461 494615

uff.stampa@provincia.tn.it

COMUNICATO n. 3693 del 06/12/2025

Si è conclusa in Val di Sole la 22a edizione del principale appuntamento trade in Trentino

Good Buy Trentino, gli operatori internazionali premiano le “belle stagioni”

È stata un’edizione dedicata soprattutto alla promozione della vacanza invernale. Una presenza qualificata e numerosa di buyers, 70 da 30 Paesi, e un’altrettanta partecipazione di operatori trentini, 147, al workshop

Una giornata dedicata ad una serie di tour in diverse località trentine ha concluso oggi la 22^a edizione di Good Buy Trentino, organizzato da Trentino Marketing in collaborazione con l’Azienda per il Turismo delle Valli di Sole, Peio e Rabbi. Ieri, invece, l’intera giornata è stata dedicata all’“Esperienza Trentino” per la maggior parte degli operatori internazionali partecipanti, grazie a diversi eductour tematici organizzati sul territorio. I più mattinieri hanno assistito all’alba dalla stazione a monte della Funivia Peio 3000 per poi cimentarsi in una escursione con le ciaspole nel Parco nazionale dello Stelvio, altri sono andati alla scoperta delle skiaree di Madonna di Campiglio Dolomiti di Brenta e del Passo Tonale - Presena. Per tutti, infine, una visita guidata a Castel Caldes.

Good Buy Trentino è l’evento più importante organizzato in Trentino dedicato ai Tour Operator. Nella giornata di giovedì 4 dicembre, lo Chalet Malghet Aut ha ospitato il workshop B2B (business to business) tra i 70 operatori della domanda internazionale (da 30 paesi) e italiana (buyer) e 147 operatori dell’offerta dal Trentino (seller). Tra questi i rappresentanti di ApT, Consorzi, strutture ricettive, TO, Agenzie di Viaggio, Incomer, impianti di risalita, fornitori di servizi, fornitori di esperienze.

Attraverso una piattaforma appositamente creata ogni TO invitato aveva la possibilità di fissare fino a 20 incontri con i diversi operatori iscritti. Ai tavoli degli incontri di questa edizione si è promosso in particolare l’inverno, ma non solo.

In particolare, da vari Tour Operator del Nord Europa e del Nord America è emersa una richiesta sempre maggiore per i mesi di giugno e settembre. Proprio le “belle stagioni”, che il Trentino promuove proponendosi come destinazione ideale dove vivere sempre o per alcuni giorni, vivace 12 mesi all’anno, equilibrata, e favorire così una migliore occupazione dei posti letto oltre ad una più efficiente gestione delle risorse territoriali, imprenditoriali, umane.

«Questa edizione di Good Buy Trentino - sottolinea l’**assessore provinciale al turismo Roberto Failoni** - si è distinta per il numero importante di operatori giunti in Val di Sole da circa 30 Paesi di cui molti extra europei. Si è trattato di un’occasione preziosa per tutte le imprese del sistema del turismo trentino per presentare il loro territorio, il prodotto invernale in particolare, ma anche le nostre altre eccellenze ai principali tour operator internazionali, per costruire nuove relazioni e contatti anche in vista dei futuri, importanti appuntamenti che, dopo le Olimpiadi, vedranno ancora una volta protagonista il Trentino.»

“Proprio alla vigilia della nuova stagione invernale e a meno di due mesi dalle Olimpiadi e Paralimpiadi Invernali di Milano Cortina 2026 in Trentino, afferma **Maurizio Rossini Amministratore Delegato di Trentino Marketing**, queste giornate di incontri e di esperienze sul territorio per i numerosi TO internazionali presenti, confermano il forte interesse per la proposta turistica a del Trentino: inverno, estate, ma anche le nostre belle stagioni, sulle quali stiamo investendo con sempre maggiore convinzione, in questo sostenuti da nuovi contenuti e nuove esperienze da parte dei territori. Un riconoscimento che è sempre più rivolto alla qualità e alle peculiarità distintive della nostra offerta”.

Questo momento di incontro tra domanda e offerta diventa un’occasione di scambio proficuo di idee e informazioni che consente ai buyer internazionali di conoscere nel dettaglio tutti gli aspetti dell’accoglienza

e dell'offerta del Trentino. Dall'altra parte del tavolo, agli operatori trentini, di raccogliere i nuovi trend del mercato.

Tra questi, in particolare, la ricerca di posti "vissuti" in cui è possibile incontrare i residenti, ma anche posti ancora poco conosciuti, mete per gruppi spirituali dove trovare spazi per letture, meditazione, incontri. Sul fronte vacanza invernale, invece, non c'è solo lo sci, ma anche attività che facciano vivere la comunità e le tradizioni. Tra le nuove tendenze vi è il "multigenerational travel", che comporta ricercare appartamenti/case più ampie e con spazi comuni. E in generale, l'impegno è quello di cercare di offrire al cliente un'esperienza unica, che da solo non riuscirebbe ad organizzare.

Del Trentino, invece, ciò che maggiormente piace è la qualità, l'entusiasmo e la cura del dettaglio, i paesaggi, la buona cucina, e lo stile dell'accoglienza, secondo tradizione, ma molto aperta.

(mb)