

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. 8 del 05/01/2026

Lo spot girato in Val di Fiemme racconta l'accoglienza come legacy: un territorio ed una comunità che si preparano ai Giochi Olimpici e Paralimpici invernali

Milano Cortina 2026, il Trentino affida ai volontari il “benvenuto” nella nuova campagna multicanale

Dal 4 gennaio 2026 Trentino Marketing ha avviato la campagna di avvicinamento alle Olimpiadi e Paralimpiadi Invernali Milano Cortina 2026 con uno spot televisivo che racconta il territorio attraverso chi ne sarà il primo volto durante i Giochi: le volontarie e i volontari. Il film è ambientato in Val di Fiemme, venue trentina delle competizioni olimpiche, e nasce all'interno di un rifugio di montagna. Attorno a un tavolo siedono persone di ogni età. Si preparano a un gesto semplice e concreto: imparare a dire “benvenuto” nelle lingue di chi arriverà da tutto il mondo. Tra appunti, tentativi di pronuncia, sorrisi e complicità, prende forma un racconto corale che restituisce lo spirito di una comunità che si prepara ad accogliere.

I protagonisti dello spot non sono testimonial, ma persone comuni: **volontarie e volontari impegnati nelle venue trentine** delle Olimpiadi e Paralimpiadi Invernali, scelti per la loro autenticità e per il legame con il territorio. La decisione di metterli al centro è una presa di posizione precisa: l'eredità delle Olimpiadi non è solo nelle gare e nelle opere, ma nel modo in cui un territorio decide di essere presente dentro un evento globale. In Val di Fiemme – e in Trentino – questo significa **una comunità che si assume il ruolo di accogliere**, con responsabilità condivisa e senso di appartenenza.

Lo spot, ideato da Ogilvy con la regia di Valerio Musilli e la produzione di Haibun, evita volutamente immagini celebrative e stereotipi turistici. Il Trentino non viene raccontato come cartolina, ma come luogo vissuto: attraverso volti, gesti, voci, materiali. La regia adotta uno stile naturale e cinematografico, con una palette ispirata al legno, alla lana e alla pietra. La colonna sonora nasce dai suoni del rifugio – chiacchiere, risate, bicchieri che tintinnano – e solo nel finale si apre a una musica discreta che accompagna il passaggio verso il paesaggio montano.

[The First Welcome to the Milano Cortina 2026 Winter Olympic and Paralympic Games](#)

«Le Olimpiadi sono una sfida organizzativa, ma soprattutto un'occasione di identità», dichiara Maurizio Rossini, Amministratore Delegato di Trentino Marketing. «Con questa campagna il Trentino si presenta per quello che è: una terra che accoglie con semplicità, rispetto e senso di comunità. Un gesto semplice, come dire “benvenuto” nella lingua di un altro, diventa il simbolo di come vogliamo vivere e condividere questo evento».

La campagna sarà presente su stampa, televisione, radio, digital e mezzi locali per tutto il mese di gennaio. A partire dal 4 gennaio lo spot istituzionale nei formati da 60 e 30 secondi è stato programmato sulle reti Rai e su La7, con circa l'80% dei passaggi in prime time. La campagna sarà inoltre in onda in radio sulle frequenze Rai fino a marzo. La pianificazione nazionale stampa prevede formati pubblicitari in doppia pagina e spazi editoriali multipagina sulle principali testate nazionali. A livello locale sarà veicolata anche sulle principali emittenti televisive del territorio.

(gz)