

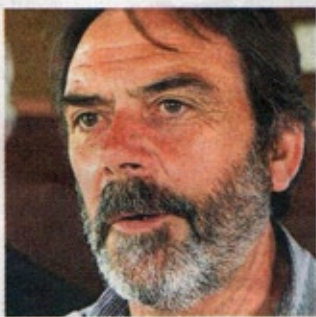
PASTRENGO. Campagna pubblicitaria riuscita

Turismo, la Pro loco «parla» tedesco per attirare turisti

Ha fatto pubblicare 14 articoli sul giornale «Gardasee Zeitung»

La Pro Loco guidata dal presidente Albino Monauni ha portato a termine la campagna promozionale turistica del paese rivolta alla Germania, tradizionale bacino d'utenza della zona Baldo Garda.

«Questa iniziativa è stata promossa a suo tempo dal sindaco uscente Mario Rizzi», spiega il presidente Monauni, «e si è concretizzata nella pubblicazione di articoli sul periodico in lingua tedesca Gardasee Zeitung che viene distribuito su tutto il bacino del lago e in Germania. Si è iniziato a febbraio, poi si è continuato anche con l'attuale amministrazione guidata dal sindaco Alberto Varolo eletto a giugno. Le uscite sono state quattordici in totale. I testi per la rivista sono stati forniti dalla nostra Pro Loco e li ho curati personalmente. Abbiamo dato spazio ad argomenti interessanti sotto il profilo turistico, sulle attrattive e le particolarità di Pastrengo e del suo territorio. Abbiamo puntato su argomenti di volta in volta diversi, corredati da fotografie, tenendo anche conto che il turista che frequenta il lago di Garda, in alcuni momenti, ha piacere di visitare e assaporare l'atmosfera tranquilla e meno affollata di luoghi come quelli che può offrire il nostro territorio. Sono stati suggeriti anche suggestivi itinerari da percorrere in



Il presidente Monauni

bicicletta o a piedi, proprio per gustare appieno la natura e la storia di Pastrengo e del suo circondario, nel modo più semplice e naturale. Il riscontro, anche in termini di presenze c'è stato».

Ogni pubblicazione è stata corredata da una cartina geografica che indicava al turista la collocazione di Pastrengo. Tutti gli articoli apparsi sulle edizioni 2014 del Gardasee Zeitung sono presenti anche nel sito della Pro loco di Pastrengo (www.prolocopastrengo.it), sia nella sezione rassegna stampa e sia nella sezione turismo e gastronomia. Conclude il presidente Monauni: «L'idea è di condensare tutti questi articoli, integrandoli con altre foto, in una nuova pubblicazione ad uso turistico, trilingue: italiano, inglese e tedesco. Verificheremo se c'è l'interesse e se riusciremo a trovare i soldi per realizzarla». ● L.B.