

Autunno in Trentino, una «bella stagione» sempre più internazionale

Dalle «belle stagioni» a una proposta turistica sempre più riconoscibile e distintiva

3' e 28" ⌚

Per molto tempo l'autunno è stato percepito come una fase di passaggio, tra la chiusura dell'estate e l'avvio dell'inverno. Oggi, in Trentino, il suo ruolo sta cambiando. Settembre, ottobre e novembre stanno assumendo un profilo sempre più definito, capace di generare soggiorni, motivazioni di viaggio e occasioni di scoperta. Il valore della stagione nasce dalla qualità del pa-

esaggio, ma anche dalla capacità di costruire proposte riconoscibili, concrete e facili da scegliere. La valorizzazione dell'autunno si inserisce nel percorso più ampio con cui il sistema turistico trentino guarda alle "belle stagioni", primavera e autunno, come a un'opportunità di crescita e di qualificazione dell'offerta. Il tema non riguarda solo una migliore distribuzione dei flussi lungo l'anno, ma soprattutto la capacità di proporre esperienze forti anche fuori dai periodi di punta.

■ La montagna e il valore del tempo

Tra settembre e inizio ottobre la montagna trentina esprime una delle sue forme più equilibrate. Sentieri, rifugi, parchi naturali, wellness e ospitalità in quota restituiscono un'esperienza diversa da quella estiva: più quieta, più distesa, più attenta alla qualità del tempo. È una montagna che incontra chi cerca autenticità, rapporto con i luoghi e una fruizione meno intensa, più consapevole.



Foto Archivio Trentino Marketing

■ Slow travel, gusto e paesaggio

Accanto alla montagna, l'autunno valorizza in modo particolare una proposta fatta di laghi, borghi, castelli, città, cantine, prodotti stagionali, cultura e accoglienza. In questa stagione il Trentino può esprimere con grande efficacia l'incontro tra natura e cultura, benessere e paesaggio, enogastronomia e racconto identitario. Lo slow travel trova qui un terreno naturale: tempi più distesi, esperienze più profonde, desiderio di autenticità e possibilità di costruire soggiorni brevi ma ricchi di contenuto.

■ Le passioni che orientano il viaggio

L'autunno ha anche la capacità di parlare a pubblici mossi da interessi specifici: MTB, bici da strada, pesca, trekking, itinerari tematici e outdoor leggero sono ambiti che trovano in questi mesi condizioni favorevoli e una maggiore disponibilità di tempo e spazio. In questi casi contano la precisione delle informazioni, la qualità dei servizi e la coerenza dell'offerta. Per chi sceglie una destinazione a partire da una passione, l'autunno può rappresentare una stagione molto attrattiva.

■ Gli eventi sportivi, culturali e gastronomici

A dare struttura all'autunno concorrono anche alcuni appuntamenti che, tra settembre e novembre, aiutano a costruire motivazioni di viaggio chiare. I Suoni delle Dolomiti, dal 27 agosto al 3 ottobre, uniscono musica e paesaggio in alta quota; il Trentodoc Festival, dal 25

al 27 settembre, rafforza il legame tra vino, città e racconto contemporaneo; dall'1 al 4 ottobre Il Festival dello Sport attiva pubblici ampi e trasversali, mentre Autumnus, dall'1 all'11 ottobre, valorizza frutti della terra, eccellenze enogastronomiche e filiera agroalimentare trentina. Il 17 e 18 ottobre, con Pomaria a Casez, la Val di Non propone uno degli appuntamenti più riconoscibili dell'autunno trentino. A questi si affianca un'offerta diffusa legata all'enoturismo e all'olio del Garda, con appuntamenti come Reboro. Territorio&Passione ad Arco e in Valle dei Laghi, i Weekend in cantina della Strada del Vino e dei Sapori e Frantoi Aperti nel Garda Trentino.

Quando eventi di questo profilo si integrano con l'ampia offerta diffusa sul territorio, l'autunno acquista struttura, visibilità e capacità di generare permanenza.

■ Il ruolo delle ApT e del lavoro condiviso

L'autunno richiede una costruzione corale. Prodotto, ospitalità, servizi, calendario, promozione e contenuti devono procedere insieme. In questo passaggio la sinergia tra Trentino Marketing, ApT e operatori è decisiva, perché mette in relazione una visione generale con le specificità dei singoli territori. Le ApT hanno un ruolo fondamentale nel trasformare questa visione in proposta concreta. La loro conoscenza ravvicinata delle vocazioni locali, dei servizi disponibili e delle esperienze attivabili consente di dare forma a un autunno realmente prenotabile, riconoscibile e coerente.



■ Un periodo dell'anno sempre più strategico

Le azioni previste per l'autunno 2026 si collocano dentro questa visione più ampia, che riguarda l'intero sistema turistico trentino. Campagne, attività digitali, contenuti editoriali, relazioni con i media, attività social e strumenti di promozione in Italia e sui mercati internazionali potranno accompagnare il lavoro dei territori. La forza del racconto sarà tanto maggiore quanto più potrà appoggiarsi a esperienze effettivamente disponibili, servizi aggiornati e proposte coerenti con le aspettative degli ospiti.

Estate e inverno restano i due grandi pilastri del turismo trentino. L'autunno, però, sta guadagnando uno spazio sempre più chiaro: un periodo in cui la montagna resta protagonista, soprattutto a settembre, il lago mantiene una forte attrattività, le città, la cultura e l'enogastronomia acquistano centralità e gli eventi diventano leve importanti per generare interesse, permanenza e ritorno.