

COMUNICATO STAMPA N. 62 DEL 3 DICEMBRE 2025

**Obiettivo promozione del territorio: una maxi campagna per sfruttare il traino olimpico
Grandi schermi nelle principali città, spot pubblicitari sulle reti nazionali, campagne digitali**

Un piano di azione integrato e coordinato, che si rivolge a un pubblico ampio e diversificato, utilizzando tutti i canali tradizionali e i nuovi media, con un obiettivo dichiarato: promuovere il territorio capitalizzando il traino olimpico. L'iniziativa, promossa e sostenuta da Provincia, Apf Valtellina e Camera di Commercio a partire dallo scorso luglio, con i mesi di dicembre e gennaio, entra nella sua seconda fase: una marcia di avvicinamento all'evento olimpico che culminerà, il 31 gennaio, con l'arrivo in valle della fiamma. L'investimento è robusto, pari a un milione e 850 mila euro, di cui 1,1 milioni coperto da Apf Valtellina e 750 mila dall'ente camerale, per un'azione mai sviluppata prima dal sistema Valtellina. Il piano di azione guarda alle imminenti Olimpiadi ed è proiettato nel futuro. Al centro c'è lo spot, appositamente realizzato per veicolare "Valtellina Taste of Emotion" quale sponsor di Milano Cortina 2026, un'operazione che ha consentito di legare ufficialmente i nostri prodotti agroalimentari e l'offerta turistica all'evento olimpico <https://www.youtube.com/watch?v=Zy67v0DAb5o>

“La Provincia lavora ormai da tempo per la riaffermazione, dopo la riforma, del proprio ruolo di riferimento amministrativo e territoriale, favorendo il coordinamento tra gli attori locali e una visione condivisa per la Valtellina. Attraverso Apf Valtellina, che rappresenta uno strumento operativo ormai consolidato, abbiamo contribuito a costruire un percorso comune finalizzato a valorizzare le opportunità offerte dalle Olimpiadi e a rafforzare l'immagine del territorio. Questa campagna nasce da un lavoro congiunto e ordinato tra istituzioni, che hanno scelto di mettere a sistema risorse e competenze per ottenere un risultato unitario. È un esempio concreto di come la collaborazione possa produrre azioni strutturate e utili non solo nell'immediato, ma anche in prospettiva. Con questo intervento desideriamo proseguire nel percorso di promozione e valorizzazione della Valtellina, mantenendo ferme le nostre priorità: tutelare il patrimonio locale, rafforzarne l'identità e consolidare un metodo di lavoro condiviso che possa essere utile anche oltre il 2026” – afferma il presidente della Provincia **Davide Menegola**.

“Grazie alla sinergia tra Ente camerale e Provincia, con il coordinamento di Apf Valtellina, abbiamo definito e promosso un piano di azione articolato e completo - afferma la presidente della Camera di Commercio **Loretta Credaro** -. Un evento eccezionale come le Olimpiadi richiedeva un intervento fuori dell'ordinario, e questo lo è. È stato studiato da una primaria agenzia, leader in Italia, utilizzando le più sofisticate e innovative strategie di marketing, ed è sostenuto da condivisione e collaborazione a livello locale. Un piano che veicolerà il nostro territorio, amplificando la notorietà che le Olimpiadi determinano, utile nel presente di questa vigilia ma soprattutto nel post evento”.

“Con questa campagna di promozione - sottolinea **Elio Moretti**, presidente di Apf Valtellina - stiamo portando la Valtellina al centro dell'attenzione nazionale, assicurando al territorio una visibilità senza

precedenti. La presenza capillare dello spot su maxi schermi, tv, piattaforme digitali e social, insieme al lavoro degli *influencer* e ai progetti editoriali, ci permette di raggiungere pubblici diversi e sempre più ampi. È una strategia integrata che rafforza l'immagine della Valtellina e ne consolida il posizionamento in vista delle Olimpiadi, creando un patrimonio di notorietà che resterà anche oltre il 2026”.

La Valtellina, con le sue montagne, le piste da sci e le eccellenze enogastronomiche, sarà nelle vie dello shopping e nei luoghi più frequentati di Roma, Milano, Bologna e Torino, nelle stazioni della metropolitana a Milano, Genova e Brescia, sulle reti televisive nazionali Rai, Mediaset, Sky e Discovery, sul web e sui social media, sulla Gazzetta dello Sport e su Bell'Italia, sui canali di influencer quali Anselmo Prestini, Francesco Posa, Elena Corpetti e Samuele Maragliano. Per un grande impatto mediatico, attentamente studiato e pianificato, sui canali tradizionali e su quelli digitali.



Torino – Largo Saluzzo



Milano – Naviglio grande



Roma – Piazza Risorgimento



Bologna – Via Capraie