

Si è conclusa la campagna turistica pubblicitaria del territorio di Pastrengo, promossa dall'ex sindaco Mario Rizzi. La pubblicazione delle pagine dedicate è incominciata a febbraio ed è continuata con la nuova amministrazione. Si trattava di inviare di volta in volta un articolo di mezza pagina, fornito dalla Pro Loco, che attirasse l'attenzione del villeggiante di lingua tedesca sulle attrattive turistiche di Pastrengo e del suo territorio. Considerato il target dell'utente, si doveva puntare su argomenti di volta in volta circoscritti, nell'ottica del turista straniero estivo che rimane pochi giorni sul Lago di Garda, ma è attivo e curioso e soprattutto desidera staccarsi dalla ripetitiva movida lacustre. Si sono suggeriti

percorsi in bicicletta o a piedi. Ogni pagina riportava nel titolo il richiamo al nome di Pastrengo, accompagnato da una cartina geografica che indicava al turista straniero dove si trova Pastrengo. «Abbiamo fatto un lavoro utile - commenta Albino Monauni, presidente della locale Pro Loco di Pastrengo - . Mi sono calato nella testa e negli occhi del turista nordico, un po' "green", magari camperista e di base nei cam-

peggi del Lago, curioso di uscire dalle schematiche abitudini feriali e intenzionato a conoscere anche l'entroterra». Gli articoli apparsi sulle edizioni 2014 del Gardasee sono stati postati nel sito della Pro Loco di Pastrengo (www.prolocopastrengo.it). «L'idea che ci frulla in testa - continua Monauni - è riunire questi articoli in un libretto guida trilingue ad uso turistico. E' questo uno dei prossimi progetti da definire».