

100 Anni **Garda
Musei**
ANNIVERSARIO
— 2015-2025 —

RELAZIONE GARDAMUSEI 2025



Il 2025 GardaMusei

“10 anni di intensa attività a favore dei nostri territori per valorizzare le polarità artistiche e culturali di cui siamo ricchi: un risultato che ci impegna a continuare in questa azione molto apprezzata dai residenti e soprattutto dai visitatori che raggiungono il Garda per una vacanza densa di esperienze. Con affettuosa gratitudine verso tutti coloro che ci hanno sostenuto ed hanno collaborato rendendo possibile questo felice “viaggio nel mondo della cultura””.

Mauro Carrozza
Presidente



“La festa di GardaMusei per il suo decimo anniversario, con tanti soci e amici, è stata la prova della bontà dell’iniziativa, come il grande successo di OneGardaTicket, aperto anche ai non soci, che permette al visitatore di conoscere e esplorare, risparmiando, il nostro territorio. Continueremo su questa strada, crescendo e migliorando: è una promessa.”

Giordano Bruno Guerri
Direttore Generale

Nuove realtà entrano in GardaMusei

Nel corso del 2025 GardaMusei si è ulteriormente rafforzata grazie all'adesione di **tre nuovi enti**, a conferma della crescente capacità di attrarre realtà diverse ma accomunate dalla valorizzazione del patrimonio storico, culturale e identitario del territorio.

Le nuove adesioni, avvenute tra marzo e luglio, contribuiscono ad ampliare e diversificare l'offerta culturale della rete.

Comune di Limone sul Garda (adesione: marzo 2025)

Il Comune di Limone sul Garda, uno dei più visitati dell'area, entra a far parte di GardaMusei portando con sé un patrimonio culturale fortemente legato alla storia del lago, alla tradizione agricola delle limonaie e alla memoria storica del territorio. La partecipazione del Comune rappresenta un'importante opportunità per valorizzare ancor di più il territorio dell'Alto Garda e luoghi che ancora oggi narrano delle tradizioni locali.



Centro Studi RSI (adesione: maggio 2025)

Il Centro Studi RSI aderisce a GardaMusei contribuendo con un ambito di ricerca e documentazione di grande rilievo storico. L'ente si occupa della conservazione, dello studio e della divulgazione di materiali e testimonianze legate alla storia della Repubblica Sociale Italiana, offrendo un approccio scientifico e critico alla memoria del Novecento. La sua presenza arricchisce la presenza di enti salodiani nella rete di GardaMusei e consente all'associazione di potenziare il racconto della storia locale e nazionale.



Comune di Pozzolengo (adesione: luglio 2025)

Con l'ingresso del Comune di Pozzolengo, GardaMusei apre le porte a un altro importante ente legato agli eventi del Risorgimento italiano e alla storia delle battaglie combattute nell'area morenica del basso Garda. Il Comune apporta un patrimonio storico e culturale significativo, con particolare riferimento ai luoghi della memoria e alle iniziative di valorizzazione storico-turistica, rafforzando il legame tra musei, territorio e comunità locale.



Particolare menzione per chi ha scelto di sostenere il progetto One Garda Ticket pur non essendo un associato GardaMusei: Cantina Averoldi, Cantina Cobue, Cantina Perla del Garda, Comune di Mantova, Fondazione Brescia Musei, Fondazione Palazzo Te, Museo Diocesano Francesco Gonzaga, Limonaia Pra dela Fam, Museo Nicolis, Shakespeare Interactive Museum, Villa Medici del Vascello.

Attività dell'associazione

• One Garda Ticket

Nel corso del 2025 **One Garda Ticket** è stato visitato da 47.000 persone, di cui 7.000 nuovi utenti e 348 di ritorno. Questo dato indica che il portale sta progressivamente aumentando la propria visibilità e capacità di intercettare nuovo pubblico, soprattutto in relazione alla programmazione di visite culturali e turistiche.

Gli utenti arrivano con un obiettivo preciso – informarsi, scegliere un'attrazione o acquistare un biglietto – e tendono a muoversi in modo rapido e mirato.



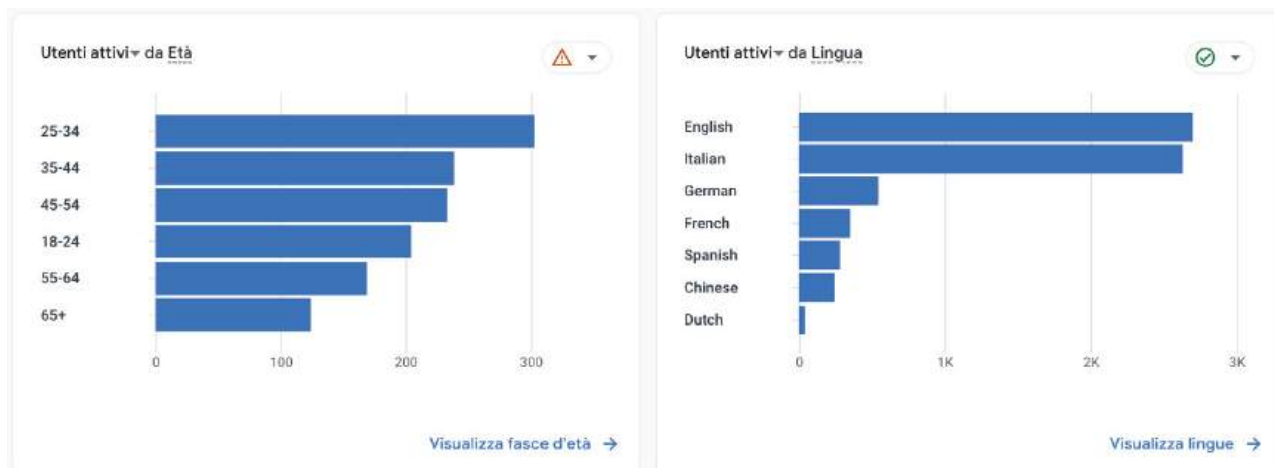
L'andamento delle visite nel tempo mostra una presenza costante, con picchi legati ai periodi di maggiore affluenza turistica, a conferma del forte legame tra il portale e la stagionalità del territorio gardesano.

Uno degli elementi più rilevanti emersi dall'analisi è la forte **dimensione internazionale del pubblico** di One Garda Ticket. Accanto a una presenza importante di utenti italiani, il portale è utilizzato in modo consistente da visitatori provenienti dall'estero, in particolare Asia (soprattutto Cina e Singapore) e Nord America. Questo dato conferma che One Garda Ticket non è solo uno strumento locale, ma rappresenta un vero e proprio punto di accesso digitale al sistema culturale gardesano per un pubblico globale.

La maggior parte degli accessi a One Garda Ticket avviene in modo diretto: gli utenti digitano l'indirizzo del sito, cliccano su un link ricevuto o accedono tramite QR code e materiali informativi.

Dal punto di vista del profilo degli utenti, il portale è utilizzato prevalentemente da un **pubblico adulto, con una concentrazione nelle fasce di età comprese tra i 25 e i 55 anni**. Si tratta quindi di persone che organizzano autonomamente il proprio tempo libero e le proprie esperienze di visita. Si rileva inoltre una prevalenza di utenza femminile, un dato in linea con tendenze consolidate nel settore della fruizione culturale.

Per quanto riguarda la lingua, il portale viene consultato soprattutto in inglese e italiano, ma anche in tedesco, francese, spagnolo e cinese. Questo conferma l'importanza strategica di mantenere e rafforzare l'offerta multilingue.



Tra i luoghi che hanno registrato maggiori vendite di biglietti su One Garda Ticket ci sono la Limonaia del Castèl, di Limone sul Garda, il Vittoriale degli Italiani, i musei di Brescia e il Museo Nicolis.

- **L'accordo con Discovera**

E' proseguita la collaborazione con la società Sportit attraverso la piattaforma **Discovera** che rivende biglietti One Garda Ticket.



L'utente-tipo del portale Discovera si differenzia in parte dall'utente che visita One Garda Ticket come "porta di accesso informativo" al sistema museale, ma è perfettamente complementare rispetto a esso: mentre One Garda Ticket intercetta una domanda diretta di informazione e acquisto, Discovera intercetta una domanda più orientata a soluzioni di viaggio integrate con la rete ferroviaria.

La società Sportit, alla luce dei risultati riscontrati, si è interessata ad ampliare la rete, coinvolgendo altre

realità culturali di GardaMusei, una collaborazione che verrà approfondita nel 2026.

• Il nuovo accordo con Get Your Guide

Nel corso del 2025 GardaMusei ha avviato una collaborazione strategica con il portale internazionale **GetYourGuide**, finalizzata alla vendita di biglietti congiunti che coinvolgono una prima selezione di luoghi culturali del territorio del Lago di Garda e associati a GardaMusei: MuSa, Vittoriale degli Italiani, Museo Il Divino Infante, Museo della Carta.

The screenshot displays the GetYourGuide interface. At the top left is the 'GET YOUR GUIDE' logo. A search bar contains the text 'Vittoriale degli Italiani, Gardone Riviera' and a 'Cerca' button. Below the search bar are navigation options: 'Esplora Provincia di Brescia', 'Luoghi da vedere', and 'Cose da fare'. A filter bar includes 'Date', 'Prezzo', 'Lingue', 'Durata', and 'Orario di inizio'. Below the filters, it states '4 risultati: Vittoriale degli Italiani, Gardone Riviera'. Three results are shown as cards:

- Card 1:** 'Vittoriale degli Italiani e Museo della Carta: biglietto combinato'. It features a 'Scelta top' badge and a heart icon. The text below the image reads: 'Biglietto di ingresso incluso • 2 giorni' and 'Nuova attività'. The price is 'Da 22 €'.
- Card 2:** 'Vittoriale degli Italiani, MuSa e Museo della Carta: biglietto combinato'. It features a heart icon. The text below the image reads: 'Biglietto di ingresso incluso • 2 giorni' and 'Nuova attività'. The price is 'Da 28 €'.
- Card 3:** 'Biglietto combinato per il Vittoriale degli Italiani e il MuSa Museo di Salò'. It features a heart icon. The text below the image reads: 'Biglietto di ingresso incluso • 2 giorni'. The price is 'Da 23 €' and it has a 5.0 star rating with '(1)' reviews.

L'accordo con GetYourGuide rappresenta un passaggio strategico importante per GardaMusei consentendo di ampliare in modo significativo la visibilità delle realtà museali aderenti, intercettare nuovi segmenti di pubblico, nazionale e internazionale, rafforzare il ruolo di One Garda Ticket come sistema centrale di gestione e riconoscimento dei biglietti e promuovere una fruizione integrata dei luoghi di cultura.

I primi risultati ottenuti, soprattutto considerando il periodo di avvio - ossia il periodo autunnale - confermano la validità della scelta e suggeriscono ampi margini di sviluppo per il futuro.

Ai soci attualmente coinvolti viene garantito l'incasso pattuito per One Garda Ticket mentre le commissioni trattenute da GetYourGuide vengono aggiunte all'importo proposto.

- **Una Notte, un Museo. La scoperta e la riscoperta dei luoghi della cultura attraverso esperienze multisensoriali**



Dal 12 febbraio al 31 marzo 2025 la Fondazione Provincia di Brescia Eventi ha realizzato presso il Centro Commerciale Elnòs un'esposizione fotografica dedicata al progetto **Una Notte, Un Museo**. Attraverso fotografie, video e laboratori interattivi dedicati ai 14 musei coinvolti nel progetto, è stato possibile scoprire il territorio, rafforzando l'idea di rete.

E' stata poi avviata la terza edizione del progetto, grazie anche al riconoscimento AVVISIO UNICO di Regione Lombardia (Ambito A - Progetti di Promozione Educativa Culturale), che ha coinvolto 21 musei sul territorio provinciale, tra i quali alcuni soci GardaMusei: il **MuSa**, il **Museo etnografico della Valvestino**, il **Museo Il Divino Infante** e per la prima volta anche il **Vittoriale degli Italiani**. E' stato quindi realizzato un video in notturna all'interno della Prioria, la casa del poeta d'Annunzio al Vittoriale,

e sono state realizzate visite guidate sensoriali con esperienza tattile presso ciascuno dei musei coinvolti.

Il progetto, ideato e promosso da Fondazione Provincia di Brescia Eventi e Provincia di Brescia, ha superato i confini provinciali. Grazie alla collaborazione con GardaMusei, con la Fondazione Il Vittoriale



degli Italiani, con la Fondazione Crea e con Regione Abruzzo, il progetto ha aperto la settima edizione del **Festival Dannunziano di Pescara**, sul tema di "Vivere Inimitabile" nel corso della Notte dei Musei di Pescara, accogliendo nella propria rete anche il Museo Casa Natale di Gabriele d'Annunzio.

Un'**edizione speciale** del progetto è stata organizzata in occasione della festa "Abbiamo fatto 10, facciamo 31", la celebrazione del **decimo anniversario di GardaMusei**.

- **In piazza con noi**

GardaMusei, tramite la collaborazione con la Fondazione Provincia di Brescia Eventi, è stata due volte protagonista della trasmissione di Teletutto *In piazza con noi*. Il programma, in onda ogni domenica in diretta dalle principali piazze della provincia, ha fatto tappa al Vittoriale nel mese di marzo, e al Museo Il Divino Infante in maggio, raccontando le bellezze del territorio e invitando alla visita.



- **I primi 10 anni di GardaMusei: Abbiamo fatto 10, facciamo 31**

Il 23 novembre 2025 abbiamo celebrato al Vittoriale, sede di GardaMusei, il **10° Anniversario** della nostra associazione: una giornata tra visite



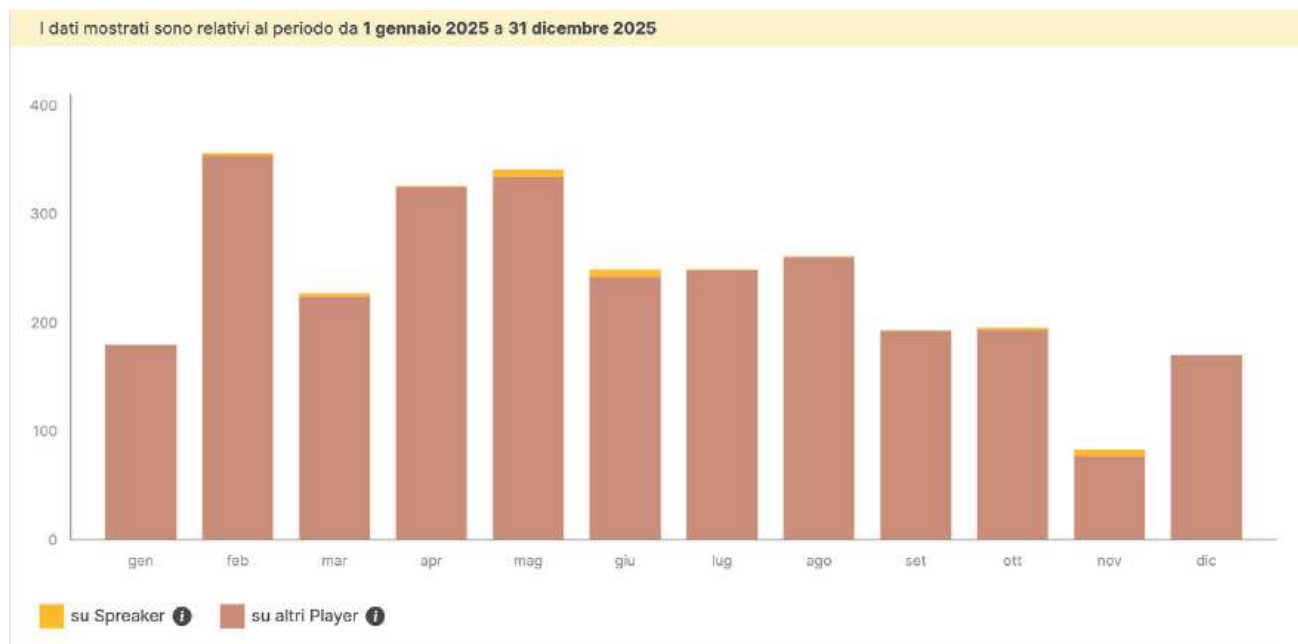
La Banda di Salò ha aperto la giornata accompagnando l'alzabandiera in Piazzetta Dalmata e anticipando il ricco programma di attività: al Museo d'Annunzio Segreto i soci di GardaMusei hanno potuto presentarsi al pubblico, raccontare le proprie proposte culturali e turistiche e coinvolgere i presenti allietati anche dalla degustazione di formaggi tipici proposta dalla Strada del Formaggio Alto Garda Bresciano. A Casa Cama si sono susseguiti laboratori didattici proposti dal Museo della Carta e dal Museo Civico Archeologico della Valtenesi, a Villa Mirabella per tutta la giornata sono state proposte degustazioni di prodotti tipici realizzate in collaborazione con la Strada dei Vini e dei Sapori del Garda, con la Strada dei Vini e dei Sapori Mantovani e con la Strada del Gusto Cremonese. Non solo, il MUSE, Museo delle Scienze di Trento, ha proposto laboratori didattici a Villa Mirabella, la Comunità Parco Alto Garda Bresciano ha guidato i visitatori in una camminata naturalistica nel parco del Vittoriale, illustrando le principali essenze e caratteristiche del territorio, mentre il Museo d'Annunzio Eroe ha ospitato un incontro sul tema dell'Intelligenza artificiale. Nel pomeriggio una merenda con prodotti locali ha coinvolto anche i più piccoli alla scoperta dei sapori del territorio.

• Podcasts GardaMusei

Anche nel 2025 i **podcasts di GardaMusei** si sono rivelati un efficace strumento di guida dei turisti sul territorio. E' stato pubblicato un nuovo episodio della serie *Sapori del Garda*, dedicato al patrimonio caseario del territorio gardesano. Sono stati pubblicati cinque nuovi episodi della serie *Storie del Garda*, aggiornando le guide ai soci GardaMusei, dedicate a Limone sul Garda e alle sue limonaie, al MUSE, Museo delle Scienze di Trento, al Museo del Risorgimento di Oliosì e, più in generale, al MUDRI, e al Forte di Pietole.

Non sono mancati nuovi appuntamenti anche per i turisti più insoliti: nella raccolta *Un insolito turista sul Garda* sono stati aggiunti episodi dedicati a Mantova, a Gardone Riviera, a Sirmione e al Trentino

I podcasts rimangono a disposizione dei turisti gratuitamente, guidandoli sul territorio alla scoperta di natura, storia, arte e tradizioni.



I dati mostrati sono relativi al periodo da 1 gennaio 2025 a 31 dicembre 2025

Podcast	Download
	2829
	Download Network
Welcome to Lake Garda 🇮🇹	1010
Storie del Garda e dintorni	862
Storie del Garda per bambini	537
Willkommen am Gardasee 🇩🇪	250
Un insolito turista sul Garda	112
Sapori del Garda	58

- **GARDA - Un lago in festa**

Il 29 giugno 2025 ha preso vita la prima edizione di **GARDA – Un lago in festa**, un evento concepito insieme alla Comunità del Garda, come grande momento di celebrazione condivisa del lago di Garda, della sua identità culturale e della rete di comunità, istituzioni e realtà che lo abitano. Fin dalla sua ideazione, ereditando quanto già avviato con il Festival GardaLo!, l’iniziativa si è posta l’obiettivo di superare una visione frammentata del territorio, proponendo invece un racconto unitario del lago come spazio culturale e sociale.

L’evento è iniziato alle 12:30 con l’inaugurazione della mostra *E la nave va* di Dante Ferretti, scenografo tre volte premio Oscar, allestita negli spazi di Villa Mirabella. Nel pomeriggio, a partire dalle 15:00, il parco si è animato con un ricco e variegato programma di eventi, strutturato in sezioni tematiche che spaziano dalla letteratura allo spettacolo, dall’innovazione ai contenuti per i giovani, con l’importante aggiunta di una sezione dedicata all’enogastronomia per valorizzare i sapori e le eccellenze del territorio.

La sezione letteratura ha visto dialoghi e incontri con autori e personalità del panorama culturale (Chiara Francini e Pietrangelo Buttafuoco); quella dedicata all’innovazione ha proposto momenti di riflessione su temi tecnologici e creativi, pensati per essere comprensibili e stimolanti anche per chi non è esperto del settore, con l’eccezionale presenza di Ringhio, il robot rover autonomo dell’Istituto Italiano di Tecnologia specializzato nel monitorare siti archeologici. Non sono mancate incursioni musicali e performance teatrali lungo i sentieri e negli spazi aperti del Vittoriale, creando un’atmosfera festosa e partecipata. In serata, dopo un incontro con il fumettista Makkox, la giornata si è conclusa con un evento speciale di spettacolo che ha coinvolto il collettivo teatrale Contenuti Zero, portando in scena interpretazioni storiche e performances. Nei loggiati ha avuto luogo la degustazione di formaggio Grana Padano.



• Tirocini universitari

GardaMusei ogni anno collabora con il Vittoriale degli Italiani nella proposta di un **progetto didattico** a istituti di ogni ordine e grado. Quest'anno il progetto ha avuto come titolo *La Bellezza della Lettura: Leggere, Leggere, Leggere!* e ha coinvolto oltre 800 studenti di tutta Italia.

L'associazione è stata **attiva anche in ambito universitario**, incrementando e rafforzando la collaborazione con gli atenei territoriali. Grazie alle convenzioni stipulate molti studenti hanno scelto di attivare il proprio tirocinio curricolare con GardaMusei, attratti dal mondo culturale e dal territorio.

I progetti realizzati con i ragazzi tirocinanti di GardaMusei sono stati studiati, come ogni anno, su misura rispetto al loro percorso di studi, alla loro formazione e alle loro competenze, con l'obiettivo di introdurli nel mondo lavorativo con un approccio professionale e efficiente.

Alcuni dei ragazzi hanno inoltre avuto la possibilità di spostarsi sul territorio, accedere alle realtà culturali associate, e realizzare contenuti digitali di alto livello occupandosi di tutto l'iter creativo, dall'ideazione della campagna promozionale alla realizzazione di scatti fotografici e video fino alla pubblicazione su social e sito.

• Bandi

GardaMusei nel 2025 ha collaborato come partner a diversi progetti culturali:

- AVVISO UNICO CULTURA 2025 – AMBITO A – BANDO A SOSTEGNO DI PROGETTI DI PROMOZIONE EDUCATIVA CULTURALE con la Fondazione Provincia di Brescia Eventi.
- AVVISO UNICO CULTURA 2025 – AMBITO B – MUSEI, ARCHIVI, BIBLIOTECHE E CATALOGAZIONE - LINEA 1 MUSEI con il Museo Civico Archeologico della Valtenesi.
- Bando della Fondazione Cariplo per la concessione del contributo a fondo perduto nell'ambito del bando "Luoghi da rigenerare", con l'iniziativa "Luce al Vittoriale", insieme alla Fondazione Il Vittoriale degli Italiani.
- Bando "Progetti della Comunità 2025", con il MuSa, Museo di Salò, sostenendo il progetto *Connessioni Culturali: il nuovo ecosistema del MuSa*.
- Bando Cultura 2025 della Fondazione della Comunità Bresciana, sostenendo il Centro Studi RSI nel progetto *Garda Lake History Festival "Public Engagement in History"*.
- Bando MOST – Mobility and Outdoor Sustainability Together, a sostegno del progetto *Discovera* di Sportit SRL.

- Sostegno al Fondo Niccolò Piccinni ODV nel progetto Garda Festival 2025.

• **Promozione sul territorio**

Anche nel 2025 GardaMusei si è occupata della promozione dei propri associati attraverso la presenza con materiale promozionale in diversi ambiti. Nei primi mesi dell'anno, grazie alla collaborazione del Consorzio Lago di Garda Lombardia, il materiale promozionale di GardaMusei è stato distribuito alle principali **fiere sul turismo** nazionali ed internazionali.

Il 7, 8 e 9 marzo abbiamo presenziato a **Futura Expo**, l'evento promosso dalla Camera di Commercio di Brescia e ProBrixia, e appoggiato da A2A, Confindustria Brescia, Fondazione Una e Feralpi.

Dal 15 al 19 maggio, insieme alla Fondazione Il Vittoriale degli Italiani, GardaMusei è stata presente al **Salone Internazionale del Libro di Torino** dove sono state distribuite cartoline informative sui soci e sui progetti in corso.

In giugno, **Gestione Navigazione Laghi** ha inserito un'intera pagina dedicata a GardaMusei nella propria rivista, distribuita in tutti i punti di attracco di loro competenza e presso gli enti affiliati.

Il materiale relativo al progetto One Garda Ticket è stato distribuito sul territorio gardesano e dintorni per tutta la stagione estiva, raggiungendo attività commerciali, alberghi e infopoint. Sono state inoltre ristampate le cartoline relative al progetto Tessera GardaMusei e ai podcast.

Nell'**infopoint di Brescia Centro (Piazza del Foro)**, grazie alla collaborazione della Fondazione Provincia di Brescia Eventi, sono stati presenti per tutto l'anno due roll-up di GardaMusei con informazioni e QR code sui progetti dell'associazione.

Menzione speciale per GardaMusei è stata fatta da tutti i soci nelle proprie conferenze stampa, sottolineando l'importanza di far rete sul territorio.

Il bilancio

Tutte le scelte e tutte le strategie sono ideate per fare in modo che l'oggetto sociale e le indicazioni date dall'assemblea dei soci trovino le giuste coperture economiche e ne garantiscano la gestione futura.

Negli anni si è evidenziata la necessità di coprire un costo "strutturale" e l'esigenza di trovare le risorse necessarie per sviluppare nuovi progetti. L'obiettivo viene raggiunto principalmente con il costante **ampliamento della compagine associativa** che garantisce il flusso di cassa necessario e negli anni ha permesso di poter accantonare gli importi necessari per poter affrontare progetti più impegnativi.

Per quanto riguarda il **progetto One Garda Ticket**, avviato nel 2023, anche grazie all'aggiudicazione di un bando GAL, l'associazione non

prevede trattenute nella vendita e ne gestisce il funzionamento attraverso il personale regolarmente in servizio. La collaborazione in rete con altri portali di promozione turistica come GetYourGuide e Discovera consentirà all'associazione di ampliare il bacino d'utenza e dunque aumentare le vendite di One Garda Ticket.

Il bilancio 2025 di GardaMusei risulta dunque in linea con quelli precedenti.

Social Network

Anche nel 2025 i canali social di GardaMusei hanno avuto un ruolo di primaria importanza per la promozione delle attività dell'associazione e dei suoi soci. I social network continuano a rappresentare uno strumento fondamentale per intercettare turisti italiani e stranieri, far conoscere loro l'associazione e interagire. Unitamente al sito web, che di settimana in settimana viene aggiornato con notizie e programmazione di eventi, anche i social network vengono costantemente aggiornati con contenuti di rimando oppure con contenuti originali GardaMusei.

Come per l'anno precedente, GardaMusei gestisce **due profili social**: quello prettamente legato genericamente a tutte le attività dell'associazione e degli enti associati (@gardamusei) e quello esclusivamente legato a One Garda Ticket (@onegardaticket).

La scelta di gestire profili separati per le due attività è nata dalla volontà di dare al portale One Garda Ticket una sua identità, consentendo collaborazioni e scambi con GardaMusei e con le altre realtà aderenti, senza tuttavia confonderne l'immagine. La scelta, a cui ha conseguito un rafforzamento del lavoro sul fronte social dovuto alla creazione di grafiche e contenuti specifici per i due diversi profili, ha consentito all'associazione di amplificare il proprio bacino d'utenza, di creare maggior scambio, di raggiungere turisti italiani e stranieri con contenuti vari e dinamici e di potenziare l'identità di un marchio che già nel suo primo anno di attività ha saputo attrarre anche enti non associati a GardaMusei.

1) Instagram

Il profilo @gardamusei conta **oltre 9.200 follower**, mentre il profilo @onegardaticket, più recente, conta **circa 718 follower**.

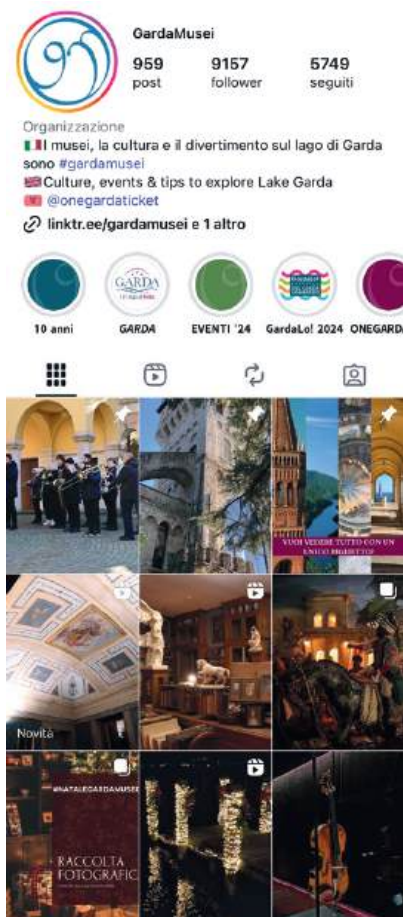
Sul profilo @gardamusei i post spaziano dalla promozione delle attività culturali, eventi e mostre fino a contenuti legati alla valorizzazione del territorio del Lago di Garda, con foto e video dei musei, luoghi d'arte e iniziative correlate. Tra i contenuti con elevate interazioni si trovano i reel, contenuti più dinamici, che raccontano eventi, momenti salienti dell'anno o messaggi di ringraziamento ai seguaci.

GardaMusei tagga regolarmente partner istituzionali e attrazioni culturali

del territorio che, a loro volta, condividono i contenuti sui propri profili consentendoci di aumentarne la visibilità.

Sul profilo @onegardaticket invece vengono pubblicati contenuti focalizzati sulla promozione del portale con post e reel che mettono in evidenza gli aspetti pratici, le attrazioni incluse e – nei reel – frammenti visivi delle attrazioni stesse. I post inoltre, includono testi finalizzati a illustrare i vantaggi del biglietto unico.

Profilo Instagram GardaMusei



Profilo Instagram One Garda Ticket



La promozione di eventi, riservata esclusivamente al profilo generico GardaMusei, è stata effettuata tramite lo strumento "storie", il migliore in termini di interazione con l'utente, che può commentare, rispondere a sondaggi e quiz. Sullo stesso profilo, la promozione dei soci e delle attività dell'associazione è stata fatta invece tramite post, caroselli e reel, per i quali si registra un ottimo riscontro.

Su entrambi i profili gestiti dall'associazione è aumentata la **pubblicazione di contenuti in "collaborazione"** con enti e istituzioni del territorio - associati e non. Questo ha consentito di amplificare in modo significativo le visualizzazioni dei contenuti e consolidare la fiducia degli utenti che percepiscono tali enti come istituzioni ufficiali su cui fare affidamento. Queste collaborazioni hanno inoltre rafforzato il legame con la comunità locale,

mostrando un coinvolgimento diretto nelle iniziative e nei valori del territorio sia di GardaMusei che degli enti coinvolti.

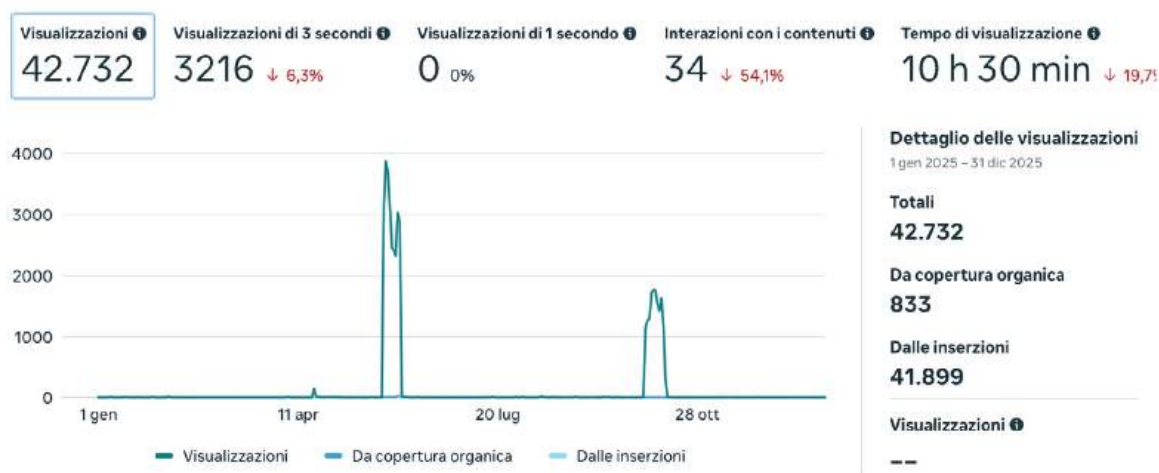
Nel periodo estivo e in quello a ridosso del Natale, ossia quando le proposte culturali degli associati incrementano, sul profilo di GardaMusei sono state pubblicate rubriche settimanali mirate ad agevolare il turista nella visione panoramica delle attività a cui poter partecipare, spaziando sul territorio e proponendo un'ampia scelta corredata di indicazioni geolocalizzate.

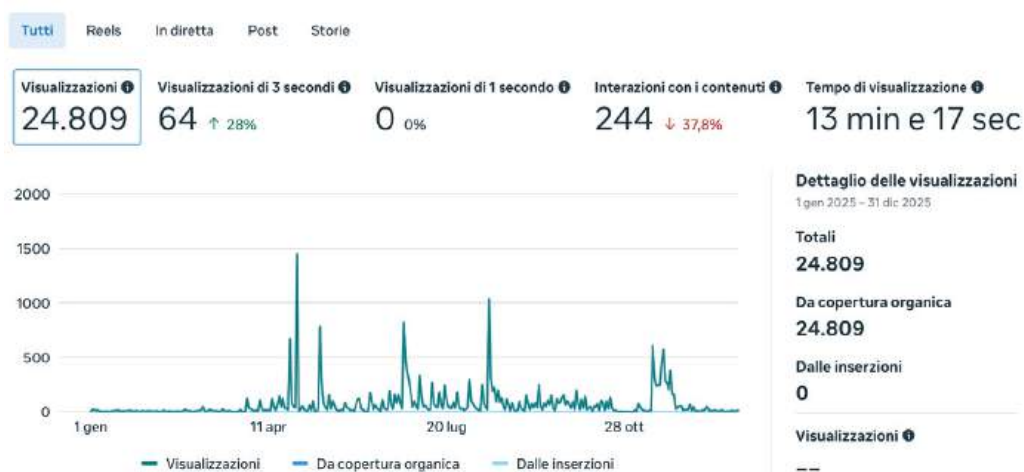
Per il periodo natalizio, tra dicembre 2025 e gennaio 2026, è stato ripreso il format **#natalegardamusei2025** che, come ogni anno, invita i seguaci a scoprire il territorio, visitare i musei e scattare fotografie condividendole con il tag specifico. L'obiettivo, oltre che di aumentare i flussi turistici, è quello di fidelizzare i seguaci, invitandoli a interagire con GardaMusei e contribuire alla promozione attraverso contenuti originali e specifici sul tema natalizio, sfruttando dunque un periodo festivo, e dedicandosi maggiormente alla scoperta del territorio.

2) Facebook

I contenuti caricati su Instagram vengono condivisi automaticamente anche sui rispettivi profili Facebook che tuttavia vengono talvolta integrati con la pubblicazione di locandine o grafiche che su Instagram, sulla base dell'esperienza pregressa, non otterrebbero le stesse visualizzazioni anche in virtù della difficoltà di inserimento dei link all'evento o alla prenotazione. In linea generale, su Facebook la pubblicazione dei contenuti è mirata alla condivisione su gruppi specifici (su base territoriale o tematica).

Profilo Facebook GardaMusei





3) X

Il profilo X dell'associazione conta **933 seguaci**, un numero inferiore rispetto agli altri canali social, giustificato da diversi fattori. X è strutturato come un flusso continuo di aggiornamenti in tempo reale, spesso legato a notizie di cronaca, politica o legate al tema sociale. La visibilità dei contenuti è molto più breve e legata alla rapidità di pubblicazione e alla capacità di inserirsi in conversazioni già in corso. Il coinvolgimento del pubblico di GardaMusei mediante X dunque, cresciuto molto nell'ultimo anno, rimane prettamente legato a notizie e attualità, e meno alla comunicazione di tipo narrativo-promozionale.

4) TikTok

L'attività di GardaMusei su TikTok ha progressivamente guadagnato terreno, riflettendo la crescita generale della piattaforma in Italia e in Europa, dove TikTok continua ad affermarsi come uno dei social più dinamici e coinvolgenti, soprattutto per i video brevi e l'esplorazione di contenuti visivi legati all'esperienza e alla scoperta di luoghi. Oggi il profilo TikTok di GardaMusei conta **circa 1000 visualizzazioni per post**, con l'obiettivo di incrementare i contenuti grazie anche alla collaborazione di giovani studenti universitari.

Newsletter

L'invio di comunicazioni specifiche agli utenti iscritti alla mailing list di GardaMusei avviene prevalentemente nei periodi con maggiore densità di eventi, ossia da maggio a ottobre e nel periodo natalizio. La lista dei contatti dell'associazione - provenienti da iscrizione volontaria alla mailing

list tramite acquisto di tessera GardaMusei - conta oggi circa 10.000 contatti, comprensivi di enti associati, esercizi commerciali, alberghi e infopoint.

Nel 2025 sono state **recapitate circa 43.200 e-mail**, con un tasso di lettura variabile in base alla tematica, ma quasi sempre oltre il 50%. Molto basso è stato invece il tasso di disiscrizione (0,55%), che conferma l'interesse da parte dei nostri utenti alle attività proposte dai soci GardaMusei.

La struttura delle comunicazioni varia in funzione alla tematica trattata: le newsletter generiche di GardaMusei (bisettimanali in alta stagione) raggruppa locandine di eventi e appuntamenti culturali oltre che di mostre in corso, quelle relative a One Garda Ticket propongono invece pacchetti esperienziali acquistabili dal portale, selezionati in base al periodo e alla proposta culturale e turistica in corso.

Su richiesta dei soci, GardaMusei prevede anche mail specifiche per alcuni eventi che richiedono prenotazione o che non godono in altro modo di forte visibilità.

Obiettivi GardaMusei 2026

Gli obiettivi GardaMusei 2026:

- **Ampliamento dei servizi offerti** al turista e agli stessi associati.
- **Ideazione, progettazione e realizzazione di nuove strategie di promozione e valorizzazione** culturale, turistica, ambientale e di marketing territoriale.
- **Promozione multimediale e mediatica** per un più forte posizionamento di contenuti e di immagine dell'associazione.
- Continuo **miglioramento della propria attività** per la promozione dei soci attraverso nuove idee e nuovi progetti.
- **Supporto al turista** nella visita sul territorio.
- **Creazione di sinergie tra i soci** volte a amplificare e differenziare la proposta culturale.
- **Incremento dell'attività con scuole e università** per garantire ai giovani studenti un'esperienza con GardaMusei e progetti formativi in ambito della cultura e del turismo.