

MARKETING E PUBBLICITÀ AZIENDALE

**GARDA** *Post*.it

MARKETING E PUBBLICITÀ AZIENDALE

TERRITORIO

## 2016, sfondato muro delle 10 milioni di presenze in Provincia di Brescia

Scritto da: redazione GardaPost

2017/06/27 1:36 PM



BRESCIA – La provincia di Brescia sfonda il muro dei 10 milioni di presenze. Record per il Garda. L'assessore regionale allo Sviluppo economico: "Arrivi e presenze crescono di oltre l'8%".

Riportiamo, di seguito, un comunicato stampa dell'assessore allo Sviluppo economico di Regione Lombardia Mauro Parolini.

"La provincia di Brescia sfonda il muro dei 10 milioni di presenze e si conferma, dopo Milano, come la provincia più attraente e dinamica della Lombardia anche in ambito turistico". È quanto ha dichiarato stamane l'assessore Mauro Parolini, commentato lo studio condotto dall'Osservatorio Regionale del Turismo e dell'Attrattività di Eupolis Lombardia sui flussi turistici in Lombardia del 2016 pubblicato oggi sul [sito dell'Istituto](#).

**Crescita di oltre 8% per Brescia** – "Nel 2016 in tutta la Lombardia abbiamo superato i 37 milioni di presenze, bissando il record dell'anno precedente e dimostrando che la nostra regione non cresce solo in presenza di grandi eventi, ma si sta affermando e



### Ultime news

TERRITORIO

2016, sfondato muro delle 10 milioni di presenze in Provincia di Brescia



AGENDA

Sulle ali del sogno a Canale di Tenno



AGENDA

Il giudice Albertano e il caso della scala senza fine a Gardone



LETTERE AL DIRETTORE

Il Garda e la candidatura Unesco. I camaleonti del pensiero



AGENDA

AnimAlinari, dialogo impossibile nelle fotografie dell'Archivio Alinari


**GARDA** *Post*.de  
LEBEN DEN GARDASEE

strutturando sempre più come una come destinazione turistica con un offerta di grande qualità e varietà. In particolare la provincia di Brescia cresce di oltre l'8% rispetto al 2015 e, in solo due anni, passa da 8,8 milioni di presenze a oltre 10 milioni, con numeri record per l'area turistica del Garda".

**Investimenti per oltre 120 milioni di euro** – "Successi ottenuti grazie al dinamismo degli operatori, delle istituzioni e alla spinta che abbiamo impresso in tutta la regione: abbiamo infatti percorso insieme ai protagonisti del comparto un cammino durante il quale – ha sottolineato Parolini – abbiamo dato nuova linfa al sistema turistico, sostenendolo, solo nell'ultimo anno, con oltre 60 milioni di euro attraverso bandi, eventi, iniziative di promozione e di formazione, che hanno generato investimenti per più di 120 milioni".

**2016, anno da incorniciare** – "Il 2016 – ha continuato l'assessore – è quindi un anno da incorniciare: è l'anno del successo di The Floating Piers, che ha proiettato la Lombardia e il lago d'Iseo in tutto il mondo, l'anno in cui abbiamo raccolto i risultati dell'implementazione della nuova legge regionale e del nuovo modo di promuovere la destinazione, più moderno e integrato, grazie alla DMO **Explora**, che si è dimostrata sempre più come quel soggetto operativo e aggregativo che mancava".

**Brescia, obiettivo crescere ovunque** – "Da regione conosciuta in Italia e all'estero per il ruolo di leadership economica, nella moda e design, – ha concluso Parolini – la Lombardia, in particolare Brescia, sta finalmente rivelando anche la sua grande vocazione turistica. L'obiettivo per la nostra provincia è crescere ovunque, non solo nelle aree più sviluppate, ma in tutto il territorio, dalla città alla montagna, passando per le aree collinari e la pianura".

**Mi piace** Piace a una persona. **Iscriviti** per vedere cosa piace ai tuoi amici.

**Tags:** Brescia, Eupolis Lombardia, flussi turistici, Lombardia, Mauro Parolini, turismo

Condividi:



SCRITTO DA: REDAZIONE GARDAPOST






**Focus Book Food**

### Videoricette

**ENOGASTRONOMIA**

**La guancia di manzo al Gropello del Belvedere**



**ENOGASTRONOMIA**

**Il luccio alla gardesana di Zeno**



### Siti partner



### Lettere al direttore

**LETTERE AL DIRETTORE**

**Il Garda e la candidatura Unesco. I camaleonti del pensiero**



**LETTERE AL DIRETTORE**

**Albergo diffuso a Cedina. C'è chi dice no.**



**LETTERE AL DIRETTORE**

**Il peso delle parole. Non chiamateli uliveti sociali**

