

# Generazione Y: ecco come creare ambasciatori europei del Benaco



Perla del lago. Turisti a Sirmione in uno scatto d'archivio

**Explora** spa e consorzio Lago di Garda Lombardia in campo per rafforzare il turismo giovanile

## Lago di Garda

Chiara Daffini

■ Ragazzi europei in «gita» sul lago di Garda. È l'ultima iniziativa lanciata da **Explora** spa (società della Regione Lombardia che si occupa di promozione turistica) e dal consorzio Lago di Garda Lombardia per attrarre sul Benaco la cosiddetta «generazione Y». (Quasi) non più adolescenti, ma nemmeno adulti: i ragazzi tra i 17 e i 30 anni sono i grandi assenti sulle spiagge e nelle cittadine gardesane. Almeno per ora. Il progetto «Giovani Garda **in Lombardia**», supportato dall'assessorato allo Sviluppo economico del Pirellone, intende colmare questo gap attraverso una duplice azione. Da un lato attraverso la comunicazione, con campagne Web e social in cui vengono lanciati contest tematici per raccontare il territorio in maniera coinvolgente, dall'altro con il contatto diretto con i giovani.

**L'idea.** In collaborazione con alcune strutture ricettive della riviera, il Consorzio lago di Garda Lombardia ha predisposto pacchetti turistici per piccoli gruppi di ragazzi provenienti da diversi Paesi europei e dall'Italia. Saranno gli stessi giovani turisti, una

volta rientrati nelle proprie città, a fare da testimonial del Garda nelle scuole, nelle università e sul Web, redigendo inoltre un report con punti forti e criticità della vacanza sul Benaco. La prima tranche è prevista per aprile, quando saranno ospitati gli studenti di tre scuole dalla Lettonia, dalla Slovacchia e dalla Repubblica Ceca. A settembre toccherà invece a Italia, Germania e Polonia. I ragazzi, selezionati dalle scuole e dalle università di appartenenza, saranno accompagnati dal consorzio Lago di Garda in Lombardia alla scoperta del territorio e dei suoi principali elementi di attrattività (paesaggio, storia, cultura, sport, divertimento e prodotti tipici), con un'attenzione anche alla promozione delle realtà circostanti, come le città di Brescia e Mantova, e alle mete del resto della Lombardia.

**I commenti.** «Il Garda - ha detto l'assessore allo Sviluppo economico di Regione Lombardia Mauro Parolini - attrae ogni anno sempre più visitatori, ma non possiamo dormire sugli allori. Questa iniziativa è lungimirante ed è segno di una realtà organizzativa che non si limita a gestire l'ordinario, ma guarda al futuro». Soddisfazione espressa anche dal presidente del consorzio Lago di Garda Lombardia, Franco Cerini, che ieri mattina al Pirellone ha presentato l'iniziativa insieme a Parolini: «Il percor-

so di conoscenza attuato dai ragazzi e le metodologie di gestione del progetto permetteranno di creare alcune decine di giovani ambasciatori del Garda lombardo in grado di trasmettere tramite il passaparola on e off-line l'immagine, finora poco nota, di un'area turistica ricca di appeal anche per i giovani».

Per il momento sono stati stanziati 15mila euro per lo sviluppo iniziale del programma, ma, come ha sottolineato il direttore del consorzio Lago di Garda Lombardia Marco Girardi: «L'intenzione è di allargare il raggio dei Paesi coinvolti». //

