

RICETTIVITÀ Aumentano anche nel 2017 arrivi e presenze in provincia: il Benaco punta a conquistare un nuovo pubblico

TURISMO IN CRESCITA, IL GARDA FA DA TRAINO

BRESCIA (cp1) Vent'anni di aumento costante nelle presenze e negli arrivi e dati decisamente in crescita anche nel 2017. Stiamo parlando del turismo bresciano. Proprio in questi giorni sono stati resi noti i dati del 2017 che hanno visto arrivare nella nostra provincia quasi tre milioni di turisti (+4,54% rispetto al 2016), mentre hanno dormito almeno una notte in strutture bresciane quasi dieci milioni e mezzo di persone (+4,47% rispetto all'anno precedente).

I dati, elaborati dalla Provincia, sono stati presentati nei giorni scorsi dal consigliere delegato al Turismo, **Fabio Capra**. Gli incrementi riguardano tutta la provincia con poche eccezioni, la bassa e il Lago d'Isèo (dove però nel 2016 ci fu l'evento The Floating Piers che fece schizzare i dati). I turisti che frequentano le località turistiche della nostra provincia arrivano soprattutto dalla Lombardia, ma c'è anche una buona fetta di stranieri, soprattutto tedeschi.

E ancora una volta, a spiccare nel panorama turistico bresciano è il Garda dove gli arrivi del 2017 sono stati quasi 2 milioni (il 65,66% del totale provinciale) e le presenze quasi 8 milioni (73,84% del totale). «Il trend positivo indiscusso degli ultimi anni - spiega il direttore del Consorzio Lago di Garda Lombardia **Marco Girardi** - è indice di quanto piaccia il nostro lago agli stranieri. La costante crescita di arrivi e presenze racconta l'appeal di proposte vacanza in grado di coniugare bellezza ambientale, storia, cultura, sport e sapori tipici».

I dati sono assodati, ma sul Garda non si accontentano ed ecco che la sfida del futuro punta a conquistare gli under 30 quella fascia che per scegliere le mete si affida ai social network e ai messaggi trasmessi dai principali mezzi di comunicazione. Per questo motivo il Garda ha attivato nuove azioni per promuovere le sue molte mete di divertimento "young". Il primo passo di questo percorso ha goduto di un palcoscenico formato da svariati milioni di teenager tedeschi, austriaci e svizzeri, quando il gruppo televisivo Ard-Zdf (il principale canale tv europeo per audience) ha ambientato tra Limone e Sirmione 60 puntate del suo più importante programma per giovani. Parallelamente, sul versante dello studio delle strategie di marketing e della formazione, è nato l'impegno del Consorzio Garda Lombardia in progetti che hanno coinvolto le università di Brescia, Verona, Bergamo e Trento, oltre a numerosi atenei stranieri. «Le iniziative messe in campo servono ad innalzare la qualità della forza lavoro del sistema turistico del Garda - sottolinea il direttore del Consorzio - nella consapevolezza che personale più preparato e fortemente motivato può dare nuova linfa vitale per l'innalzamento della qualità dei servizi turistici. Grazie alla collaborazione con facoltà umanistiche e tecniche è possibile fare un'analisi dell'evoluzione dei mercati di riferimento e sugli studi statistici legati ai flussi dell'incoming per organizzare campagne di comunicazione e promozione».

Queste collaborazioni hanno fatto incontrare teoria e pratica sul campo offrendo contributi al

marketing e alle imprese, ma hanno anche fatto conoscere il territorio. Le azioni messe in campo sono diverse, dalla presenza degli operatori gardesani in università, ai tour organizzati in zona per studenti stranieri. «All'Open Day per lauree magistrali dell'Università Cattolica di Brescia - aggiunge il direttore del Consorzio - è intervenuta l'albergatrice desenzanese **Lucia Cerini**, invece Garda Giovani [inLombardia](#), in collaborazione con la Dmo di Regione Lombardia [Explora](#) ha portato molti giovani provenienti da università e istituzioni scolastiche di Lettonia, Slovacchia e Repubblica Ceca alla scoperta del territorio benacense. Tra le tante iniziative spicca poi quella che ha visto il presidente del consorzio incontrare una delegazione universitaria svedese in visita a

Desenzano e Sirmione. Il dialogo italo-scandinavo è stato attivato dal professor **Alessandro Bigi**, docente di marketing avanzato presso l'Università degli Studi di Verona, e prevede la possibilità di organizzare sul Garda corsi di marketing e convegni internazionali coordinati dalla Lulea University of Technology, una piccola perla della ricerca scientifica del nord Europa».

«Credo che questa nuova sensibilità condivisa tra il mondo dell'istruzione e formazione e il nostro consorzio - afferma il presidente del Consorzio **Franco Cerini** - renda merito all'importanza del sistema turistico del Garda lombardo. I tempi sono maturi per attivare collaborazioni virtuose e per pensare all'istituzione di un'università della Regione del Garda che possa offrire ai giovani una facoltà di scienze turistiche. I benefici che ne deriverebbero sono evidenti e riguardano sia la qualità culturale e professionale degli operatori sia il livello dei servizi offerti al pubblico negli anni a venire».

