



I progetti del Consorzio Lago di Garda Lombardia per promuovere l'area bresciana del Benaco all'esposizione universale di Milano 2015

Il Garda e la sfida di Expo

Se ne parla ormai da mesi e avvicinandosi il 2015 ci auguriamo che sia tutto pronto, o quasi, per sfruttare al meglio la grande opportunità che l'esposizione universale di Milano Expo 2015 rappresenta per il nostro Paese e per i nostri terri-

di Francesca Gardenato

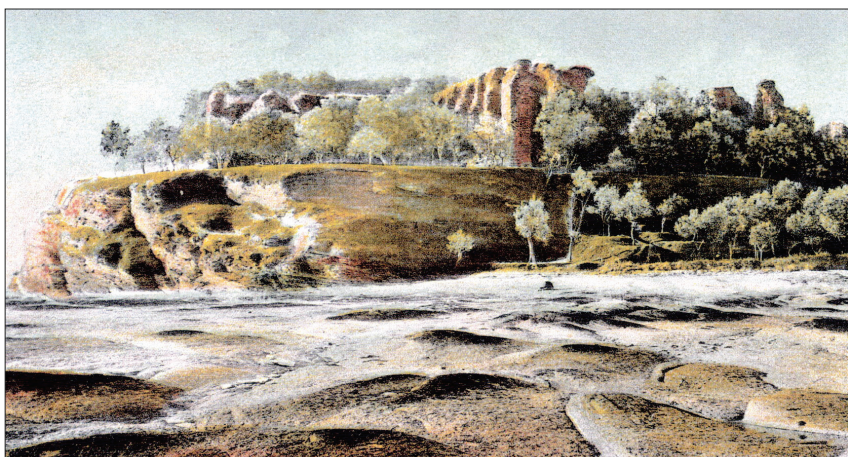
tori. Anche il lago di Garda scalpita per cavalcare il megaevento e mettere in mostra le proprie eccellenze turistiche e i molti servizi che lo distinguono. Nel Padiglione Italia di

Expo troverà spazio anche la vetrina gardesana con i tanti prodotti del lago ed entroterra: acqua, vino, olio, ortaggi, frutta, miele, tartufi, latte e formaggi, protagonisti dei sei mesi dall'1 maggio al 31 ottobre 2015 in linea con il tema ufficiale "Nutrire il pianeta, energia per la vita".

«L'Expo rappresenta una vetrina irrinunciabile per il sistema turistico del Garda – conferma il presidente del Consorzio Lago di Garda Lombardia, sindaco di Limone, Franceschino Risatti –. Stiamo organizzando iniziative che diano spazio al Garda per portarlo all'attenzione dei 21 milioni di visitatori che frequenteranno i padiglioni di Milano. Ma siamo meno convinti del fatto che l'Expo possa far affluire un grande numero di visitatori sul lago durante i sei mesi di apertura».

L'opportunità va intesa in senso contrario, spiega Risatti: sarà il Garda a portare più visitatori all'Expo ed è lì che si gioca la carta della visibilità. «Nel periodo maggio-ottobre – continua – quando arriveranno a Milano





Grotte di Catullo



gli ospiti dell'esposizione, gli alberghi della riviera saranno già occupati in gran parte dai turisti tradizionali; inoltre, è molto probabile che la maggior parte delle persone che giungeranno in Italia per questo appuntamento siano soprattutto uomini d'affari, businessmen più interessati a un tour dell'Expo per motivi professionali. Dubito che il nostro target di riferimento, quello delle famiglie, possa essere tra quelli in primo piano all'interno dei padiglioni espositivi milanesi». Per questo, è molto più probabile che accada l'esatto opposto: «L'enorme quantità di affezionati turisti del Benaco potranno rappresentare un "serbatoio" di po-

tenziali visitatori giornalieri estremamente appetibile per Expo. Quanti potranno optare per una gita a Milano per visitare l'evento più importante dell'anno? Non lo sappiamo, ma se saremo in grado di far comprendere questo alla Regione, al Comune di Milano, agli organizzatori dell'esposizione universale, potremo avere come contropartita ampi spazi e visibilità nei padiglioni fieristici», rimarca il presidente.

Da mesi, il Consorzio Lago di Garda Lombardia si è attivato per offrire servizi a tutti i turisti che, per curiosità, interesse o cultura, vorranno visitare l'esposizione milanese: «Il nostro impegno – evidenzia ancora Risatti – è mirato al coordinamento della comunicazione degli eventi Expo, della vendita dei biglietti presso le strutture ricettive, all'ottimizzazione dei servizi di trasporto da e verso il capoluogo lombardo e la fiera».

Progetto Expo Garda Lombardia

Al tavolo di coordinamento provinciale dell'Associazione Temporanea di Scopo (ATS) "Sistema Brescia x Expo" sono state proposte dal Garda bresciano una serie di iniziative che vanno sotto il nome di "Progetto Expo Garda Lombardia" e coinvol-

gono 58 realtà di carattere locale, tra istituzioni, associazioni, consorzi di produttori, musei e fondazioni culturali, sodalizi sportivi e altri portatori di interesse.

«È estremamente importante la nostra presenza nell'Associazione Temporanea di Scopo – afferma Franceschino Risatti –. Partecipando attivamente al tavolo di coordinamento provinciale istituito presso la Camera di Commercio abbiamo portato la voce del sistema turistico del lago e presentato, in sinergia con tutti i nostri partner istituzionali e non, un programma di iniziative con cui pensiamo di poter rendere la Provincia di Brescia e il lago di Garda protagonisti diretti di quella che sarà la vetrina mondiale per eccellenza. Tutte queste iniziative straordinarie sono state proposte alla Regione Lombardia e genereranno, se si troveranno adeguati finanziamenti, una serie di ricadute positive per molti anni».

Il Progetto Expo Garda Lombardia vuole promuovere il territorio e le eccellenze di 25 comuni distribuiti sulla riviera lombarda del Garda e nel suo entroterra; il progetto comprende attività organizzate da diversi soggetti (comuni, fondazioni culturali, associazioni sportive ed enogastronomiche, ecc.) per favorire e incrementare nel 2015 l'attrattività del territorio lombardo, e in particolare gardesano. L'obiettivo è sostenere lo sviluppo economico e la competitività del sistema turistico, settore in cui il tessuto imprenditoriale locale esprime un livello qualitativo di elevatissimo livello nei prodotti e nei servizi offerti. Si punta dunque a incrementare l'offerta, sostenere il mercato e l'economia locale, premiare le esperienze virtuose di rete fra aziende private ed enti locali, in sintesi sfruttare il più possibile la visibilità di questa vetrina di portata mondiale.

Per attrarre visitatori sul Garda sia

dall'estero sia dall'Italia sono state studiate tre tipologie di azioni: internazionalizzazione e apertura di nuovi mercati da paesi extraeuropei, grazie all'esperienza del Consorzio Garda Lombardia nella promozione internazionale e alla cooperazione con ATS Brescia e con il Sistema Expo 2015; offerta di nuovi contenuti e proposte integrate per il turismo gardesano, con un ricco calendario di eventi, rassegne, percorsi enogastronomici e culturali, che integrano gli appuntamenti tradizionali (con Italia in Rosa, Armonie senza tempo...) e moltiplicano le occasioni di conoscenza e degustazioni delle eccellenze gardesane grazie alla collaborazione dell'associazione Strada dei Vini e Sapori del Garda; destagionalizzazione con iniziative che sottolineano la versatilità dell'offerta turistica gardesana anche nei mesi invernali.

Alcune iniziative coordinate dal consorzio "Sistema Brescia x Expo" è il tavolo istituito dalla Camera di commercio di Brescia, di cui fa parte anche il Consorzio Lago di Garda Lombardia e altri portatori di interesse in questo evento. In questo gruppo di lavoro, che coordina le proposte prima, durante e dopo Expo, il Consorzio ha portato alcune iniziative come "Garda Blogger", un progetto già operativo che inviterà su territorio gardesano gruppi di blogger italiani e internazionali seguiti direttamente dal Consorzio Lago di Garda Lombardia, invitati a conoscere e poi a raccontare la loro esperienza sul lago ai loro follower.

Altra iniziativa che coinvolgerà tutti i comuni del Garda è il "Concerto dei cento ragazzi". Il Consorzio ha sostenuto la partecipazione dell'Orchestra dei cento ragazzi che nel 2014 si è esibita a Belgrado e nel 2015 ha proposto il lago di Garda come sede per il prossimo appuntamento, riunendo per l'occasione una ventina di

nazioni europee con i loro giovani. Allo stato attuale i progetti proposti tramite ATS hanno partecipato a un bando regionale e sono stati accolti da Regione Lombardia, resta da conoscere il responso per la distribuzione dei fondi: in tutto ci sono dieci milioni di euro sul tavolo, a disposizione della promozione turistica internazionale. Molto si è puntato su grandi eventi in capitali europee ed extraeuropee per spingere la provenienza di ospiti da aree nuove, oltre a quelle tradizionali. Il Consorzio sta coordinando le attività turistiche e promozionali sul territorio, a marchio Expo, per dare più forza al Garda e coniugare le varie iniziative con il settore enogastronomico e alimentare, protagonista di Expo. I lavori sono coordinati dai due vicepresidenti del Consorzio Lago di Garda Lombardia Franco Cerini, per la parte di promozione turistica, e Luigi Alberti per il settore enogastronomico.

Il "buon vivere" è tutto da raccontare
Il lago di Garda rappresenta da sempre una delle principali mete turistiche d'Italia: il terzo distretto turistico italiano. Il 75% circa dei turisti che scelgono il Benaco per le proprie vacanze sono stranieri: tedeschi e austriaci soprattutto, ma anche olandesi e inglesi. Le motiva-

zioni di questo successo sono da ricercare non solo nelle caratteristiche ambientali e culturali del territorio, ma anche nella sempre crescente attenzione verso la proposta enogastronomica di elevata qualità. È ormai opinione comune, condivisa dai principali operatori del settore, che spiaggia e sole non sono più sufficienti a sostenere da soli l'offerta turistica gardesana: sempre più il turista vuole scoprire e conoscere anche l'identità del territorio, a partire da proposte di vacanza originali, cultura, eventi coinvolgenti che siano espressione di tutte le eccellenze territoriali e dei suoi sapori. Le produzioni tipiche, olio e vino in primis, sono ormai un elemento d'incontestabile attrattiva nel complesso di un'offerta turistica che, nel concetto complessivo di ospitalità, ingloba in maniera naturale anche la qualità dell'offerta enogastronomica, della ristorazione, delle strutture alberghiere e della ricezione in genere (bed and breakfast, agriturismo, case vacanze...). Questi fattori strategici costituiscono il "buon vivere" gardesano, in gran parte ancora poco conosciuto e poco promosso, quindi ancora tutto da raccontare.

Francesca Gardenato
Giornalista Freelance



Cesare Bertolotti - Mattino a Salò