

Il «Garda Unico» vale 4 miliardi di euro



Presentato ieri a «Verona Fiere» il progetto congiunto di promozione. Lombardia, Veneto e Trentino insieme

Questa volta si fa sul serio. Dopo anni di buone intenzioni la promozione unitaria del lago di Garda - bacino che unendole tre sponde raggiunge i 26 milioni di presenze turistiche, tra i primi ambiti a livello nazionale superando di molto intere regioni italiane - sembra aver trovato la via giusta per concretizzarsi.

Ieri mattina nelle sale di «Verona Fiere», i referenti delle regioni Veneto e Lombardia e della nostra Provincia hanno lanciato il progetto «Garda Unico» con una strategia condivisa dai tre territori che si affacciano sul lago. Un investimento complessivo di 900 mila euro darà il via a una serie di azioni coordinate per potenziare la visibilità e l'attrattività del Garda, con un focus particolare sul mercato nordamericano, che si conferma una delle aree a maggior potenziale di crescita, accanto ai Paesi del Golfo e all'Estremo Oriente.

Il progetto è stato presentato da **Roberto Failoni** per l'assessorato trentino al turismo, affiancato dagli omologhi di Regione Lombardia e Regione del Veneto, **Barbara Mazzali** e **Federico Caner**. Con loro il presidente di «VisitGarda-Garda Unico» **Paolo Artelio**. Presente all'incontro anche **Pietro Marrapodi**, gestore governativo della Navigazione laghi, l'ente che gestisce il servizio pubblico «Navigarda». In prospettiva, si scommette su uno snellimento del traffico anche attraverso un potenziamento del servizio di trasporto di persone e mezzi con i battelli.

Il progetto vuole massimizzare l'efficienza degli investimenti e migliorare

la promozione turistica del lago. Regione Lombardia e Regione del Veneto contribuiscono con 300 mila euro ciascuna, utilizzando risorse già stanziare dal «Comitato Paritetico - Fondo Comuni Confinanti». La Provincia finanzia la propria quota attraverso i fondi previsti per il marketing turistico.

La gestione operativa del progetto è affidata a «Trentino Marketing» (soggetto attuatore del protocollo di intesa interregionale), in collaborazione con il «Consorzio VisitGarda-Garda Unico». Il progetto consentirà di supe-

ghiere. Rappresenta dunque una destinazione unica per la sua varietà paesaggistica, culturale ed enogastronomica. La sola parte trentina del lago di Garda ha fatto registrare nel 2024 4.142.000 presenze (+1,7% sul 2023) generate da 1.085.000 arrivi (+2,9%). Dati importantissimi, anche rispetto al periodo pre-pandemico, che testimoniano l'impegno nel promuovere questa destinazione.

Nel 2023, il turismo gardesano ha generato nei tre territori un indotto economico stimato in oltre 4 miliardi di euro, confermando il più grande specchio d'acqua italiano come una delle principali mete turistiche nazionali. Se fosse considerato una regione autonoma, il Garda si posizionerebbe al settimo posto in Italia per numero di arrivi turistici e presenze.

Il cuore del progetto è un potenziamento del digital marketing, con le campagne di comunicazione online, per aumentare la visibilità internazionale e migliorare l'esperienza dei visitatori attraverso il portale VisitGarda.com. Un altro punto centrale è la promozione integrata, che prevede la realizzazione di campagne istituzionali coordinate, la distribuzione di materiali informativi multilingue e l'introduzione della Garda Promotion Card, un'iniziativa pensata per fidelizzare i visitatori.

A fianco di queste attività, saranno organizzati eventi istituzionali, occasioni di dialogo e confronto tra istituzioni e operatori turistici, per rafforzare l'identità del brand Garda e favorire la collaborazione tra le diverse realtà del territorio.

D.P.

FAILONI

«Puntiamo al mercato nordamericano»

«Il lago di Garda ha tutte le carte in regola per diventare una delle principali mete turistiche per i viaggiatori internazionali. Con il progetto «Garda Unico», uniamo le forze dei nostri territori per offrire un'esperienza unica e integrata, capace di attrarre nuovi flussi turistici e consolidare il nostro ruolo di eccellenza nel panorama italiano. Il nostro impegno si concentra in modo particolare sul mercato nordamericano, che ha enormi margini di sviluppo» ha dichiarato l'assessore al turismo della Pat, **Roberto Failoni**, evidenziando come questo progetto veda il Trentino «al fianco di Veneto e Lombardia, con l'obiettivo di offrire un'esperienza di viaggio senza confini, capace di valorizzare ogni singola area del lago».

«Il nuovo progetto «Garda Unico», un ulteriore passo avanti nel percorso che, dal 2008, ha visto il «Consorzio VisitGarda - Garda Unico» lavorare per superare i confini amministrativi e promuovere il Lago di Garda come una destinazione unitaria e coesa - aggiunge durante la presentazione veronese il presidente di «VisitGarda» **Paolo Artelio** - grazie agli assessori al turismo di Veneto, Lombardia e della provincia di Trento, «Garda Unico» è prima di tutto un progetto di squadra, un progetto ambizioso con cui vogliamo che il Lago di Garda sia non solo una meta turistica, ma un modello di eccellenza, sostenibilità e innovazione».

Subito 900mila euro per fare marketing e far conoscere il nostro lago come meta unica a nuovi mercati internazionali

rare la frammentazione promozionale, garantendo maggiore efficienza degli investimenti e concentrando gli sforzi su iniziative con un impatto più significativo.

Con i suoi 50 Comuni, 300 mila abitanti e una superficie di oltre 1.800 chilometri quadrati, il lago di Garda è uno dei gioielli del turismo italiano ed europeo. Grazie a una capacità ricettiva che supera i 240 mila posti letto, distribuiti tra 1.150 strutture alberghiere e 7.549 strutture extra-alber-