

28 Febbraio 2018

Bergamo con vista Lago di Garda? Alleanza con la sponda bresciana

Visit Bergamo ha stretto un accordo di co-marketing con il Consorzio del Garda Lombardo per la promozione turistica delle mete lacustri in particolar modo per gli stranieri



Bergamo abbraccia il lago di Garda grazie ad un importante accordo di co-marketing tra VisitBergamo, l'Agenzia per lo sviluppo e la promozione turistica della provincia di Bergamo, e Lago di Garda Lombardia, il Consorzio che vanta oltre 700 strutture ricettive associate, distribuite tra i 20 comuni della riviera e del primo entroterra della sponda lombarda del Garda, nato nel duemila per la promozione turistica della sponda bresciana del più grande lago italiano.

La partnership nasce per dare, da subito, una maggiore visibilità a due mete turistiche italiane che, seppur con caratteristiche diverse, hanno un forte appeal, anche a livello internazionale. Lo sforzo congiunto dei due "brand", tra i più ricercati nel settore del Turismo, grazie alla "condivisione" dei relativi turisti, consentirà ad entrambi di ottimizzare l'offerta turistica nel suo insieme, incrementando le presenze dei viaggiatori nei relativi bacini d'utenza, con significative ricadute positive per i due territori.

"Si tratta - sottolinea **Giorgio Gori**, sindaco di Bergamo e Consigliere delegato al turismo della Provincia di Bergamo - di un nuovo tassello nel nostro piano integrato di promozione del territorio, un progetto innovativo di sinergia con le altre province e destinazioni turistiche lombarde che ha avuto conferme dalla positiva esperienza e dagli ottimi risultati ottenuti nell'ambito del progetto East Lombardy, il progetto di rete che è valso alle province di Bergamo, Brescia, Cremona e Mantova il titolo di Regione Gastronomica Europea 2017. Con East Lombardy abbiamo di fatto avviato un nuovo modo di fare turismo in Lombardia, in grado di superare i particolarismi del passato e di creare un modello che vogliamo - e l'accordo di oggi va in questa direzione - allargare ulteriormente: solo così saremo in grado di migliorare ancora di più i risultati di questi ultimi anni. Da questo accordo possono trarre benefici anche i laghi bergamaschi: far conoscere il lago di Iseo o quello di Endine a turisti che già scelgono di trascorrere giorni di vacanza al lago può essere decisivo per attrarre visitatori nella nostra provincia. Il Garda ha una tradizione turistica consolidata, che sa rispondere a molte esigenze dei visitatori, ma sono convinto che l'autenticità dei borghi e dei paesaggi dei laghi bergamaschi possano esercitare un notevole appeal su coloro che scelgono il lago come destinazione turistica. Per questo vedo nell'azione di co-marketing che stiamo imbastendo assieme al Consorzio del Garda Lombardo un'opportunità da cogliere per far conoscere le montagne, le valli e lo straordinario patrimonio, sia storico culturale che enogastronomico, della nostra città e del nostro territorio".

L'accordo con il Consorzio darà a tutto il territorio di Bergamo l'opportunità di farsi conoscere e apprezzare, quale autentico capolavoro italiano, a un nuovo importante bacino di utenti che non avrebbe mai potuto intercettare.

Nel 2016, la parte lombarda del lago di Garda ha, infatti, registrato circa 7,4 milioni di turisti (oltre la metà dei quali stranieri, provenienti in particolare da Germania e Austria), con una crescita di oltre il 9% rispetto all'anno precedente. Un incremento maggiore rispetto alla media (+7,6%) osservata sulle presenze totali del Garda (23.703.323, l'83% delle quali straniere). Anche se mancano ancora dati ufficiali, i flussi turistici 2017 dell'area gardesana dovrebbero confermare il trend in crescita, con 25 milioni di presenze. Un turista alla ricerca della qualità e con una buona propensione al consumo, soprattutto da parte degli stranieri, che possono permettersi di spendere (mediamente) più del doppio rispetto ai nostri connazionali (Fonte: Camera di Commercio di Brescia, anno 2012).

Le prime azioni della partnership prevedono, da una parte: la distribuzione su tutta la rete del Consorzio (le oltre 700 strutture ricettive e venti uffici d'informazione posizionati nei quindici principali comuni della sponda lombarda) di materiale informativo creato ad hoc sulle attrazioni di Bergamo e provincia; dall'altra: la distribuzione di materiale informativo su Garda Lombardia nei tre Infopoint di Bergamo (città e aeroporto di Orio al Serio BGY) e l'inserimento di filmati e contenuti dedicati al Garda lombardo nel palinsesto del Ledwall ubicato nell'Area Arrivi dell'aeroporto BGY. Si sta inoltre valutando la possibilità di organizzare o partecipare a fiere e manifestazioni per promuovere progetti congiunti.

"Per il nostro Consorzio l'attrattività di Bergamo, cresciuta a livello esponenziale negli ultimi anni grazie ai suoi tanti richiami storici, artistici e culturali, è di grandissima importanza - osserva Franco Cerini, Presidente Lago di Garda Lombardia - così come è di grande valore la capacità dimostrata in questi anni dalle sue strutture di incrementare i flussi

turistici e di dare un'alta visibilità alla città in chiave turistica. Le ottime competenze dimostrate da VisitBergamo nel muoversi sul mercato turistico italiano e internazionale è per noi un ulteriore importante elemento, in particolare nell'ottica di una sinergia che è all'inizio ma che, mi auguro, possa avere presto molti altri sbocchi. Sottolineo infine quanto l'aeroporto di Bergamo (oltre 12milioni di passeggeri registrati nel 2017: nuovo massimo storico) ricopra un ruolo fondamentale anche per le nostre realtà, essendo lo scalo di riferimento principale per i turisti del lago di Garda. In tal senso, è un indubbio vantaggio per noi poter promuovere l'attività nell'area arrivi dello scalo presidiata da VisitBergamo, così com'è altrettanto utile poter proporre ai nostri ospiti la destinazione Bergamo quale ulteriore attrattiva di qualità della vacanza sul Lago di Garda". L'accordo tra VisitBergamo e Consorzio Lago di Garda Lombardia consentirà quindi ai rispettivi turisti di poter completare nel migliore dei modi il soggiorno nel nostro Paese. Del resto, unire i territori e rendere l'offerta più ampia e senza confini geografici – che sono imposti da logiche che non appartengono ai visitatori – è l'unica strategia che potrà portare buoni risultati in futuro.

Nel nostro caso, inoltre, le tipologie di soggiorno delle due aree sono tra loro complementari e la reciproca opportunità di aggiungere una nuova ed interessante esperienza alla propria vacanza, darà valore aggiunto sia a chi sceglie l'area bergamasca che a chi decide di trascorrere le proprie vacanze sul Garda; questo sicuramente si tradurrà in un allungamento della permanenza del quale beneficeranno entrambi i territori.

Siamo convinti infine che i turisti gardesani e bergamaschi, in prima battuta saranno attratti dall'idea di una piacevole escursione giornaliera, ma non dubitiamo che una volta scoperte le molteplici attrattive del territorio, saranno in molti a voler tornare e spendere più giorni per approfondirne la conoscenza.