IL GIORNO
BRESCIA
08-MAG-2011
Diffusione: n.d. Lettori: n.d. Direttore: Giovanni Morandi da pag. 1

Turismo Presenze tutto l'anno: un maxi investimento PARI ■ alle pagine 2 e 3

Una suggestiva veduta del castello di Sirmione

GARDA CHE BELLO

Garda, 5 milioni di motivi per essere più attraente

Il ministro Brambilla annuncia nuovi finanziamenti: «Gli italiani devono riappropriarsi di questo lago»

IL PIANO
AL VIA UN AMBIZIOSO PROGETTO VOLTO ALLA PROMOZIONE E ALLA VALORIZZAZIONE DEL LAGO DI GARDA: DURERÀ TRE ANNI

I DIVERSI ASPETTI
PER PORTARE ANCORA PIÙ TURISTI SPECIALMENTE ITALIANI, POTENZIATI SITI WEB, MOBILITÀ, SPORT E CULTURA

I COSTI
L'OPERAZIONE COSTERÀ QUASI 5 MILIONI, LA MAGGIOR PARTE, POCO PIÙ DI 3 MILIONI, SARÀ FINANZIATA DALLO STATO

HANNO DETTO

Mariastella Gelmini ministro

«Essere riusciti a istituire tre scuole di specializzazione in ambito medico-termale credo sia un risultato importante per ripensare il turismo italiano»

Michela Brambilla ministro

«Abbiamo una realtà come quella del lago di Garda che attrae il 75% di visitatori internazionali ma credo che gli italiani debbano scoprire meglio cos'è il lago di Garda e le sue bellezze»

Viviana Beccalossi parlamentare

«Bisogna puntare sulla valorizzazione del turismo termale enogastronomico e culturale La presenza delle Istituzioni è importante stanno lavorando per fare rete»

di MARIO PARI

— BRESCIA —

SI PARTE il primo ottobre del 2011, per arrivare tre anni dopo. Dove? Alla realizzazione del " Piano integrato per la promozione e valorizzazione turistica del lago di Garda". Un progetto che complessivamente prevede finanziamenti per poco meno di 5 milioni di euro, più della metà dei quali stanziati dal ministero del Turismo. Ha rappresentato il piatto forte dell'intervento del ministro Brambilla al convegno che si è te-

nuto ieri a Sirmione. Nel piano integrato c'è dentro davvero di tutto: dalle piste ciclabili a Internet,

L'OBIETTIVO

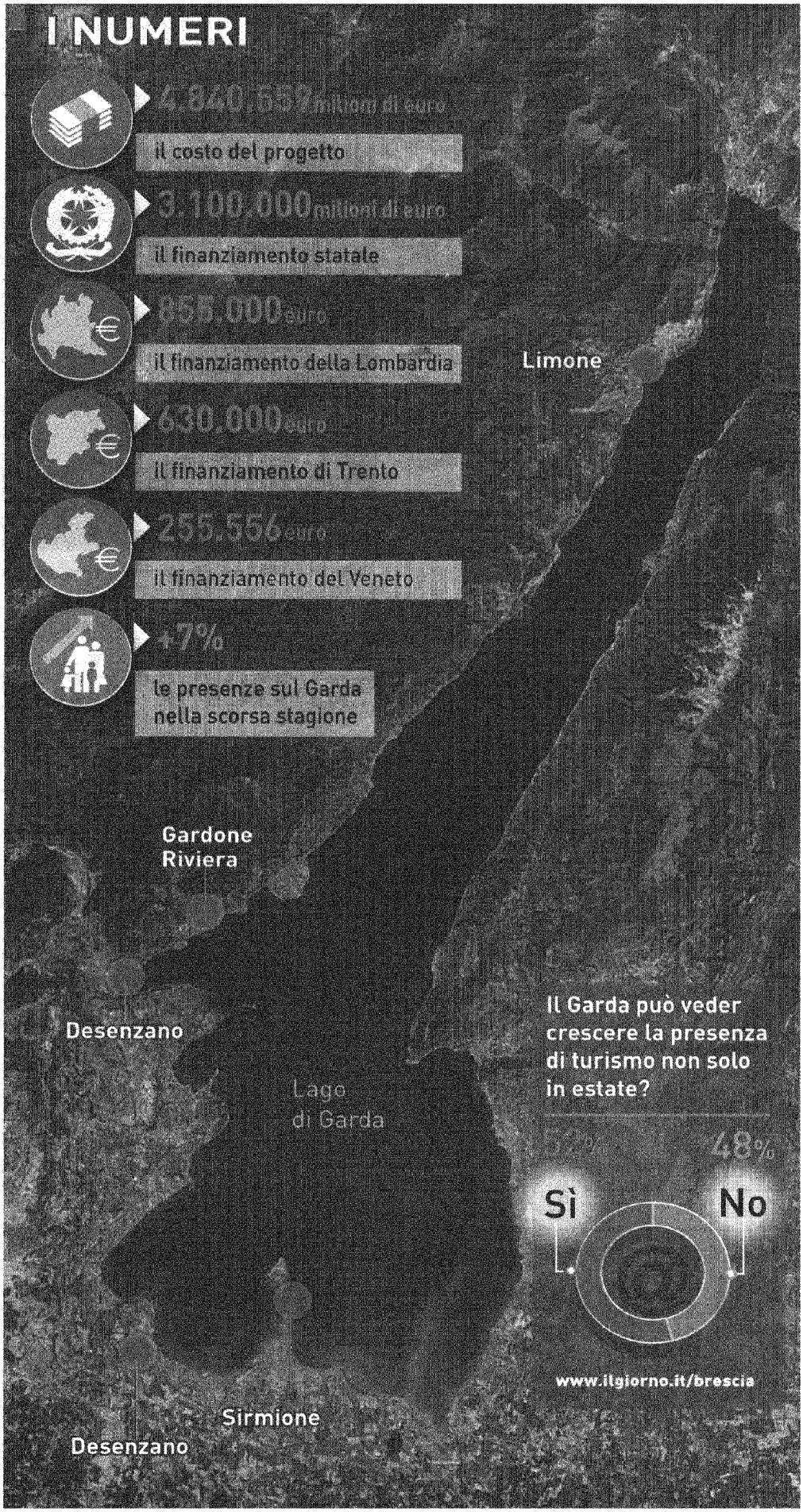
Parola d'ordine "destagionalizzazione" per presenze tutto l'anno

dall'enogastronomia allo sviluppo dei trasporti finalizzati a convogliare sul Garda un numero di turisti sempre più alto.
«E' — ha spiegato ieri il ministro — il più rilevante progetto di valorizzazione e promozione integrata del lago di Garda che sia mai stato realizzato con l'obiettivo di creare un brand riconosciuto sul piano internazionale, con importanti ricadute positive per i territori interessati della Regione Lombardia, Regione Veneto e Provincia autonoma di Trento. Mira a creare una filiera permanente del prodotto "lago di Garda"». E quindi gli obiettivi: promozione e ricerca di "nuove soluzioni per la mobilità turistica alternativa al traffico su strada" e di "nuovi collegamenti aerei tra le città europee e gli aeroporti di Verona e Brescia". Poi il "co-marketing" con le compagnie aeree, in modo da garantire voli diretti e la "promozione attraverso la valorizzazione delle eccellenze del territorio in campo enogastronomico, culturale e sportivo, anche ai fini della destagionalizzazione del settore".

Il ministro ha poi aggiunto: «Serve anche un lavoro importante sul turismo domestico, perché abbiamo una realtà come quella del lago di Garda che attrae il 75% di visitatori internazionali. Questo è molto bello, va molto bene, però credo che gli italiani debbano scoprire in misura maggiore che cos'è il lago di Garda, perché il turismo domestico, a livello nazionale rappresenta quasi l'80% del totale, quindi quello che succede sul lago di Garda è anomalo».
Nel progetto ampia rilevanza viene attribuita a Internet. Non saranno virtuali, ma vere invece le piste cicloturistiche, la valorizzazione del golf e delle terme.

I contributi sono così ripartiti: 3.100.000 euro, il ministero, 630mila la Provincia di Trento, 855mila la Lombardia e il Veneto 255.556. Complessivamente fanno 4.840.559 euro. Sono infine parecchi gli elementi innovativi del "piano". Tra i più interessanti, per esempio, il fatto che si tratti di una progettazione congiunta tra le sponde del lago di Garda, una progettazione che supera l'appartenenza territoriale. Ma la parola d'ordine, sembra essere davvero "destagionalizzazione", ovvero tutto l'anno sul Garda.
Alla fine, è parso di capire, si tratta di valorizzare quanto l'area benacense ha già mostrato di saper proporre.

IL GIORNO
BRESCIA
08-MAG-2011
Diffusione: n.d. Lettori: n.d. Direttore: Giovanni Morandi da pag. 1



IL CONVEGNO MARIASTELLA GELMINI

Presenze tutto l'anno con il traino del benessere

— SIRMIONE —

MINISTRI, assessori regionali, sindaci, sanitari e docenti universitari. E altri ancora. Tutti per portare il loro contributo di competenze al dibattito su "La vocazione termale e turistica del lago di Garda". Se ne è parlato ieri per ore, nel palazzo dei Congressi di Sirmione. Ha moderato l'incontro Alberto Cavalli, sottosegretario del presidente della Regione Lombardia, mentre i saluti sono stati portati dal sindaco di Sirmione Alessandro Mattinzoli e dalla parlamentare bresciana Viviana Beccalossi. «Da parte mia — ha detto — un grande apprezzamento per queste presenze istituzionali che stanno lavorando per fare rete. Sono sinergie importanti. Bisogna puntare sulla valorizzazione del turismo termale, del turismo enogastronomico e di quello culturale». Sono stati quindi i due ministri, Mariastella Gelmini, della Pubblica istruzione e Michela Vittoria Brambilla, del Turismo, a portare importanti novità per chi ha a cuore tanto il turismo, da un punto di vista generale, quanto le terme e il loro apporto (**le due insieme nella foto sotto**).
Il ministro Gelmini ha spiegato: «Essere riusciti a istituire tre scuole di specializzazione in ambito medico-termale, credo che sia un risultato molto importante. Per ripensare il turismo italiano, ma anche il wellness, il benessere. E' l'Organizzazione mondiale della sanità che ci ha portato a individuare un nuovo concetto di salute. Un concetto dinamico, di benessere, appunto». E a uno di questi centri, che farà riferimento all'Università di Milano, superata la fase di sperimentazione darà il proprio contributo anche la realtà delle reti termali, tra cui non mancherà Sirmione. Il ministro Brambilla, invece, ha esordito: «Nasco e vivo sul lago di Como, però ho tanti bellissimi ricordi del lago di Garda». E «forti di questo stupendo patrimonio lacustre, abbiamo il dovere d'imporre in modo ancora più importante, a livello internazionale, il brand del lago di Garda».

Dell'apporto delle terme al turismo ha detto, in sintonia con la collega Gelmini: «Abbiamo completamente cambiato questo modo di concepirlo, sin dal nome: è diventato la ricerca del benessere»». E conclude: «Il decreto sviluppo riguarda i demani e quindi anche i laghi».

Mario Pari

TURISMO
Garda, 5 milioni di motivi per essere