

'Land of Garda', a Lazise tutti gli attori del sistema turistico del Lago di Garda

notizia pubblicata 22 giugno 2018 alle ore 12:00 nella categoria **Associazioni**



Si è tenuta presso la Dogana Veneta di Lazise la giornata di lavoro della OGD Lago di Garda che è stata denominata 'Land of Garda – Identità, Organizzazione, Governance'.

Folta la partecipazione e numerosissime le domande ai relatori, dopo l'introduzione di Paolo Arena, membro di Giunta della CCIAA di Verona, che ha sottolineato le difficoltà di finanziamento delle attività promozionali del turismo, dopo la fine del progetto 'Garda Unico', e con i limiti posti all'azione camerale da parte delle recenti riforme.

Il Sindaco di Lazise ha ufficialmente aperto i lavori con una video-clip di Marc Augé sui temi dell'identità dei luoghi, 'sottotitolata' ed interpretata dal conduttore Stefano Landi, che ne ha tratto lo slogan "massimo dell'innovazione nel massimo della relazione".

Jürgen Amman e Antonio Vezzoso, dell'International Bodensee Tourismous, hanno illustrato l'esperienza gestionale del Lago di Costanza – Bodensee, giocata nella costituzione dell'intesa tra realtà diverse tra di loro (Austria, Germania, Svizzera, Liechtenstein) e alla ricerca di una 'geometria variabile' sia nello spazio che nella costruzione di progetti complessi, come la card dei servizi che coinvolge 160 point of interest, e con una spinta diversificazione di prodotto alla ricerca di sempre nuovi mercati, tra cui l'Italia.

La tavola rotonda ha visto gli interventi di Stefan Marchioro (Regione Veneto) che ha richiamato l'esigenza di non disperdere la collaborazione tra Stato e Regioni realizzatasi nel Piano Strategico del Turismo 2017

– 2022, e di consolidare i modelli organizzativi locali anche in logica di strategia anti-crisi potenziale.

Gli ha fatto eco Aurelio Marguerettaz, assessore al Turismo della Regione Autonoma Valle d'Aosta, che ha ripreso il tema della costruzione di strategie condivise, secondo quelle che ha definito 'convergenze selettive'.

Francesco Tapinassi del Mibact ha confermato l'esigenza di guardare alle motivazioni ed alle esperienze oltre le destinazioni, superando confini amministrativi anti storici per proporre prodotti acquistabili, con lo Stato a fare da 'ombrello aggregante'.

Giovanni Arata di Bologna Welcome ha ricordato la loro esperienza come azienda privata che governa l'intero 'customer journey', riuscendo ad autofinanziarsi sul mercato e raccogliendo risorse anche mediante bandi pubblici.

Non è mancata la voce di Marco Benedetti, presidente di APT Garda Trentino, che ha ricordato l'esigenza di lavorare sul prodotto sotto la marca Italia, anche utilizzando la tassa di soggiorno per sostenere la promozione.

Le conclusioni dell'assessore al Turismo veneto Ferdinando Caner hanno spaziato su tutti i temi in agenda, in particolare ricordando le azioni già rese possibili a valere sui fondi europei, tra cui le start-up innovative, le reti d'impresa, l'innovazione nelle imprese alberghiere e la Film Commission Unica regionale, e raccordando il PSTV con le altre politiche regionali, in particolare quelle infrastrutturali.