

Un nuovo modello di accoglienza per rilanciare il Garda

Più offerte «last second» e formazione del personale

Una situazione eccezionale, mai vissuta prima, e che rischia di cambiare in maniera strutturale le regole del gioco a cui gli operatori del lago di Garda si erano abituati. Addio, insomma, alla *comfort zone* assicurata da un modello di ospitalità basato sulla solidità dei rapporti con una clientela, spesso internazionale, estremamente fidelizzata.

Comprensibile, dunque, che la preoccupazione regni sovrana fra albergatori, esercenti e ristoratori delle due sponde, la bresciana e la veronese, del Benaco. E lo dimostra l'alta partecipazione — oltre 150 iscritti — al webinar organizzato ieri dallo Ial Lombardia (l'impresa sociale che si occupa di formazione professionale post-scuola dell'obbligo e post-diploma) al quale hanno preso parte gli assessori allo Sviluppo economico della Lombardia, Alessandro Mattinzoli, e all'Istruzione del Veneto, Elena Donazzan. Il punto di partenza di quella che potrebbe diventare, almeno per il prossimo biennio, la nuova normalità dell'incoming gardesano è la caduta delle prenotazioni: «La stagione è inevitabilmente compromessa — ha esordito Roberto Gosetti, segretario generale di Federalberghi e vicedirettore di Confcommercio Brescia —: durante il lockdown anche le strutture rimaste aperte hanno registrato un -90% di presenze e abbiamo ormai perso finestre importanti per la clientela straniera, come la Pentecoste. Giugno e luglio saranno la cartina di tornasole per capire se la ripartenza del settore sarà sostenibile, ma già possiamo dire che il 18% delle attività non ce la farà e le prospettive più ottimistiche parlano di un risultato a fine anno con

ricavi del -50% sul 2019». Dato pesante, ma che deve essere messo a confronto con «tre anni eccezionali per il lago», ha concluso Gosetti. Peserà, ovviamente, il calo degli arrivi dal Nord Europa, Germania e Olanda in testa (quasi un terzo delle prenotazioni nelle circa settemila strutture ricettive provengono dall'estero, di cui la metà dalla Germania). A Paolo Corvo, docente di Culture del viaggio e dinamiche sociali all'Università Cattolica, il compito quindi di provare a disegnare lo scenario futuro: «Quest'anno, per il Garda, sarà l'occasione per attrarre una nuova categoria di turisti, in particolare italiani, che non ha mai considerato interessanti le mete lacustri. Servirà tuttavia uno sforzo congiunto, di sistema, per costruire una immagine che sia attrattiva, coinvolgendo anche i territori circostanti».

Dunque più collaborazione fra pubblico e privato, soprattutto per realizzare progetti di ampio respiro in grado di intercettare i finanziamenti europei e i fondi messi a disposizione dall'esecutivo durante l'emergenza sanitaria. E maggiore flessibilità: «Ragioniamo a livello interregionale su un accordo di contrattazione territoriale per intercettare le risorse del Fondo nuove competenze istituito dal decreto Rilancio — è stata la proposta di Matteo Berlanda dello Ial Lombardia —. E incominciamo a formare il personale per un modello che sia sempre più stagionalizzato, in grado di gestire prenotazioni *last second* e flussi turistici che prediligono permanenze anche molto brevi ma che d'ora in poi punteranno, oltre che sul prezzo e sulla qualità dell'offerta, sulla tranquillità e la sicurezza sanitaria delle location».

Massimiliano Del Barba





Gosetti (Federalberghi)
La stagione è ormai compromessa, chiuderemo il 2020 con un -50% del fatturato. Ora dobbiamo attrarre più visitatori italiani

Corvo (Cattolica)
Pubblico e privato collaborino per creare progetti di ampio respiro in grado di intercettare i fondi europei e gli aiuti del decreto Rilancio



Prima e dopo Le spiagge affollate e il lungolago di Desenzano deserto per il lockdown: ora quale turismo per il Garda?