

Destination Verona & Garda Foundation

Verona, Brescia, Padova, alleanza tra filiere turistiche

• **Il sistema veronese diventa un modello Artelio: «Lavorare in sinergia con azioni di co-marketing»**

Destination Verona & Garda Foundation (Fondazione Dvg) diventa un modello per le filiere turistiche del Nord Italia e apre la strada a sinergie inedite. Lo ha dimostrato il recente incontro tra i vertici della fondazione scaligera con una delegazione lombarda composta dal presidente della Camera di Commercio di Brescia, Roberto Saccone

e dall'ad di Visit Brescia, Graziano Pennacchio, presente anche il dirigente regionale del Turismo, Stefan Marchioro. La provincia di Brescia nel 2023, secondo il locale Osservatorio di Federalberghi, ha superato i 13 milioni di presenze, con un soggiorno medio di 4,5 giorni, ed è seconda nel web per recensioni in Lombardia, dietro a Sondrio.

Superare le individualità

Dal punto di vista della redditività, rappresenta un quarto del Pil turistico regionale, seconda solo a Milano. «Ogni

realtà ha le sue specificità», sostiene Saccone, «siamo qui a studiare un modello vincente, offerto dalla Fondazione Dvg, che ha coinvolto tutti gli stakeholder veronesi, dimostrando come esista la possibilità di superare le individualità e aprendo prospettive straordinarie da un punto di vista dell'attrattività del territorio. Il turismo è la terza gamba dell'economia locale e può creare ricchezza aggiuntiva».

Il presidente della Fondazione Dvg, Paolo Artelio rileva grande interesse in tutto il Nord Italia per il modello costruito in provincia. «Abbiamo spiegato tutto il percorso fatto con i Comuni e i risultati che stiamo raggiungendo. Se altre in province venissero costituite organizzazioni analoghe potremmo lavorare in sinergia con azioni di co-marketing, creando un'importante destinazione che ha tutti i numeri per di-

venire una delle prime in Italia».

Intanto anche Padova e il bacino delle Terme Euganee si stanno muovendo verso il modello veronese. La visita della delegazione lombarda rientra nel tour «Study Visit», organizzato da JustGoodTourism: tre giornate sul campo per confrontarsi direttamente con le Dmo di Verona, Bologna e il Trentino.

L'obiettivo è studiare un modello di governance territoriale per promuovere l'offerta turistica bresciana.

Al tour hanno partecipato anche una ventina di operatori delle diverse destinazioni della provincia lombarda.

Graziano Pennacchio si è detto certo che l'esperienza «sia stata importante per pianificare il futuro della provincia: siamo l'ottava provincia in Italia per presenze, serve che la filiera turistica dell'intera area si muova compatta». **Va.Za.**



Lago ma non solo Turisti sulle spiagge del Garda