Travelnostop
il giornale del travelling italiano

edizione Veneto

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

Federalberghi Garda Veneto fa il punto sulla stagione appena conclusa

notizia pubblicata **06 Dicembre 2018** alle ore **12:00** nella categoria **Associazioni**

Martedì 4 dicembre, si è tenuta a Garda la 43a Assemblea Generale dei soci di Federalberghi Garda Veneto. Dopo la lettura dei messaggi di saluto da parte del presidente di Federalberghi Nazionale Bernabò Bocca e del presidente di Federalberghi Veneto Marco Michielli, l'assemblea è proseguita con la relazione del presidente Marco Lucchini e il bilancio della stagione da poco conclusa, che è stata definita da Lucchini 'non entusiasmante'. Dopo due stagioni al top, un leggero calo era prevedibile e infatti, nei mesi di luglio e agosto il calo di presenze turistiche alberghiere si è avvicinato al 8%, come ha indicato la piattaforma di aggregazione e analisi dei dati H-Benchmark.

"Riteniamo – afferma il presidente – che questa situazione sia dovuta ad una serie di concause: una situazione internazionale turbolenta che ha indirizzato i turisti verso località più tranquille, come la nostra. Quest'anno invece la riapertura dei mercati del mediterraneo come Turchia, Egitto, Tunisia, ha fatto sentire il suo peso. A questi paesi aggiungiamo competitor europei sempre più agguerriti come Spagna, Grecia e Croazia che, contrariamente a noi, stanno investendo molto in promozione e servizi; una situazione meteorologica molto variabile, soprattutto in giugno e luglio; forse anche i mondiali di calcio che si sono conclusi a metà luglio e hanno posticipato la partenze per le vacanze; l'incontrollato diffondersi di un abusivismo extralberghiero; la mancanza di una incisiva promozione turistica. Dopo aver vissuto per qualche anno di rendita ora iniziamo a pagare gli interessi per una prolungata mancanza di promozione

organizzata. Dobbiamo attivarci per programmare al più presto una promozione incisiva, a lungo termine e mirata verso zone strategiche come il Nord della Germania, la Danimarca, la Svezia e la Norvegia", ha detto Lucchini.

Da qui si è passati a sottolineare la necessità di attivare da subito la DMO del Lago di Garda. "Non possiamo più perdere tempo, ne è stato perso troppo – ha aggiunto Lucchini – siamo in ritardo anche per la stagione 2019 e, soprattutto, non possiamo più essere in balia degli eventi. Al momento la DMO del Lago e? solamente un tavolo di confronto, non ha statuto, non ha organi sociali, non prevede quote di partecipazione, non ha partita iva, non ha conto corrente, non ha definito la territorialita? tanto che basta fare domanda per aderire. L'identita? gardesana e? unica, il lago di Garda non ha confini ed e? universalmente considerato un'unica destinazione turistica. Per questi motivi siamo maggiormente interessati ad una "cabina di regia" unica di tutto il Lago, assieme ai colleghi operatori ed enti del bresciano e del trentino. L'Associazione, conclude il presidente Lucchini, è pronta a fare squadra, a sedersi attorno ad un tavolo per il bene del territorio, dell'economia e degli operatori. Ma facciamo qualcosa al più presto."

Sono stati affrontati poi altri argomenti molto come la qualità e la sicurezza delle acque del Garda, il progetto del nuovo collettore, la lotta all'abusivismo e la speranza che venga al più presto attivato il codice identificativo regionale, le modifiche ai contratti a termine, l'alternanza scuola lavoro sul Garda, il Piano Strategico del Turismo e alcuni importanti progetti in programma per il 2019.

"Per il 2019 abbiamo in cantiere diversi progetti, tra questi uno di marketing territoriale al quale crediamo molto – ha concluso Lucchini – Un progetto in grado di informare, fidelizzare i nostri ospiti ed elevare la qualità della nostra ospitalità. Si tratta di un progetto che, se verrà reso operativo, sarà messo a disposizione della promozione unitaria del lago".