

Avviati progetti comuni per i due distretti turistici bresciani

Valcamonica-Franciocorta insieme per crescere

DI **GIORGIO BERTONI**

Quando, due anni fa, la provincia di Brescia decise di mandare in soffitta le Apt e di adottare il sistema dei distretti turistici, qualcuno parlò di azzardo. I risultati stanno arrivando: ora il modello non è più verticistico, ma diffuso e coinvolge, oltre agli enti locali, anche associazioni di categoria e privati.

Brescia ha realizzato sei distretti, individuati attraverso le loro peculiarità: Valcamonica - Iseo Franciacorta - Valtrompia - Valsabbia Lago di Idro - Lago di Garda - Pianura Bresciana. Valcamonica e Iseo Franciacorta, a loro volta, hanno voluto unire le forze, pur nel rispetto delle singole peculiarità.

Spiega Paolo Pizziol, presidente del distretto Iseo Franciacorta: «Dopo l'istituzione formale, due anni fa, abbiamo lavorato un anno per mettere a regime la nuova realtà territoriale e per avviare il dialogo con associazioni di categoria, imprese, ed enti locali. La fase più difficile», ammette Pizziol, «è stata (e in parte ancora è) quella del coinvolgimento degli operatori. Molti però hanno saputo osare e avviare sinergie con gli altri soggetti. «A un anno dalla partenza concreta», dice

ancora Pizziol, «si può stilare un primo bilancio. I dati del 2007 parlano di una crescita dei turisti esteri, grazie anche al nuovo sito internet (www.agenzia lagoiseofranciocorta.it, ndr), dove presentiamo il calendario delle manifestazioni, gli alberghi, i ristoranti, le bellezze natu-

rali del territorio. E da gennaio faremo partire i primi corsi di formazione, per elevare il livello di qualità dell'ospitalità».

Bilancio positivo anche per Alessandro Dalla Giovanna, presidente del distretto Valcamonica. «All'inizio non è stato facile coinvolgere i privati, ma

ora sono già numerosi i partecipanti. La parte pubblica mette a disposizione i finanziamenti per partecipare a manifestazioni e fiere di settore, per far funzionare il sito (www.agtvalcamonica.it, ndr), i privati affinano i servizi e le offerte commerciali».

Il 2008 sarà invece l'anno del pieno sviluppo comunicazionale al cliente finale, non solo presso l'aeroporto di Orio al Serio, ma presso gli scali di partenza dei turisti, in buona parte nord europei. A queste iniziative si aggiungeranno corsi di formazione mirati per i giovani.