



ECONOMIA & TERRITORIO | dati diffusi ieri dal Consorzio lago di Garda Lombardia fotografano una stagione magica

Per il turismo è l'anno d'oro Arriva il record di tutti i tempi

Presenze oltre 7 milioni 906 mila: superati i 7,8 registrati nel 2019
Sirmione, Limone e Desenzano sono al top dei pernottamenti

Alessandro Gatta

●● Un miliardo di euro. Tanto potrebbe valere il mercato turistico del Garda bresciano nel 2022, che con tutte le probabilità - in attesa dei dati ufficiali di Regione e Provincia - festeggerà anche il record di presenze, con 7,906 milioni di pernottamenti dall'inizio dell'anno, più dei 7,8 milioni registrati nel 2019 (6,5 milioni nel 2021, 3,5 milioni nel 2020).

In tutto il lago (cono Veneto e Trentino) si dovrebbe arrivare a quota 27 milioni, mai così tante: più di Campania e Liguria messe insieme.

Lo ha rivelato il Consorzio Garda Lombardia, presentando una stima sulle presenze turistiche «desunte da rilevazioni dirette di municipi, operatori e tassa di soggiorno - ha spiegato il presidente Massimo Ghidelli - e che conferma il Garda come destinazione di grande successo, un prodotto maturo richiesto, ricercato e autorevole».

Tra i Comuni di spicco del turismo nostrano ben 5 celebrano il record di sempre e un sesto (Sirmione) eguaglia il massimo raggiunto nel 2018, con 1,3 milioni il più vi-

sitato del 2022 (più di Limone, che arriverà a 1,2 milioni: meglio del 2019): Desenza-

no raggiunge quota 1 milione di presenze (+34% sul 2021, +1,3% sul 2019), Mannerba 790mila (+25% sul 2021 e +22% sul 2019), Salò 270mila (+31% e +13%), Tignale 380mila di cui il 76% tedeschi (+20% sul 2021 e +10% sul 2019), Tremosine 335mila (+28% e +2%).

Le differenze ci sono. Niente record per Gardone Riviera (260mila presenze quest'anno, 267mila nel 2019), Gargnano (192mila quest'anno, 205mila nel 2018), Limone (1,2 milioni), Moniga (522mila nel 2022, 590mila nel 2018), Padenghe (212mila: il record di 281mila fu raggiunto lo scorso anno), San Felice (650mila nel 2022, 702mila nel 2019) e Toscolano (543mila, 610mila nel 2018).

«Una stagione più che positiva - conferma il vicesindaco di Desenzano Stefano Mediolini - che di fatto ha cancellato il Covid. Ma ora è tempo di mettere in pratica ciò che il Covid ci ha insegnato: ragionare con logiche di sistema».

L'analisi del Consorzio rileva anche alcune tendenze. La rivincita degli alberghi, con il calo (per la prima volta) dei b&b: quelli a conoscenza dal Consorzio erano 255 nel 2019, ora sono 218.

Ma il futuro è luxury: «Il sistema funziona e investe - ha detto ancora Ghidelli - e oggi



► 17 dicembre 2022

conta 11 alberghi a 5 stelle sul Garda bresciano e altri 5 apriranno».

Ma si rischia l'overbooking: «Il Garda fa 24 milioni di presenze in 6 mesi, fin troppe - la provocazione di Marco Pollettini, presidente di VisitBrescia - con una pressione fortissima su infrastrutture e servizi».

**Il presidente Ghidelli:
«Il futuro è nel luxury con cinque nuovi hotel a 5 stelle»**



Sirmione con oltre un milione e 300 mila presenze si conferma al top sul Garda. Ma per tutti è un anno d'oro


NUMERI & CURIOSITÀ Dai dati sulla stagione anche aspetti inediti

Tedeschi, belgi, olandesi e la sorpresa americana

Tedeschi, olandesi, austriaci e belgi: è ancora la Mitteleuropa il primo fronte del turismo forestiero sul Garda (bresciano e non solo), che vale circa l'80% delle presenze straniere complessive.

Ma la sorpresa nei numeri non manca. Finita la pandemia, l'incremento più significativo riguarda però i turisti dagli Stati Uniti d'America (che pesano però ancora pochi punti percentuali): «Gli ospiti americani sono molto interessati all'enogastronomia e alle aziende a gestione familiare», fa sapere Nicoletta Manestrini, vicepresidente del Consorzio Garda Lombardia.

L'enogastronomia e il turismo diciamo «da tavola» sono sempre più attrattivi: il 53% dei turisti stranieri cerca

un'esperienza in un'azienda agricola, così come il 55% degli italiani (nel pre-Covid era solo il 21% dei visitatori).

I progetti annunciati: la creazione di una Dop per i limoni gardesani, una carta degli oli del Garda da affiancare alla carta dei vini nei ristoranti. Il Nord Europa è un mercato su cui si può ancora investire: «Uno studio finlandese - ha detto ancora Manestrini - ha rivelato che meno di uno studente su due, tra i 20 e i 30 anni, conosce il lago di Garda» (e meno di due su dieci il Sebino, ndr). In prospettiva futura, lo sguardo promozionale si rivolge ora anche al Medio Oriente».

Stagione positiva anche per la ristorazione: +11,4% di clienti rispetto al 2021. Ma non mancano i problemi: «Il rincaro

energetico ci costringerà ad alzare i prezzi - il commento di Maria Sole Brogna, ristoratrice e vicepresidente del Consorzio - e continuano le difficoltà nel reperire personale, spesso anche poco formato: purtroppo non tutte le scuole alberghiere funzionano come dovrebbero».

Il 2023 sarà l'anno di Brescia e Bergamo capitali della Cultura: «Non siamo stati coinvolti come ci saremmo aspettati - ammette Mauro Carrozza, vicesindaco a Sirmione e anche nuovo presidente di GardaMusei - ma ci faremo trovare pronti, anche con una bigliettazione unica per tutti i siti museali del lago».

Il Garda è da primato anche per il soggiorno medio, ovvero la durata delle vacanze: 4,5 giorni (con picchi di 6,1 giorni a Tignale: a Desenzano circa 3,5 giorni) contro una media provinciale di poco superiore ai 3 giorni. A proposito di «sistema»: ipotesi bike sharing unico e calendario eventi condiviso. **A.Gat.**