



Si vuole affrontare meglio il tema della propria promozione e la programmazione delle proprie attività? Non si vuole affrontarlo da soli?

Ecco che un consorzio di grandi dimensioni in termini di utenze turistiche e territorialità come quello di Garda Lombardia, il maggiore del nord Italia, può dare molta visibilità a chiunque sulla sponda bresciana del Garda abbia una esperienza turistica da promuovere, compresi i Comuni soci - quindi i 20 gardesani e Brescia, Mantova e Montichiari - con i loro eventi.

Per raggiungere questi obiettivi, la sezione marketing del Consorzio, guidata da Carla Maccarinelli, ha presentato "Garda Experience" - software di informazione e marketplace dell'offerta turistica - e annunciato l'arrivo di 13 brochure tematiche in italiano, inglese e tedesco, stampate in 700mila copie oltre ad una nuova mappa turistica in 50mila copie che andranno in distribuzione in tutti gli uffici d'informazione turistica.

Tutte con un QR code che rimanda al sito **www.gardalombardia.com** e alla sua pagina "Experience Garda".

"Experience Garda" è un progetto che raccoglie tutte le esperienze che il turista può vivere mentre soggiorna sul Garda; uno strumento fondamentale per il personale degli info point e delle reception di hotel e campeggi che hanno informazioni aggiornate e possono così proporre iniziative, attività ed esperienze ai turisti.

Garda Experience è anche il vero motore del turismo gardesano, che incentiva agenzie di viaggio, guide e altri operatori a costruire proposte e pacchetti, a promuoverli e a facilitarne la commercializzazione attraverso un "gestionale dedicato" che consenta al turista l'acquisto diretto (è esclusa le ricettività).

Non solo: sullo stesso sito in un'apposita sezione sono raccolti e promossi gli eventi organizzati dai 23 Comuni, dagli stessi segnalati.

Il Consorzio ha riunito per questo nei giorni scorsi, nella sua sede di Gardone Riviera, assessori, associazioni di albergatori, operatori, agenzie del Benaco lombardo.

Come funziona il progetto?

All'operatore interessato viene richiesta una quota iniziale di adesione di 300 euro (con percentuali di commissione sulle vendite, competitive rispetto ad altri portali di prenotazione); lo stesso operatore può richiedere un ulteriore servizio di affiancamento che prevede la consulenza nella creazione della sua offerta. Per far tutto questo verrà fornito all'operatore un account gratuito.

In cambio? Alta visibilità, grazie ad un'ampia finestra prevista sul lago, utile ad agenzie, albergatori, operatori turistici, a partire dagli stessi Comuni.