

# Il Garda è un mercato sul web

Tutto pronto per Now, il portale che permetterà ai turisti di conoscere i servizi extraricettivi

## Investimento triennale da 100.000 euro

Il progetto prevede un investimento su tre anni di centomila euro: da parte di Ingarda, l'obiettivo è di arrivare a mettere 25.000 euro, contando di recuperare il resto dagli operatori attraverso le tariffe di adesione (200 euro all'anno per il pacchetto "basic", 400 per il "more" e 600 per il "premium", che garantisce massima visibilità e funzionalità al completo e che come "offerta lancio" sarà proposto allo stesso prezzo del "more"). Stando a quanto ha spiegato il presidente Marco Benedetti, il costo della tecnologia in sé non dovrebbe superare quegli stessi 25.000 euro: il resto serve per pagare il lavoro di aggiornamento dei contenuti e ricerca di partner sul territorio. Sono chiamati a pagare solo gli operatori dell'extraricettivo che vendono i propri servizi; le realtà alberghiere non contribuiranno economicamente, ma saranno invitate veicolare i contenuti del portale. (m.cass.)

di Matteo Cassol

▶ ALTO GARDA

Ingarda è quasi pronta a lanciare "Now", presentato come il primo negozio globale Internet del Garda trentino, forse l'unico o uno dei pochi esempi analoghi al mondo: fatte le debite proporzioni, vuole essere una sorta di "Amazon" (il portale dove si può acquistare di tutto) del turismo. La finalità di questo progetto, realizzato con la collaborazione tecnica di eTour, è di raccogliere in un marketplace (ossia in una piazza di scambio virtuale tra domanda e offerta), per poi poterla comunicare efficacemente all'ospite, l'offerta dei servizi extraricettivi (quindi tutto ciò che non sia un alloggio), che comprende le moltissime attività dello sport e del tempo libero all'aria aperta, le escursioni e i tour guidati, il benessere e l'estetica, le pubbliche utilità, i servizi di mobilità urbana ed extraurbana, gli eventi e le iniziative di animazione e intrattenimento, la ristorazione e altro ancora. Il tutto semplicemente collegandosi da qualunque dispositivo a [now.gardatrentino.it](http://now.gardatrentino.it).

«A eccezione delle camere – spiega il presidente di Ingarda Marco Benedetti – avremo tutto l'universo mondo di ciò



Da sinistra Diego Calzà, Marco Benedetti e Roberta Maraschin (foto Galas)

che ruota attorno al turismo e che attualmente non ha possibilità di farsi conoscere in una maniera così efficace. Nelle intenzioni saremo online a tutti gli effetti prima di Pasqua. Ora si attende una risposta positiva dai fornitori di servizi, che saranno artefici del funzionamento o meno di questa piattaforma. Chiaramente non ci aspettiamo che si arrivi a regime nei primi mesi, ma i primi riscontri tra i portatori di servizi sono positi-

vi. Di certo però chi aderisce deve essere disposto ad aggiornare di continuo le informazioni sulla propria offerta».

«È uno strumento all'avanguardia – aggiunge da parte sua la direttrice Roberta Maraschin – al passo con le tendenze turistiche globali e con le esigenze dell'ospite del Garda trentino, che da nostre ricerche sappiamo cerca informazioni sulla nostra destinazione soprattutto su Internet.

L'ospite è a caccia di emozioni ed esperienze che la sola camera non può dare, ma che vengono ritrovate su tutti i servizi del territorio che spesso, anche perché ce ne sono tanti, non vengono conosciuti. Questo progetto va in direzione di arricchire la proposta e distinguerci come destinazione, mettendo in rete tutto quello che possiamo offrire e facilitando il lavoro agli stessi operatori dell'accoglienza».

«Si tratta – chiarisce da parte sua Diego Calzà di eTour – dell'evoluzione di Daily News, quella newsletter del buon giorno che attualmente 109 operatori della zona (da due anni e mezzo) mettono sul tavolo della colazione dei propri ospiti. Sarà una grande rotatoria che farà girare tutta l'offerta del territorio organizzandola per temi, all'insegna del cross-marketing e del lavoro di squadra, con gli operatori dell'extraricettivo che potranno fare accordi con altri per agevolare il servizio tramite ad esempio la diffusione di coupon-sconto. Il sistema segue gli spostamenti e si riorganizza proponendo prima le attrattive più vicine, con tanto di funzione "portami" tramite gps. Come per Daily News, ci aspettiamo tentativi di copia».