



# Niente barche a motore e una fitta rete di ciclabili La ricetta vincente dei laghi della Carinzia

## Clientela tedesca ma italiani in crescita

### I modelli

di **Alessandra Stoppini**

Laghi balneabili dall'acqua cristallina dove è vietata la navigazione a motore con temperature che sfiorano i 30 gradi centigradi — per il clima mite sul versante al sole delle Alpi — e una proposta turistica non più circoscritta all'estate, «ma anticipata e prolungata, visti i cambiamenti climatici e le richieste di una clientela sempre più attiva, che al mattino va in quota e il pomeriggio al lido».

Questa è la fotografia dei laghi carinziani scattata da Elke Maidic, responsabile delle pubbliche relazioni per il mercato italiano di Kärnten Werbung, l'ente per il Turismo della Carinzia: un «modello» composto da un sistema di laghi (duecento balneabili; venti i più belli, interconnessi dal Gran Tour) con offerte specifiche a seconda del target (famiglie, coppie, sportivi) e alcuni denominatori comuni ([www.carinzia.at](http://www.carinzia.at)).

«Il 60% dei turisti è tedesco e austriaco, il restante 40%

olandese, italiano, cui segue una minoranza proveniente dai Paesi dell'Est. Durante le estati segnate dalla pandemia abbiamo avuto cifre enormi, adesso già rientrate, ma il lago di Garda per noi non è un concorrente. Gli italiani che vengono in Carinzia cercano una nicchia, vogliono sentirsi in un Paese straniero — pur sapendo che ci potrebbe essere un piccolo problema linguistico (superabile) — e richiedono il mix lago-montagna-aria pulita. Con un'unica tessera si accede a 120 mete e impianti di risalita. È l'Alto Adige il nostro competitor».

L'assenza di una base aeroportuale importante che consenta un accesso turistico semplice, argomento a sfavore, è visto invece come un vantaggio contro l'over-tourism, nella consapevolezza di essere in un «originale punto d'incontro, unico in Europa, tra le culture (e le lingue, ndr) italiana, slava e tedesca».

Ma come per il lago di Garda, anche nel caso della Carinzia consolidare l'offerta turistica significa far leva sulla forza dell'aggregazione e dei progetti condivisi, «anche perché in Carinzia e Austria i laghi per la maggioranza non sono beni pubblici. Per il nostro grande progetto di Slow

Trails — itinerari diversificati lago per lago, combinati con

un'escursione — abbiamo scelto un logo comune. Sono sentieri della lunghezza media non superiore ai 10 chilometri, ognuno con una storia e una particolarità, dove i dislivelli non superano i 300 metri. Un'altra iniziativa esportabile altrove è il Gran Tour dei laghi, uniti da 420 chilometri di piste ciclabili. Due proposte che si combinano».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### Strategia

● Come per il lago di Garda, anche nel caso della Carinzia consolidare l'offerta turistica significa far leva sulla forza dell'aggregazione e dei progetti condivisi

● Il 60% dei turisti è tedesco e austriaco, il restante 40% olandese, italiano, cui



segue una  
minoranza  
proveniente dai  
Paesi dell'Est

● I turisti  
italiani che  
scelgono la  
Carinzia  
cercano il relax  
di una  
destinazione di  
nicchia e  
richiedono il  
mix lago-  
montagna-aria  
pulita

