

Borsa del Turismo, si teme l'effetto Cina Bergamo punta su arte, verde e cibo

La Bit. Domani festeggerà i suoi primi 40 anni, ma il coronavirus bloccherà i flussi asiatici
La pagina Facebook di VisitBergamo ha già superato i 200 mila follower (+100% in un anno)

EMANUELE RONCALLI

Il coronavirus colpisce il turismo. Non poteva esserci viatico peggiore per la Bit, la Borsa internazionale del turismo, che quest'anno soffiava su 40 candeline. La storica manifestazione si terrà a Fieramilanocity da domani (giornata aperta a tutti) al 10 e 11 febbraio (giornate riservate ai professionisti del settore). Al taglio del nastro sarà presente l'assessore regionale al Turismo Lara Magoni. L'epidemia di coronavirus sta causando preoccupazione nell'industria italiana del turismo, che negli ultimi anni ha potuto contare su un crescente flusso di arrivi dalla Cina. Quello cinese è anche uno dei mercati turistici su cui la provincia di Bergamo punta di più. Visit Bergamo, dopo le missioni a Shanghai, era pronta a volare in Cina per due fiere a fine mese, ma gli appuntamenti sono stati annullati. Da tempo Visit Bergamo ha puntato sullo sviluppo tecnologico, con l'implementa-

zione di un canale WeChat, il social di messaggistica più utilizzato in Cina.

Nonostante ciò, la Bit rappresenta un evento ancora capace di attirare Enti del turismo internazionali e delle regioni italiane.

«L'obiettivo è promuovere la Lombardia come sistema turistico integrato, valorizzando le peculiarità dei suoi territori - spiega l'assessore Magoni -. È questa la nostra vera ricchezza: proporre ai visitatori un'offerta variegata, dalle città d'arte ai borghi segreti, dalle montagne ai laghi, dai sapori unici al mondo alla riscoperta delle tradizioni».

Tre i macro-temi che Regione Lombardia ha scelto per promuovere le sue destinazioni: «Lombardia Active», all'insegna di un turismo attivo, anche in vista delle Olimpiadi del 2026; «Lombardia Segreta», alla scoperta di una regione più inedita, dai borghi ai cammini storici, «Sapore in Lombardia», un viaggio tra le eccel-

lenze enogastronomiche del territorio.

A livello internazionale hanno riconfermato la loro presenza Brasile, Cipro, Croazia, Cuba, Repubblica Dominicana, Indonesia, Marocco e Tunisia, e sul versante nazionale, la quasi totalità delle regioni, tra cui le storiche Emilia Romagna, Toscana, Umbria e Veneto.

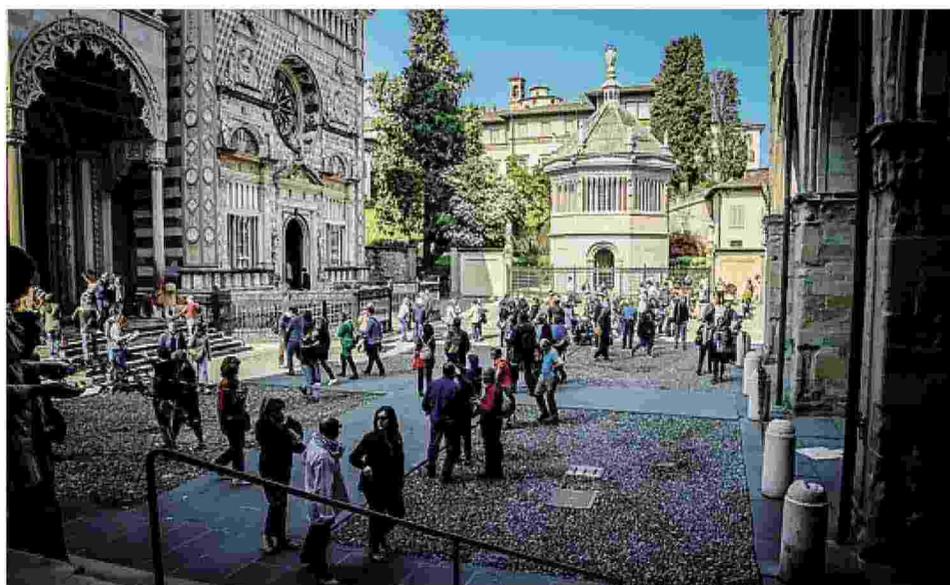
Visit Bergamo sarà presente nello stand di Regione Lombardia e rappresenterà, oltre alla città, anche gli Iat della Provincia (PromoIsola, Promoserio ecc.). «In questa edizione - dice Alessandra Pitocchi di Visit Bergamo - daremo maggiore spinta al turismo green, legato agli itinerari sulle due ruote».

Altro volano per il turismo bergamasco è rappresentato dal food. In Bit sarà presentato il «Rapporto sul turismo enogastronomico italiano», a cura di Roberta Garibaldi.

Se Bit costituisce una vetrina indispensabile, il web è

un'arma notevole per attirare nuovi turisti. Non a caso Bergamo è la vera regina dei social. Con il nuovo anno, la pagina Facebook di VisitBergamo ha superato i 200.000 follower, registrando una crescita di 100.000 like rispetto allo stesso periodo del 2019, dunque del 100% in un anno. Di questi 200.000 appassionati della vetrina delle eccellenze bergamasche il 40% è italiano. Il pubblico internazionale è dunque prevalente, con Germania, Regno Unito, Francia e Spagna ai primi posti come Paesi di residenza dei follower, affiancati dalla Polonia e dai Paesi dell'est, fra i quali anche la Russia. Notevoli anche i numeri degli altri profili social, l'account Instagram è seguito da oltre 40mila persone.

Rispetto agli account di altre blasonate destinazioni, Bergamo resta in prima posizione: Yes Milano 70 mila follower, Visit Brescia 96 mila, Turismo Torino 40 mila, Visit Venezia 39 mila. Un primato di tutto rispetto.



Turisti in Città Alta. «Visit Bergamo» sarà presente alla Bit nello stand di Regione Lombardia

