

Bergamo Brescia capitale della cultura: 2 milioni di italiani vogliono visitare le città

La spesa media pro capite prevista è di 350 euro in base all'indagine Confcommercio

Quasi 4 Italiani su 10 sanno che Bergamo e Brescia quest'anno sono "capitale della cultura". Sono 2 milioni gli italiani di età compresa tra 18 e 74 anni che, nel 2023, dichiarano di avere intenzione di visitare le due città, con una spesa media pro capite prevista di 350 euro, e – anche se la metà di questi prevede di fare un'escursione in giornata e un ulteriore 13% non sa se pernoverà o meno a destinazione – il risultato sarebbe un raddoppio degli arrivi domestici nelle strutture turistiche rispetto al 2019.

Nei programmi attuali degli italiani sono maggio e giugno i mesi considerati ideali per visitare le due città e, considerato che tanto la festa dei lavoratori quanto quella della Repubblica cadono a ridosso del fine settimana, faranno un week-end lungo.

Obiettivo principale dei turisti attratti dalla ricorrenza – almeno per 1 su 2 – è la visita a musei e luoghi significativi, ma la degustazione di prodotti tipici segue a ruota, indice di un viaggiatore disposto a distribuire la sua spesa un po' su tutto il territorio, pur di fare un'esperienza indimenticabile. Importante anche il ruolo delle performance artistiche, dato che il 36% degli intervistati dichiara che intende assistere agli eventi e spettacoli organizzati per l'occasione. Viaggiatori del Nord-Ovest e Nord-Est saranno quasi 3 su 4, ma significativo è constatare che il 18% verrà

invece da Sud e Isole, programmando quindi probabilmente qualche pernottamento in più a destinazione, soprattutto per quel 50% che andrà appositamente a Bergamo e Brescia, senza includere altre tappe nel tour.

Questi i risultati di un'indagine condotta a fine febbraio dall'Osservatorio sul Turismo di Confcommercio, realizzato da SWG, che dedica un focus a Bergamo e Brescia capitale italiana della cultura per il 2023. Le due città lombarde complessivamente prese registravano, nel 2019, poco meno di 660.000 arrivi e oltre 1,3 milioni di presenze turistiche, con un trend di crescita interrottosi però bruscamente nel 2020 a causa della pandemia.

“Si tratta di una buona base di visitatori, confermata anche dai dati che ci arrivano dai nostri ristoratori ed albergatori, che dimostra come i nostri territori siano attrattivi. Siamo certi di fare ancora meglio mediante strategie di marketing che riguardino non solo le nostre attrattività culturali ma anche le nostre peculiarità a livello imprenditoriale, sia nel settore della ristorazione, che ha delle specialità riconosciute ma ancora molto da poter esprimere, sia in quello dello shopping nei nostri centri storici ricchi di eccellenze e bellezze da scoprire”, ha detto il **presidente di Confcommercio Brescia, Carlo Massoletti**.

“E' un anno importante soprattutto in termini di presenze, che dovrà rappresentare però al tempo stesso un investimento per il futuro oltre che un banco di prova per tutto il comparto dell'ospitalità- commenta **Giovanni Zambonelli, presidente Ascom Confcommercio Bergamo**-. Il rafforzamento delle destinazioni, attraverso la promozione condivisa con due territori, e lo sviluppo del turismo incoming ci dovrebbero consentire di aumentare la presenza media nelle due città' e province. L'apprezzamento di Bergamo e Brescia come destinazioni che emerge dalla ricerca Confcommercio tra potenziali visitatori andrà ripagato da un nostro ancora maggiore impegno nell'accoglienza e nell'ospitalità, dai

tavoli di bar e ristoranti agli hotel ai negozi”. “Le attese di visitatori confermano come i grandi eventi, culturali e sportivi, siano importanti catalizzatori di presenze turistiche – aggiunge **Giovanna Mavellia, segretario generale di Confcommercio Lombardia** –. Questo vale oggi per Bergamo Brescia Capitale della cultura, e dovrà valere per altri appuntamenti come il Giubileo del 2025 e le Olimpiadi di Milano Cortina 2026. Per concretizzare al meglio queste opportunità, sono però necessari interventi per migliorare la mobilità e innovare l’offerta turistica, anche attraverso il sostegno alla formazione del personale”.