

Gori: “Offerta coordinata e riconoscibile per rilanciare Bergamo”

di Giorgio Gori*

Non sono tra quelli che ritengono che il turismo sia destinato a rimpiazzare la vocazione manifatturiera della nostra provincia; o meglio, mi auguro vivamente che ciò non debba accadere. Al contempo sono assolutamente convinto che il turismo possa nei prossimi anni rappresentare una fondamentale leva di sviluppo e di creazione di ricchezza per il nostro territorio.

Purché il territorio si dia una mossa. La sensazione è infatti che ci si creda fino ad un certo punto, e che manchi fin qui una visione complessiva. I secoli e una tradizione di buona amministrazione ci hanno consegnato una città di straordinaria suggestione paesaggistica, ricca di tesori d'arte e – ancora – di gradevolissima vivibilità. L'impressione è che si pensi che questa eccellenza dovrebbe di per sé bastare per attrarre frotte di turisti da tutto il mondo, e allo stesso modo per primeggiare tra i molti centri che si sono candidati al ruolo di Capitale europea della Cultura per il 2019.

Non è così, non basta. Città Alta e i Colli sono gemme di straordinaria bellezza, così come le nostre valli, ma per fare in modo che i turisti italiani e stranieri arrivino a scoprirne la meraviglia dovremmo innanzitutto cercare di attrarli qui, disponendo i pezzi pregiati di cui disponiamo in modo tale che siano valorizzati ed efficacemente comunicabili. Quest'ultimo elemento del puzzle, la comunicazione, sembra fin qui essere il più trascurato. Bergamo è bella – ma chi lo sa? Una strategia coordinata sulla rete, e in particolare sui social network, mi pare ciò che oggi più difetta alla “vendibilità” della città (e si consideri che l'elemento oggi più importante per affermare la reputazione di una meta

turistica è rappresentato dai commenti in rete di chi ci è stato; ragione in più per trattare al meglio i turisti che raggiungono Bergamo, e per amplificare – con le dovute tecniche – i loro apprezzamenti online).

Quanto ai “pezzi pregiati”, una spolverata all’argenteria non guasterebbe. L’Accademia Carrara è chiusa da cinque anni e, sperando che nel 2014 possa riaprire, ha bisogno di una forte attività di comunicazione che ne qualifichi l’assoluto rilievo internazionale e di una coraggiosa politica di mostre-evento che ne rinnovi di frequente l’appeal. Per capirci: sono passati 15 anni dalla mostra dedicata a Lorenzo Lotto e ancora viviamo di quel ricordo. Esistono a Bergamo, in ambito artistico, competenze che l’attuale governance della Carrara non sembra in grado di valorizzare. Per questo, dovremmo forse anche immaginare degli eventi “fuori salone”.

Gaetano Donizetti è considerato uno dei cinque maggiori compositori d’opera mai vissuti. Bergamo ne è consapevole? Il Bergamo Musica Festival è una piccola perla, ma non rappresenta un sufficiente elemento di caratterizzazione della città intorno alla figura del grande musicista. Donizetti è per Bergamo ciò che Rossini è per Pesaro. Da quell’esperienza possiamo trarre insegnamento e indirizzo.

Anche gli aspetti museali – sempre riferiti a Donizetti – non sono oggi all’altezza della scommessa turistica della città. Donizetti merita di meglio, anche attraverso l’uso delle più moderne tecnologie.

Esiste poi un problema di percorsi. Il tema dell’accesso a Città Alta è ben lungi dall’essere risolto. L’accerchiamento da parte dei mezzi privati ne soffoca le potenzialità attrattive; la mancanza di parcheggi dedicati ai residenti giustifica l’occupazione da parte delle auto di alcune tra le piazze più belle del borgo medievale. E i turisti, quelli che ci arrivano, tendono a concentrarsi tutti sulla “vasca” della Corsarola, trascurando angoli preziosi e i meravigliosi tracciati pedonali dei Colli. Andrebbero indirizzati e aiutati a scoprire che Città Alta va ben oltre quell’unico percorso affollato. Che dire poi dei borghi di Città Bassa, ricchi di

fascino e monumenti almeno quanto la città sul colle ed ad oggi quasi ignorati dai flussi di visitatori?

Esiste poi una Bergamo contemporanea che, a mio avviso, può essere ugualmente di grande interesse turistico. La strepitosa avventura di Bergamo Scienza, capace di calamitare oltre centomila visitatori durante l'evento annuale, è l'espressione di una vocazione in nuce, legata alla conoscenza, che Bergamo dovrebbe coltivare con maggiore convinzione e continuità, partendo da quell'esperienza, dall'Università e dalle sue attuali eccellenze (dal Mario Negri al Kilometro Rosso, oltre ovviamente al nuovo ospedale). Lì c'è una traccia per il lavoro da fare nei prossimi anni.

Certo, i collegamenti con il resto del mondo sono ancora molto carenti. L'aeroporto rappresenta una fondamentale leva di sviluppo anche per il turismo, ma la mancanza di un link ferroviario pesa sulla possibilità di intercettare una significativa porzione dei flussi che attraversano lo scalo. La stessa relazione con Milano – della cui area metropolitana Bergamo rappresenta il cluster più promettente rispetto alla cultura e al tempo libero – è certamente frenata dall'indisponibilità di un collegamento su rotaia al passo coi tempi.

Alcune di queste cose richiederanno tempo ed investimenti che solo parzialmente dipendono dalla nostra mobilitazione. Altre sono invece alla nostra portata.

Possiamo cominciare con il fare squadra, per esempio. Il recente esperimento di "In Gruppo", l'iniziativa promozionale che ha riunito tutti i più importanti ristoratori della provincia, dimostra che insieme si è molto più forti. Lo stesso dovrebbe valere per il settore dell'accoglienza alberghiera, e per il commercio. Solo la capacità di comporre un'offerta coordinata, riconoscibile, può consentire a Bergamo di giocare la partita della competizione territoriale con qualche probabilità di successo. Il "Distretto del Commercio", se potenziato, può ambire ad un rilievo su scala regionale, ed attrarre flussi da Milano. Servirebbe una piattaforma unica, per raccontare la città al "mondo", per le prenotazioni degli

alberghi, per la comunicazione degli eventi e per il ticketing dei musei e degli spettacoli. Io il futuro lo immagino così. Per arrivarci dovremo abituarci a lavorare insieme, soggetti pubblici e privati, associazioni di categoria e sponsor. "Apertura" e "condivisione" mi paiono i due concetti chiave per fare di Bergamo una meta turistica di primaria importanza.

**presidente di InNova Bergamo*