

# Il Green Pass è valido 9 mesi. Un'occasione per rilanciare anche il turismo di prossimità

*Giorgio Beltrami, presidente Visit Bergamo: "Il mondo dell'accoglienza dovrà cogliere le nuove esigenze adattando l'offerta con nuove regole in una logica di governance condivisa"*

Il green pass, il certificato verde che fungerà da passepartout per spostarsi tra regioni di colore diverso, ma anche per partecipare a eventi, convegni, eventi civili e religiosi, avrà una validità di 9 mesi e non sei quindi, come inizialmente ipotizzato. Ma non solo: un'altra novità rispetto a quanto previsto è che sarà rilasciato già dopo la prima dose. È quanto prevede il Dl Covid pubblicato in Gazzetta Ufficiale e in vigore da oggi. Il pass (su cui è ancora in corso la discussione a livello europeo per varare un documento comune che consenta di spostarsi anche tra Paesi) verrà rilasciato "anche contestualmente alla somministrazione della prima dose di vaccino e ha validità dal quindicesimo giorno successivo alla somministrazione fino alla data prevista per il completamento del ciclo vaccinale".

Una buona notizia per il settore turistico, di fatto tra i più colpiti dalla crisi, e chiamato a seguire un processo di rinnovamento importante come ricorda **Giorgio Beltrami, presidente di Visit Bergamo e presidente del Gruppo Bar, Caffè e Pasticcerie di Ascom Confcommercio Bergamo**, intervenuto alla tavola rotonda del 17 maggio "Partiamo dai luoghi e facciamo rete. La rivincita dei territori per un turismo responsabile" di Bergamo Next Level, la rassegna

organizzata da Università degli studi di Bergamo e Pro Universitate Bergomensis: “Nel mondo dell’ospitalità non è affatto vero, come spesso si sente dire, che a fine pandemia, tutto tornerà come prima. Sono convinto, infatti, che questa maledetta esperienza modificherà i comportamenti del turista per lungo tempo, cambierà le sue abitudini e determinerà nuove aspettative che chiamano in causa noi operatori turistici ma anche enti e istituzioni. Per questo si deve guardare al futuro turistico con occhio diverso e innovativo come suggerisce anche la Fipe-Confcommercio che si sta orientando verso un nuovo modello di società turistica improntata sull’adattamento dei servizi alle nuove esigenze, partendo da percorsi diversi improntati principalmente alla sicurezza per l’utente. In questi ultimi anni stiamo assistendo ad un continuo mutare della fruizione turistica conseguenza anche del maggior tempo libero e le modalità di lavoro legate allo smart-working, determineranno per molte persone una rivoluzione nell’utilizzo dello spazio-tempo in una sorta di lavoro itinerante. Tutto ciò coinvolgerà inevitabilmente il mondo dell’accoglienza che dovrà cogliere per tempo le modificate esigenze adattando l’offerta al nuovo che avanza. Se questa visione è condivisibile allora, tutti questi cambiamenti non possiamo subirli, dobbiamo saperli leggere per tempo e soprattutto governarli attraverso nuove regole”.



### **Cogliere i segnali del cambiamento**

La condizione indispensabile nell'affrontare una tale sfida rimane la capacità, da parte degli attori in campo, di cogliere per tempo i segnali del cambiamento. Chi saprà interpretare prima degli altri competitors le nuove aspettative del visitatore godrà di un vantaggio sull'attrattività dei propri territori. Ecco perché' dobbiamo fare squadra in modo che tutte le notizie riguardanti le aspettative del turista confluiscono il più rapidamente possibile ad una sorta di cabina di regia, agile e reattiva che possa mettere subito in campo tutti gli accorgimenti utili allo scopo e potrà essere di grande utilità - prosegue Beltrami che riveste anche il ruolo di vicepresidente regionale del coordinamento di Fipe Lombardia -. Le associazioni di categoria, proprio grazie a questo vantaggio, sono i primi soggetti a poter cogliere il mutamento della richiesta e pertanto devono riuscire ad attivare forme di stretta e agile collaborazione con gli enti turistici del territorio e con le amministrazioni comunali, in modo da

concretizzare rapidamente azioni che soddisfino queste nuove richieste che ci troveremo a dover governare. Probabilmente non basterà più pensare alla sola destagionalizzazione ma, approfittando della maggiore discrezionalità di utilizzo del tempo libero, all'alleggerire, attraverso adeguate promozioni, sia nel campo dell'accoglienza che nel campo degli spostamenti, la pressione delle presenze dei fine settimana a favore delle altre giornate infrasettimanali. Tutto questo avrebbe il merito innanzitutto di ridurre gli assembramenti del week-end".

L'altro importantissimo risultato sarebbe di migliorare l'offerta dei servizi e terzo, ma non ultimo per importanza, la trasformazione della qualità occupazionale da precaria a indeterminata, grazie alla costanza del lavoro. "Abbiamo all'orizzonte nel breve due appuntamenti che porranno i nostri territori all'attenzione del mondo intero e cioè nel 2023 Bergamo e Brescia capitali della cultura e nel 2026 le olimpiadi invernali. Saranno questi gli eventi che segneranno la vera ripartenza turistica del dopo pandemia e rappresenteranno il ritorno alla cosiddetta normalità ma, credo, sarà una normalità diversa".