

Turismo, Bergamo sul web batte Verona, Mantova e Brescia

Con il progetto Visit Bergamo sono triplicati gli utenti del sito ed è migliorata la presenza on line. Ora il portale si apre agli operatori, che potranno caricare i propri contenuti. Trigona: «In arrivo anche novità nella gestione di Turismo Bergamo»



La comunicazione turistica fa un balzo in avanti grazie al progetto Visit Bergamo, che ha tirato le somme dopo i primi sei mesi di attività. Fulcro del sistema è il sito www.visitbergamo.net, che nel trimestre campione giugno-agosto ha visto triplicare gli utenti unici rispetto all'anno precedente. In media sono 3.617 i visitatori giornalieri (54% italiani, 46% dall'estero), con una permanenza sulle pagine di oltre 3 minuti ciascuno, mentre sono oltre 80mila utenti gli iscritti spontaneamente al rinnovato servizio di newsletter.

E così la rete parla sempre più di Bergamo. Su TripAdvisor, ad esempio, la progressione del dato relativo ai commenti è notevole: nel gennaio 2013 erano 2.681 i commenti sul capoluogo orobico, nell'aprile 2015 5.260 (+96% in 28 mesi di tempo), mentre oggi sono 8.523, con una variazione percentuale in positivo del 62% in soli sei mesi. La media di post al mese sulla città passa così dai 92 dell'aprile scorso ai 544 attuali.

Parallelamente migliora il “sentiment” sulla città, a dimostrazione che Bergamo ha migliorato sensibilmente il suo modo di comunicare tutte le sue parti, riuscendo a trasmettere una migliorata percezione di sé verso il visitatore.

«La nostra città sta uscendo dal guscio e sta riuscendo ad affermarsi per quella che è davvero, una straordinaria città d’arte e di cultura – sottolinea Nadia Ghisalberti, assessore al Turismo del Comune di Bergamo -. Un esempio concreto: solo in questi giorni Bergamo si impone sul palcoscenico nazionale e internazionale grazie alla forza della sua offerta culturale, dalla prima nazionale di “Due donne che ballano” al Teatro Sociale, alla rappresentazione di questa sera di un’attesissima Anna Bolena di Gaetano Donizetti (che ha richiamato giornalisti da tutta Italia e dall’estero), al ritorno del capolavoro assoluto del Sarto di Giovan Battista Moroni e alla grande mostra dedicata a Malevic. Visit Bergamo ha consentito di attuare strategie in grado di comunicare verso l’esterno l’essenza della nostra città, un brand che dobbiamo saper sfruttare per imporre la nostra città all’attenzione internazionale».

«La prima fase del portale Visit Bergamo – spiega Giorgio Gori, sindaco di Bergamo e consigliere delegato al Turismo della Provincia di Bergamo – ci ha permesso di affrontare la stagione di Expo con buoni risultati, testimoniati dai dati dell’Osservatorio Turistico della Provincia. Ora lanciamo una seconda fase del progetto Visit Bergamo, molto più strutturata e in grado di svolgere un ruolo di vera regia tra tutti gli operatori che lavorano nel settore turistico della nostra provincia. Si tratta infatti di un progetto a medio termine che prevede la partecipazione diretta degli operatori (albergatori, ristoratori, ma anche attività commerciali, ecc.) e una serie di servizi destinati ai territori».

Il sito www.visitbergamo.net si presenta già rinnovato nell’interfaccia e nei contenuti ai visitatori: una nuova veste grafica, che privilegia l’immagine, un menù meglio organizzato e più leggibile con uno speciale box per il lancio di eventi, servizi o advertising, foto aggiornate alla stagione invernale a cui si accompagna la conferma della scelta degli editoriali.

Il portale presenta un miglioramento degli strumenti di ricerca, lo snellimento e una più efficace comunicazione degli eventi e delle possibilità di raggiungerli.

La parte più innovativa riguarda però, come detto, l’apertura agli operatori del settore. Ogni albergatore, ristoratore o struttura per il turismo che aderisce al progetto Visit Bergamo ha la possibilità di usufruire di una pagina dedicata, alla quale può accedere per caricare contenuti propri, organizzati e visualizzabili con lo stile accattivante proprio del sito. Ogni operatore potrà inserire le proprie offerte, ma anche i propri menu, i propri punti di forza, caricando anche contenuti multimediali di impatto e sfruttando le possibilità di visibilità che il portale offre.

Oggi il sito VisitBergamo è il 16millesimo sito più cliccato in Italia, più di mille posizioni sopra Visit Verona, 10mila meglio di Visit Mantova, 20mila meglio di Tourism Brescia, 14mila sopra Wonderful Expo e 25mila meglio di Visit Garda. Nel periodo maggio-ottobre 2015 il portale bergamasco è stato in media di gran lunga il più cercato e cliccato sul motore di Google, rispetto a città come Brescia, Mantova, Ravenna o Perugia, città medie o vicine che rappresentano buoni elementi di paragone sulla promozione turistica.

A partire da questi risultati si sviluppano le strategie per il futuro: si va verso un portale in grado di gestire prenotazioni, sia verso alberghi che ristoranti, abbreviando i tempi e tagliando i passaggi per coloro che desiderano visitare il nostro territorio.

«Siamo al lavoro anche per realizzare anche novità rispetto alla gestione stessa dell’Agenzia di promozione turistica bergamasca- annuncia Luigi Trigona, presidente di Turismo Bergamo -. Turismo Bergamo deve divenire un’agenzia sempre più attenta all’innovazione e alle best practice del settore. I risultati ottenuti in questi sei mesi sono il frutto di un lavoro di squadra che ha visto collaborare in modo nuovo le principali istituzioni della città: Turismo Bergamo, Camera di Commercio, Comune e Provincia. Ciascuno ha fatto la sua parte e noi come Turismo Bergamo abbiamo messo a disposizione le risorse economiche che personale in una misura consistente. Devo dire che sicuramente questo fare rete

e lavorare insieme è una delle prime eredità che Expo ci lascia. Abbiamo imparato un metodo che rimarrà come patrimonio da far fruttare per il bene del nostro territorio».