

Turismo, «Bergamo deve diventare coinvolgente»

L'esperienza è ormai un cardine del processo di scelta di una meta e rappresenta per la destinazione un'opportunità di posizionarsi in modo unico e distintivo sul mercato. Lo sanno bene all'estero dove non mancano proposte esperienziali innovative, dal Nord Europa, dove la Finlandia ha riempito di contenuti il suo silenzio e la sua natura incontaminata e selvaggia per turisti in cerca di relax e pace o di sport e avventura, all'Australia, che attrae con i suoi vini dell'altro mondo appassionati, gourmet e bon vivant vendendo esperienze ben focalizzate, dalle cantine vinicole della Barossa ai vini e alle prelibatezze con vista mare a Bondi. Bergamo guarda ai migliori esempi internazionali e ai trend che guideranno sempre più la scelta in futuro di una meta turistica, scrollandosi di dosso l'immagine di città provinciale e produttiva per raccontarsi come città d'arte, cultura e natura. «Bergamo deve fare vivere al turista un'esperienza unica e irripetibile – sostiene a gran voce Roberta Garibaldi, delegata al Turismo del Comune che, in un lavoro di confronto con operatori e istituzioni, con il professor Andrea Machiavelli, ha definito strategie e azioni da adottare -. Avere risorse artistiche di grande pregio non basta, il turista di oggi e soprattutto di domani vuole avere un prodotto compiuto, che abbia radici in quel territorio che non potrebbe avere altrove. Un obiettivo importante come Expo impone un lavoro per riscoprire e definire la nostra identità e creare un fil rouge narrativo per raccontare la città nella sua unicità e complessità».

Oggi esistono dei "prodotti Bergamo", composti da diverse risorse promosse in passato in modo frammentato, ma non una "destinazione Bergamo". Per questo il Comune, in collaborazione con l'Università di Bergamo e il Cestit-Centro Studi per il Turismo e l'Interpretazione del Territorio,

grazie allo studio condotto da Andrea Macchiavelli, direttore Cestit, con la collaborazione di Andrea Pozzi, ha analizzato il ruolo che la città può giocare nel turismo e ha definito tre linee strategiche, per far convergere le singole risorse verso un unico tema sintetizzabile in "Arte nella Natura", offrendo al turista molteplici esperienze da vivere nel territorio.

L'integrazione tra le varie offerte avviene creando un "filo" narrativo coerente che contribuisce a rafforzare una caratterizzazione unica, riconoscibile e distintiva della destinazione. «Il secondo passo è creare prodotti per segmenti specifici, innovativi ed esperienziali per poi andare a comunicarli in modo coordinato e coeso, ottimizzando la scelta di canali e strumenti, con il privilegio a web, social media e alla creazione e promozione di applicazioni per smartphone – continua Roberta Garibaldi -. Le proposte legate a Città alta e a Città bassa sono già presenti sulle mappe disponibili presso gli uffici turistici, mentre dai primi mesi dell'anno prossimo sarà apposta la segnaletica e si potrà avere un assaggio virtuale del percorso direttamente sul telefonino, grazie alle nuove tecnologie». Attraverso tavoli di lavoro si andranno a scomporre e ricomporre le diverse componenti dell'offerta nell'ambito del tema "Arte nella Natura", uno slow tourism che punta a coinvolgere nella comunità come "residenti temporanei" turisti provenienti da ogni angolo d'Italia e d'Europa e ad allungare la loro permanenza.

Il progetto, condiviso con Regione Lombardia, coinvolge i principali attori del territorio, da Turismo Bergamo a Convention Bureau per il segmento business, alle strutture ricettive, ai pubblici esercizi, che salutano l'iniziativa valorizzandone l'importanza. «Expo rappresenta un'occasione irripetibile per fare buon turismo a Bergamo. Le linee strategiche del Comune hanno la caratteristica di coinvolgere le tre associazioni di categoria rappresentative delle strutture ricettive e turistiche, in un proficuo lavoro di squadra – sottolinea Luigi Trigona, presidente Turismo Bergamo – . Un'attenta analisi sull'offerta turistica e sulle diverse

esperienze che la città può offrire rappresenta la scelta vincente per proporsi come destinazione unica e competitiva rispetto ad altre mete. Lavoreremo tutti in sinergia per rendere concreta l'offerta turistica del territorio, con la creazione di pacchetti ad hoc». «Gli itinerari esperienziali legati a cultura, verde ed enogastronomia permetteranno ai turisti di apprezzare la bellezza della nostra città estesa ai colli e ai circuiti meno battuti dai visitatori – commenta Giovanni Zambonelli, presidente del Gruppo Albergatori dell'Ascom -. La speranza è che le nuove proposte riescano ad allungare i giorni di permanenza nel nostro territorio. Nonostante sia sfumata la candidatura a Bergamo Capitale della cultura è fondamentale valorizzare le bellezze della nostra città. Questi mesi di lavoro, energie e risorse dedicati alla nostra candidatura non devono andare dispersi, ma rappresentano uno stimolo per continuare ad intraprendere un percorso comune di valorizzazione».