Gli operatori turistici lecchesi che fino a oggi saranno alla Bit di Milano

Il marchio del Lario È il traino mondiale dell'offerta turistica

La Bit a Milano. Camera di commercio e Lariofiere promuovono il territorio con attenzione ai borghi
Rasella: «In prospettiva si guarda anche alle Olimpiadi»

MARIA GRAZIA GISPI
LECCO

Dalla Bit segnale forte e chiaro: dopo l'afflusso di pubblico della domenica, prima giornata di fiera, si è confermato ieri l'interesse degli operatori con presenze che sono per il 60% di clienti italiani, per il 30% dall'Europa, brilla per assenza l'Inghilterra, e per un 10% dal resto del mondo, soprattutto Stati Uniti e Asia, pochissimi gli operatori dalla Russia, ma si sono visti.

L'osservatorio è la posizione della Camera di commercio di Como e Lecco che in questi giorni, in collaborazione con Lariofiere, promuove il brand del Lario e della Brianza all'interno dello spazio di Regione Lombardia per la Borsa internazionale del turismo in conclusione oggi a Fieramilanocity.

Si promuove tutto il territorio, con un focus per le attività all'aria aperta e per la scoperta dei borghi.

È soprattutto il pubblico generico, di prossimità, milanese e lombardo, che richiede informazioni su passeggiate, itinerari e attività di media montagna: molte le famiglie e i giovani interessati al turismo attivo.

Attività

L'attenzione degli operatori è invece spostata sulle attività culturali, sulle esperienze legate e ville e giardini, magari innovative, originali, e sul calendario grandi eventi per la stazione 2022 e 2023.

La Bit è quindi partita bene ma in ritardo, per l'emergenza sanitaria la tradizionale data di febbraio è slittata a ridosso dell'avvio della stagione, anche per questo alcuni buyer, come quelli inglesi, mancano e altri già programmano per il 2023.

Strategico quindi in questi contesti il calendario unico degli eventi a cui lavora Camera di Commercio di Como e Lecco.

Oltre a loro si segnala la presenza di circa una dozzina di operatori del territorio, aziende che trovano strategico incontrare direttamente i clienti ed evitare la mediazione delle agenzie delle quali invece si avvalgono le grandi strutture dell'incoming lariano.

«È l'occasione per rivedere operatori che conosciamo da tempo e per allacciare nuovamente le relazioni interrotte da due anni di mancanza di eventi in presenza - osserva Petra Mainetti responsabile Promo Bellagio - in molti ci chiedono cosa è cambiato e quali sono le novità. Oltre ai classici tour per ville e giardini c'è sempre più interesse per il trekking e per il turismo romantico dei matrimoni».

Si cerca soprattutto di promuovere l'idea che il lago sia interessante e aperto tutto l'anno, per destagionalizzare i

L'assessore Lara Magoni con Antonio Rossi e Attilio Fontana

La fiera

Più di mille gli espositori Tanti i buyer

In totale sono più di mille gli espositori (15% dall'estero da 35 Paesi) che a Bit 2022 possono contare per gli incontri di business sulla presenza in fiera delle più importanti realtà distributive italiane e su un programma di hosting che porterà a Milano buyer profilati da 47 Paesi in rappresentanza di tutte le tipologie più rilevanti, in particolare da Europa (36%) e Nord America (16%), oltre che da Centro e Sud America, Medio Oriente e Africa. L'impegno verso la sostenibilità non si esaurisce nelle proposte degli espositori. Bit 2022 adotterà pratiche più sostenibili anche per l'organizzazione della manifestazione: ad esempio, con l'utilizzo di materiali più facilmente riciclabili o riutilizzabili e iniziative per la riduzione dei consumi energetici, anche nell'ottica di un futuro percorso di certificazione. Le stesse pratiche sono promosse e facilitate per l'applicazione da parte degli espositori.

flussi turistici. Non solo Bit, di recente la promozione del Lario, attraverso la presenza di Camera di Commercio, si è svolta anche a Barcellona per la fiera del turismo industriale e in altre occasioni internazionali.

Destinazione

«Arriviamo dall'esperienza della Borsa dei laghi d'Italia che si è svolta a fine marzo a Brescia - aggiunge Giuseppe Rasella, componente di Giunta della Camera di commercio di Como e Lecco - è giusto uscire dalla logica provinciale e presentaci come destinazione dei grandi laghi della Lombardia. Inoltre, in prospettiva, l'attenzione è rivolta alle Olimpiadi invernali del 2026 che coinvolgeranno Milano e il Lario. Intanto dagli operatori riceviamo un buon riscontro per le prenotazioni della stagione estiva che si sta avviando e questo nonostante le difficoltà: il perdurare della crisi covid, la guerra e l'aumento dei prezzi».

La presenza del brand "Lago di Como" in fiera a Milano è anche un segnale rassicurante di nuova normalità, indispensabile per la ripresa.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Da Colico alle montagne valsassinesi Il territorio lecchese si mette in vetrina

Le proposte
Numerosi gli operatori e le istituzioni del territorio presenti a Fiera Milano City

La Bit, borsa internazionale del turismo, ha ripreso a far incontrare domanda e offerta in presenza a Fiera Milano City e lo ha fatto con grande vigore.

Il ministro al Turismo Garavaglia, invitato dall'assessore al Turismo regionale Lara Magoni e dal sottosegretario ai Grandi eventi Antonio Rossi, ha affermato: «Gli affari si fanno in presenza, alla macchinetta del caffè. Ho seguito l'Itb di Berlino (edizione solo in digitale) in video: che tristezza. La pandemia è finita e noi siamo qui perché la presenza è la modalità con la quale si fanno gli affari nel turismo e non solo».

Ma Garavaglia ha anche sottolineato: «Il museo degli Uffizi di Firenze è quello che ha più visitatori in Italia. Ma è pur sempre un terzo dei visitatori di Gardaland».

Investimenti, dunque, nel far conoscere le mete "nobili" del turismo anche lombardo, come ha sottolineato Antonio Rossi, per quanto riguarda i grandi appuntamenti che culmineranno con le Olimpiadi Milano-Cortina 2026. Insieme a Garavaglia, Magoni e Rossi anche il sindaco di Milano Beppe Sala che si augura di ritrovare i 10milioni di turisti del 2019, in questo 2022, e naturalmente il "padrone di casa" Attilio Fontana. Rossi ha affermato: «Se Milano riprende anche tutto il territorio lecchese ne beneficerà e noi dobbiamo farci trovare pronti alle sfide prossime venture. Abbiamo tutto per poter far bene».

Ma tornando agli operatori, vero cuore della Bit, che è rimasta aperta al pubblico solo domenica e che si concluderà oggi e ha coinvolto decine di Tour operator e centinaia di agenzie di viaggio, oltre ad altri esponenti della filiera turistica, ha visto la partecipazione in totale di più di mille espositori. Tra di essi anche i lecchesi. Erano presenti Lake Como for You di Laura Sanvito di Lecco, Lariobus di Vittorio Bonomi di Lecco, Lake Como Tourism di Ampelio Ramajoli di Lecco, il Museo della Guerra Bianca/Forte Montecchio Nord di Colico, e Montagne Lago di Como di Crandola.

In questi giorni sono state quelle della Camera di commercio Como-Lecco, in fiera per promuovere il brand comune del Lago di Como, e quella di "Discovering Bellano", per il comune rivierasco con il sindaco Antonio Rusconi sempre presente. In particolare rilievo il "Sentiero del Viandante".

Tra le novità presentate ieri anche un biglietto speciale Trenord che per soli 14,50 euro per i ragazzi, (fino ai 13 anni), 26 euro per gli adulti e 52 euro per famiglie (2 adulti+2 ragazzi), include il viaggio in treno andata e ritorno da tutta la Lombardia a Varenna e la libera navigazione in battello tra Menaggio, Bellagio, Cadenabbia, Villa Carlotta, Tremezzo e Lenno.

Ma altri accordi sarebbero in discussione tra Trenord e l'Alto Lago, a partire da Bellano in su per facilitare la mobilità sostenibile rappresentata dal treno (soprattutto negli affollatissimi week-end). **M. Vil.**

LA PROVINCIA
MARTEDÌ 12 APRILE 2022