

Ristoratori / «Un anno positivo grazie anche agli eventi»

Petronilla Frosio (Ascom): «Gli appuntamenti organizzati in città e in provincia hanno portato visitatori. Ci sono però sovrapposizioni, manca una cabina di regia». Per le Feste è tornata la voglia di uscire e cresce l'attesa per East Lombardy 2017

Per Skyscanner Lovere è tra le 20 località più belle d'Italia

Il portale internazionale per la ricerca dei voli ha scelto per ogni regione un borgo che la rappresenta al meglio. La classifica stilata anche in base alle segnalazioni degli utenti

Turismo, crescita a “doppia cifra” per Natale e Capodanno



Bernabo Bocca

Ben 14,2 milioni di italiani si muoveranno, dormendo almeno una notte fuori casa, per Natale e Capodanno. I vacanzieri sono in aumento dell'11,6% rispetto al 2015 e genereranno un giro d'affari di 8,7 miliardi di euro (+9,5%). Lo dice l'indagine realizzata dalla Federalberghi con il supporto tecnico dell'Istituto Acs Marketing Solutions, in previsione delle prossime festività. L'Italia è quest'anno ancor di più la meta preferita: la scelgono 9 italiani su 10 per il Natale e l'83% per il Capodanno.

A Natale gli italiani che si muoveranno dalla propria città saranno circa 6,9 milioni (+4,8% rispetto al 2015) e dormiranno in media 5,6 notti fuori casa per una spesa media pro-capite, comprensiva di trasporto, alloggio, cibo, divertimenti, di 529 euro in Italia e 1.463 euro all'estero. Il giro d'affari stimato è di circa 4,35 miliardi di euro (+1,3% rispetto al 2015). La maggior parte (il 31%) preferisce trascorrere la vacanza in una città diversa dalla propria di residenza e sceglie come accomodation la casa di parenti o amici e in seconda battuta l'albergo, la casa di proprietà, i B&B e i rifugi alpini. Sempre gettonata, anche se in leggero calo rispetto allo scorso anno, la montagna (la sceglie il 27% degli italiani), seguita dalle città d'arte (21%) e il mare (11% rispetto al 12%). Mentre tra chi andrà all'estero, il 60% preferisce le grandi capitali europee (nel 2015 era il 63%).

A Capodanno invece, i vacanzieri saranno circa 7,3 milioni –

in crescita del 18,9% rispetto al 2015 – e dormiranno in media 3,9 notti fuori casa rispetto alle 4,1 notti del 2015, per una spesa media pro-capite, comprensiva di trasporto, alloggio, cibo, divertimenti di 596 euro suddivisi in Italia da 489 euro ed all'estero da 1.063 euro, pari ad un giro d'affari di 4,4 miliardi di euro (+18,9%). Per chi resterà in Italia la vacanza preferita sarà ancora in montagna, seguita da una città diversa da quella di residenza, dalle città d'arte maggiori e minori, dal mare. Mentre per chi andrà all'estero le grandi Capitali europee assorbiranno l'84% della domanda. Quanto all'alloggio sarà preferita la casa di parenti o amici, seguita da albergo, B&B e appartamento in affitto. Oltre ai motivi economici (decisivi per quasi 23 milioni di italiani) per chi non andrà in vacanza durante le prossime festività ci sono motivi familiari nel 18% dei casi, motivi di salute nel 15% dei casi, chi dichiara che farà vacanze in un altro periodo nel 13,5% dei casi, chi per impegni di lavoro nel 10% dei casi ed appena l'1% per motivi legati alla sicurezza.

Bocca: “Segnali di inequivocabile rafforzamento”

Un segnale di inequivocabile rafforzamento del settore quello che arriva dalle previsioni turistiche delle imminenti festività natalizie”. E' il commento a caldo del presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca, all'indagine last minute realizzata dall'associazione che raggruppa quasi 33 mila alberghi italiani. “Che il 2016 dovesse connotarsi come l'anno della ripresa – prosegue Bocca – lo si era capito dai vari appuntamenti clou disseminati nell'arco dei dodici mesi ed il risultato atteso per gli ultimi giorni di dicembre rappresenta una gradita conferma”. “Inoltre la circostanza che gli italiani scelgano maggiormente il proprio Paese, per trascorrere qualche giorno di meritato riposo – evidenzia il presidente degli albergatori – è la conferma di come il sistema turistico nazionale rappresenti ormai un insostituibile punto di riferimento”. “Certo – aggiunge – il risultato positivo non cancella gli anni di crisi che sono

alle spalle e per ritornare ai livelli pre-recessione occorrerà ancora del tempo, ma guardiamo ormai il bicchiere sempre più mezzo pieno. “Confidiamo – conclude Bocca – che il Governo ed il Parlamento supportino uno dei settori più vitali per lo sviluppo economico del Paese, in grado di crescere ancora, a patto che si varino al più presto alcuni provvedimenti concreti per il rilancio, – conclude Bocca – primi tra tutti quelli in materia di contrasto all’abusivismo ed all’evasione fiscale, sviluppo del mercato (liberalizzazione dei servizi ancillari) e tutela della concorrenza (parity rate)”.

Lago d’Iseo, decollano le richieste di seconde case. Anche dall’estero



Ph. Mattia Aquila

La casa sul lago d'Iseo è diventata un oggetto del desiderio, soprattutto per gli stranieri. Gli effetti sul comparto immobiliare dell'evento "Floating Pears" di Christo cominciano a vedersi. «Se fino allo scorso anno il mercato era prettamente di prime case, da quest'anno è aumentata in modo considerevole la domanda di seconde case da parte degli stranieri» dice Margherita Bombardieri titolare dell'agenzia Engel & Völkers di Sarnico. «Ci sono molte richieste per ville, attici e appartamenti a bordo lago o con vista lago, ovviamente per acquistare gli immobili devono essere a prezzo».

Si tratta comunque di cifre importanti. Nei giorni scorsi è andata in vendita una villa affacciata sul lago a 2,3 milioni, dopo una trattativa che ha visto interessati compratori tedeschi, svizzeri e un offerente bresciano. E un'altra villa con le stesse caratteristiche – anche di prezzo – ha riscosso l'interesse di inglesi, olandesi e gente di Dubai.

Il trend riguarda tutti e quattro i laghi del Nord Italia: secondo il primo Market Report Laghi, realizzato in partnership da Nomisma ed Engel & Völkers. Le compravendite sono aumentate in modo generalizzato del 16,1%, nella maggior parte dei casi grazie al traino di tedeschi, svizzeri, russi. Le zone più richieste sono quelle del lago di Garda (con un +

10,4% nel 2015 rispetto al 2014), seguite da Lago Maggiore (+8,8%), Como (+5,2%) e lago d'Iseo che mette a segno un aumento dell'1.7%.

In base a quanto emerge dal rapporto, il lago sebino, a differenza dei laghi vicini più grandi, è ancora un mercato fatto di prime case (sono l'80%). Inoltre è l'unico dei quattro dove gli acquirenti sono soprattutto italiani. Ma l'interesse degli stranieri in crescita fa prevedere uno sviluppo per il futuro.

Per l'acquisto di un immobile nuovo e in ottima posizione i prezzi variano dai 2.800 ai 3.500 euro a metro quadro, ma l'affaccio sul lago o la vista panoramica accrescono il prezzo di circa il 15%. Sono cifre ancora lontane da quelle del Lago di Como o Maggiore, dove un'abitazione nuova con panorama può arrivare a costare tra i 10 e i 12mila euro nel primo caso e 7.500 euro nel secondo (sul Garga i prezzi si aggirano tra i 5.500 e i 6.500 euro per gli immobili nelle migliori location).

La quota di domanda straniera per le località di Sarnico, Lovere, Iseo e gli altri principali comuni del lago proviene principalmente da Germania, Paesi Bassi, Svizzera e Nord Europa. I tempi di trattativa sono piuttosto lunghi.

Secondo le previsioni, le compravendite sul lago aumenteranno anche nel 2017 mentre i prezzi tenderanno a rimanere stabili, con l'eccezione degli immobili di prestigio che costeranno di più.

Publici esercizi / Un 2016

in ripresa. «Ma non mancano le difficoltà»

Beltrami (Ascom): «Clientela in crescita, soprattutto nel corso della giornata. Per chi è in affitto, però, è quasi impossibile investire e rilanciare». «La tradizione ha la meglio sulle tendenze. È finito il tempo dell'aperi-cena»

Alberghi / A Natale Bergamo continua ad attirare turisti dal Nord Europa

Giovanni Zambonelli, presidente degli Albergatori Ascom, fa il punto sul turismo in città. Non senza un po' di malumore: «Il centro è in declino, aspettiamo il piano di rilancio del Comune. E una lotta decisa all'abusivismo dilagante»

Turismo, Almeno San Bartolomeo è "Bandiera arancione"

Assegnato il riconoscimento di qualità del Touring club. In Bergamasca si aggiunge a Clusone e Gromo. Sette altri Comuni della Valle Imagna riceveranno un Piano di miglioramento per

“Digital Award 2016”, premiata l’innovazione di VisitBergamo



L’assessore regionale allo Sviluppo economico, Mauro Parolini, consegna ad Alessandra Pitocchi il premio Digital Award 2016, per la categoria Ospitalità, vinto da VisitBergamo

“Abbiamo deciso di inserire questo importante appuntamento nel palinsesto dell’Anno del Turismo lombardo, perché costituisce un’occasione privilegiata di confronto e condivisione con chi, anche nel turismo, ha il coraggio di cambiare attraverso l’innovazione in un momento di grande svolta per questo settore in Lombardia”. Lo ha detto Mauro Parolini, assessore allo Sviluppo economico di Regione Lombardia, intervenendo, ieri sera, a Palazzo Lombardia, all’edizione 2016 di “Digital

Award – Il coraggio di innovare”. Il premio, indetto lo scorso anno da Regione Lombardia, Unioncamere Lombardia e Meet The Media Guru, per il 2016 è stato riservato ai migliori progetti di innovazione digitale non solo delle imprese lombarde del terziario, ma anche di professionisti e soggetti pubblici e privati. Per ciascuna delle 5 categorie in gara “Destinazione Smart”, “Comunicazione”, “Mobilità”, “Made in Lombardia” e “Ospitalità”, è stato scelto un progetto vincitore, cui è andato un riconoscimento in denaro pari a 10mila euro. Ai 5 vincitori, selezionati dalla giuria e dagli internauti che hanno avuto la possibilità di esprimere la propria preferenza online sul sito www.ilcoraggiodinnovare.it, si è aggiunto poi quello votato dal pubblico in sala.

Tra i vincitori, nella categoria “Ospitalità” c’è VisitBergamo, l’ Agenzia per lo sviluppo e la promozione turistica. VisitBergamo è un sistema automatizzato e sempre aggiornato a disposizione di tutti gli albergatori e commercianti in grado di inviare quotidianamente, per conto di ogni struttura aderente, e-mail personalizzate agli ospiti in arrivo, selezionando per loro tutte le attività da non perdere in corrispondenza delle date di check-in e check-out. «Il nostro progetto racconta del legame tra VisitBergamo e gli operatori del settore che hanno creduto nell’innovazione e lo hanno reso possibile. Insieme a noi vince il sistema Bergamo, che vede lavorare insieme e collaborare il pubblico e il privato: VisitBergamo, gli operatori dell’ospitalità e i clienti che si sentono coccolati – afferma Christophe Sanchez, amministratore delegato di VisitBergamo -. Il riconoscimento di Regione Lombardia ci rende quindi ancora più certi della strada che abbiamo intrapreso, a vantaggio solo del territorio bergamasco. Il desiderio è ora quello di poter coinvolgere tutte le strutture dell’ospitalità della città e della provincia, in modo da raggiungere tutti quanti hanno in programma di visitare la terra bergamasca, rendendoli protagonisti di esperienze uniche e facendoli sentire accolti nel migliore dei modi».

GLI ALTRI PREMIATI

Destinazione Smart / Mylivigno: Easy, Smart & Live – A.P.T. Livigno

Livigno ha realizzato un progetto di innovazione digitale per rendere l'esperienza di viaggio quanto più semplice e interattiva, accompagnando il turista prima, durante e dopo il soggiorno attraverso un ecosistema digitale composto da: un Sito responsive, una Mobile app, Info Live, la Livigno Card, un Social Wall di Livigno e un'area operatori.

Comunicazione / Visite senza barriere dentro la storia con Near Museo della Guerra Bianca in Adamello

Il Museo della Guerra Bianca ha dotato la sede di Forte Montecchio di un sistema di Beacon, piccoli segnalatori usati come punti di trasmissione di informazioni direttamente sui cellulari Android o iPhone. Dopo il download gratuito di un'App collegata al progetto, il visitatore può scaricare tramite tecnologia bluetooth e Gps numerosi contenuti e godersi la visita in otto lingue, senza l'ausilio di dispendiose audioguide.

Mobilità / Ac Boat Rental Utility APP – Bolgiani M. Cristina

Ac Boat Rental App permette ai clienti che stanno navigando a bordo delle imbarcazioni a noleggio dell'omonima azienda di ottenere informazioni circa ville, paesi, punti di interesse, pontili di attracco, ristoranti e bar. Il tutto attraverso il sistema di geolocalizzazione integrato agli smartphone. L'applicazione, inoltre, fornisce informazioni utili per ciò che concerne regole e comportamenti di navigazione.

Made in Lombardia / AEDO Digital Imagination

Aedo è un'impresa digitale che dà vita a nuovi scenari narrativi e visioni inedite del patrimonio culturale. Grazie a linguaggi e strumenti dell'espressione culturale contemporanea, Aedo crea nuove trame narrative, realizza percorsi multimediali, progetta esperienze multisensoriali, sviluppando pratiche innovative per il mondo della cultura e del turismo culturale e creando reti tra imprese creative e realtà turistiche per realizzare progetti tematici diffusi.

Feste di Natale, i bergamaschi non rinunciano al ristorante

I titolari dei locali sono ottimisti. «Cene aziendali e in compagnia sono in recupero, anche se il prezzo resta fondamentale per la scelta». «Per il pranzo del 25 premiati dai clienti che già ci conoscono»

Federalberghi all'attacco

dell'abusivismo: registro e tracciabilità fiscale



Il presidente di
Federalberghi,
Bernabò Bocca

Federalberghi va all'attacco delle forme di accoglienza "non imprenditoriali" non tassate. «Non c'è bisogno di introdurre nuove tasse, ma di far sì che tutti gli operatori paghino le tasse nella giusta misura e rispettino le regole poste a tutela dei consumatori, dei lavoratori, della sicurezza pubblica e del mercato». È questa la posizione del presidente Bernabò Bocca dopo la notizia dei giorni scorsi di un'eventuale tassa per chi affitta stanze o appartamenti su Airbnb o su altre piattaforme di home sharing.

La cosiddetta "norma AirBnb" proponeva dal primo gennaio 2017 una cedolare secca del 21% per il canone delle locazioni di breve periodo, compresi bed&breakfast e affittacamere. Non è stata però inserita nella legge di Stabilità, alimentando un acceso dibattito.

«Il dibattito che in questi giorni si sta sviluppando in merito alla cosiddetta "tassa Airbnb" – ha detto Bocca – rischia di distrarre l'attenzione dal bubbone che affligge il mercato turistico italiano, inquinato da centinaia di migliaia di alloggi che operano in completo spregio alla legislazione fiscale e alle altre norme che disciplinano lo svolgimento

delle attività ricettive, danneggiando tanto le imprese turistiche tradizionali quanto coloro che gestiscono in modo corretto le nuove forme di accoglienza. Basti considerare che, secondo le stime dell'ultimo Rapporto sul turismo, il numero effettivo delle presenze turistiche potrebbe essere di oltre un miliardo all'anno, quasi il triplo di quelle rilevate dall'Istat». La speranza del presidente di Federalberghi è «che si faccia strada la proposta di istituire presso l'Agenzia delle Entrate un registro di coloro che svolgono attività ricettiva in forma non imprenditoriale, prevedendo che i portali debbano comunicare al fisco gli estremi di ogni transazione al fine di assicurare che anche i furbetti dell'appartamentino paghino le imposte, applicando le stesse regole previste per i contribuenti onesti che adempiono al proprio dovere quotidianamente».