

Love, luci d'autore in piazza per Notte Romantica e passerella

Sabato 25 giugno l'evento promosso dal Club dei Borghi più belli d'Italia. **GUARDAL'ALLESTIMENTO**

Effetto passerella, gli alberghi sorridono ma il commercio non vola

Sulla sponda bergamasca non c'è il boom, ma è record di stranieri. Gli operatori concordi: «L'opera di Christo è un grande spot per il lago, lavoriamo per il futuro»

Code e disagi? Ecco qualche alternativa per raggiungere la passerella

Lo Iat di Love consiglia di prendere il battello da lì e BlaBlaCar di condividere il viaggio in auto e parcheggiare a Sarnico per un itinerario suggestivo. Anche perché giovedì e venerdì ci sarà lo sciopero dei treni

Turismo, San Pellegrino alla ribalta in Cina

Con Como e Sirmione parteciperà al T20, forum mondiale delle località turistiche unite dal filo conduttore dell'acqua

Turismo estivo, Bocca (Federalberghi): "C'è fiducia". Lombardia in testa per gli arrivi



“È ormai ai blocchi di partenza la stagione turistica estiva 2016, alla quale guardiamo con profonda fiducia, nonostante le incognite determinate sia dalle incerte condizioni meteorologiche registrate finora nel nostro Paese, sia dall'ormai imminente referendum sulla

Brexit che per il mese di giugno sta facendo segnare qualche rallentamento dai mercati europei, sia dalle tensioni internazionali dovute alla crisi economica ed agli attacchi terroristici”. È questo il commento del presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca, alle analisi realizzate dal Centro Studi della Federazione che mettono in luce

l'importanza che i grandi flussi del turismo estivo rivestono per l'economia nazionale e per la creazione di posti di lavoro. Nel periodo giugno-settembre gli esercizi ricettivi italiani (alberghiero ed extralberghiero) accolgono circa 54,9 milioni di persone, per un totale di 235,7 milioni di pernottamenti, che equivalgono al 50% degli arrivi annui ed al 61% delle notti dormite.

I turisti stranieri in Italia generano quasi il 51% degli arrivi estivi (27,9 milioni), quota di mercato che si è sensibilmente ampliata negli ultimi anni (era infatti al 46% nel 2010), mentre il numero degli italiani è rimasto pressoché stabile. La Germania è di gran lunga il nostro principale mercato con 6,2 milioni di arrivi e 34,7 milioni di presenze durante l'estate, seguita dagli Stati Uniti (2,4 milioni di arrivi e 5,9 milioni di presenze) e dalla Francia (quasi 2 milioni di arrivi e 6,8 di presenze). Le località preferite dai maggiori fruitori stranieri dell'Italia in estate sono il mare, i laghi e la montagna per i tedeschi, le terme e le città d'arte maggiori e minori per austriaci, francesi ed inglesi, le città d'arte maggiori e minori nonché le aree interne per gli statunitensi e le città d'affari/shopping ed il mare per i russi.

Per quanto riguarda i flussi interni sono gli accenti lombardi quelli che maggiormente si riconoscono nelle varie località turistiche. È infatti la Lombardia la regione che offre il maggior contributo all'economia delle vacanze estive con 6 milioni di arrivi, seguita dal Veneto con 2,5 milioni e dal Lazio con 2,4 milioni. Sul fronte occupazionale durante l'estate le imprese del turismo diventano una vera e propria 'fucina' dando lavoro a poco più di 1,1 milioni di dipendenti, con un picco nel mese di agosto pari a circa 1,12 milioni. Il comparto alberghiero è quello che risente maggiormente della stagionalità con un numero di dipendenti ad agosto pari a 316 mila unità che risulta più che doppio (+111%) rispetto per esempio al mese di novembre (quando gli occupati sono 150

mila). La regione con più lavoratori è la Lombardia con circa 171 mila dipendenti, seguita dall'Emilia Romagna (113 mila), dal Veneto (108 mila) e dal Lazio (104 mila). “In vista dell'approvazione del piano strategico nazionale sul turismo – conclude Bocca – ribadiamo l'esigenza di incentivare la riqualificazione dell'offerta, contrastare l'abusivismo, ridurre la pressione fiscale, investire sulla promozione, potenziare le infrastrutture di supporto alla mobilità, semplificare le procedure, riformare il modello di governance”.

Il commento / Una vetrina unica che sancisce la vocazione turistica del lago



Domani per il Sebino è il grande giorno, dopo anni di tavoli pubblici, intenti dichiarati, convegni, passi avanti, passi indietro, slogan che si tramandano da vent'anni, di amministrazione in amministrazione, al di là del colore, come un mantra che se lo ripeti magari poi si avvera. Che alcuni ci credevano, altri fingevano di farlo e molti non lo volevano proprio. Finalmente ci siamo: il Lago d'Iseo è ufficialmente una meta turistica. Parola di una che sul lago ci è cresciuta. La passerella di Christo è l'occasione inattesa che

potrebbe permettere all'economia sebina di fare il grande salto, di aprire nuove possibilità, di riscattare il minore dei laghi lombardi, quello ignorato e snobbato dagli stessi bergamaschi. Quanti ci hanno sempre creduto sono emozionati e pieni di speranza, gli altri sono usciti allo scoperto, menagrami da mesi con pronostici apocalittici e critiche, spesso pretestuose. Leggere tanti commenti negativi su facebook, e anche di stimati giornalisti, fa una grande tristezza e sì, questi sì, ti fanno dubitare che la scommessa del turismo sul Sebino sia finalmente a portata. I prossimi 16 giorni saranno una vetrina unica, assoluta, mondiale per il lago d'Iseo e per il sistema turistico bergamasco: sarà compito di tutti impegnarsi per garantire il successo dell'evento e fare in modo che questo appuntamento lasci i suoi frutti dopo il 3 luglio, quando la passerella verrà smontata e l'attenzione dei media mondiali verrà meno. Agli operatori e alla cittadinanza è richiesto un impegno importante: essere accoglienti e avere una visione a lungo termine, lontana dalle lusinghe ingannevoli del massimo profitto immediato. Saranno giorni di sacrifici e disagi (solo da domani potremo davvero sapere quanti), ma la contropartita sono posti di lavoro e speranze di occupazione per i giovani. Non è poco.

**“The Floating Piers”, da
Regione e Enti locali**

sborsati 3 milioni

Per il potenziamento dei trasporti pubblici, l'assistenza sanitaria, la sicurezza, la promozione. Chiesto un contributo di 900mila euro alla società che realizza l'evento

Turismo digitale, giornata di formazione rivolta agli operatori

Confcommercio Lombardia, Assintel e Fiavet Lombardia patrocinano "Digital Tourism Think Tank" l'evento innovativo dedicato agli operatori del settore turistico in programma il 20 giugno, dalle 9.30 alle 18.30, nella sede della Regione Lombardia, in Piazza Città di Lombardia, a Milano. Durante la giornata, verranno proposti momenti formativi di aggiornamento sulle risorse digitali, sarà possibile partecipare a incontri one-to-one, a tavole rotonde e a meeting informali. La partecipazione all'iniziativa è gratuita. Il TTT promuove, in sostanza, la formazione e l'aggiornamento nelle tecnologie digitali innovative per accrescere la qualità dell'offerta turistica. Il format è infatti concepito per favorire incontri relazionali e sinergie tra operatori della filiera, al fine di aumentare la visibilità e la promozione delle destinazioni turistiche e degli operatori della Lombardia. L'iniziativa è rivolta a tutti gli operatori della domanda e dell'offerta turistica lombarda.

Info sul programma: <http://www.tttourism.com/schedule/>

Né bianca né rosa, a Lovere la notte è Romantica

Il 25 giugno l'evento nazionale promosso dal Club I Borghi più belli d'Italia. Previsti illuminazione scenografica per piazza 13 Martiri e gli angoli più caratteristici, menù a tema, concerti e spettacoli

Turismo, «così prepariamo i nuovi professionisti. Ma a Bergamo manca un interlocutore unico»

Al Vittorio Emanuele, la sede più consistente della Bergamasca per l'indirizzo turistico, lo sforzo di creare profili rispondenti alle esigenze del territorio è attuato con un'ampia collaborazione con le imprese, le associazioni e gli enti di promozione. La preside: «Purtroppo non c'è un organismo che si interfacci direttamente con la scuola»