

# Turismo: nel 2023 ricavi su del 30%. Il ritorno dell'Italia

Assalto alla Bit. Lasciata alle spalle la pandemia. Preferite le mete locali e le crociere verso i fiordi

A mezzogiorno la fila per il guardaroba superava la mezz'ora buona. Se è dai dettagli che può misurarsi la riuscita di una manifestazione, la Bit 2023 ha superato l'esame. Giunta alla sua 43esima edizione, la Borsa italiana del turismo è un crocevia di immagini, suoni, affreschi. Persone, a fiumi, e personaggi, più d'uno. L'Allianz MiCo di Fieramilanocity si è trasformato in una sorta di Torre di Babele contemporanea, sede di un Expo del turismo a cui partecipano associazioni autoctone e espositori di 45 Paesi. Si va dal banchetto di «Bergamo - Brescia capitale della cultura 2023» a quello, per dire, del regno del Bhutan. Milano caput mundi.

Si stringono mani, ci si propone, ci si apparta sottobraccio per gettare le basi di futuri contratti. Il frastuono è assordante, e all'una del pomeriggio arriva anche la banda a

sparigliare l'acustica. Il padiglione tre, al piano terra, è dedicato in gran parte agli stand delle istituzioni locali: a loro il compito di guidare i visitatori lungo i sentieri del Made in Italy. Il campionario degli usi è variegato: al padiglione umbro si canta, le Marche agevolano bicchieri di bianco e ciauscoli: «D' altronde l'enogastronomia è la nostra forza — commentano —, nel 2022 gli arrivi sono saliti del 21%».

Nei cortili per i fumatori il folklore diventa commedia: «Mi scusi, ma l'India dov'è?» «In Asia, signora». «Ma certo, intendevo il padiglione». Per tutti è l'occasione irripetibile di mostrarsi al grande pubblico. Bardato con un mantello normanno, il bojanese Antonino Desiata dell'associazione «De Moulins» invita tutti a visitare il borgo di Civita Superiore, là dove «è stato inventato il nome del Molise».

Ovunque si respira l'entusiasmo di un settore che si è lasciato alle spalle la tragedia della pandemia: «I ricavi turistici del 2023 supereranno del 30% quelli dell'anno scorso», prevede Pier Ezhaya, presidente di Astoi Confindustria Viaggi. Dappertutto si contrattano pacchetti *all inclusive*, ci si informa sui costi di escursioni e immersioni. «Noi invece proponiamo itinerari a tema medievale in 22 destinazioni nel centro Italia — spiega Giulia Profagnani dell'agenzia viaggi Medieval Italy —. È la nostra seconda volta alla Bit: una giornata qui vale come un anno di attività pubblicitaria». In fondo le tendenze parlano di un *revival* del turismo di prossimità: «Una volta le vacanze in Italia erano considerate poco *cool*, ora sono tornate di moda», ricorda il presidente di Federterziario Enzo Carella.

Ma se lo Stivale va stretto si

può sempre migrare verso il padiglione quattro. Lì c'è davvero il mondo, ma il sovraffollamento non c'entra: è infatti al secondo piano che stazionano i grandi tour operator internazionali come Costa («Le crociere più richieste? Sui fiordi scandinavi») e i padiglioni dai cinque continenti. La taiwanese Eva Air propone per i più inossidabili un volo non stop da Milano a Taipei: 15 ore e rotte di tratta, e se non è record poco ci manca. Superata la sezione Caraibi e Maghreb — presi d'assalto i banchi di Marocco e Algeria — ci si imbatte nella destinazione che non ti aspetti: è la Sierra Leone, che pure è uno dei Paesi più poveri al mondo: «Eppure abbiamo visitatori da ogni dove — assicura il viceministro del Turismo William Robinson —, la nostra capitale Freetown ha un fascino da scoprire».

**Alessio Di Sauro**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## I temi

● La previsione degli operatori di Astoi Confindustria Viaggi è di una crescita del 30% per i ricavi turistici del 2023 rispetto allo scorso anno

● Secondo Federterziario sono tornate di moda le vacanze in Italia che negli anni scorsi erano meno considerate

# 45

## Paesi

Sono le nazioni rappresentate alla 43esima edizione della Borsa del Turismo organizzata nei padiglioni di Fieramilanocity al Portello

## L'offerta

Folla agli stand di Algeria e Marocco  
Sierra Leone: il nostro fascino da scoprire

