

Bit 2023: l'Italia delle Regioni. Le scelte dei territori per lanciare il turismo

Alla grande manifestazione milanese caccia ai buyer internazionali nel segno della vacanze sostenibili. L'ingresso della Bit al Portello Milano - Il secondo giorno di Borsa internazionale del turismo era solo per gli operatori del settore, ma ha confermato l'appeal della fiera e la posizione privilegiata dell'Italia nei confronti dei buyer italiani e stranieri che hanno assaporato fra tante proposte straniere, cultura, arte, cucina e bellezze paesaggistiche, promosse dalle singole regioni. Dalla Toscana all'Emilia Romagna fino alle Marche, le nuove tendenze parlano chiaro:



trasformazione digitale e sostenibilità rappresentano al momento le sfide più importanti. A questo proposito l'amministratore delegato di Enit (Agenzia nazionale del turismo) Ivana Jelinic e l'Amministratore delegato e direttore generale di Trenitalia, Luigi Corradi, hanno avviato un dialogo sullo sviluppo internazionale del turismo e il valore della sostenibilità in cui hanno commentato la nuova collaborazione, che ha l'obiettivo di favorire sostenibilità con mezzi di trasporto a basso impatto ambientale, con la possibilità di portare biciclette a bordo dei convogli. L'Italia delle regioni "Gli occhi dei passeggeri di tutto il mondo potranno avere assaggi della Penisola da visitare o da trattenere anche nel ritorno nel proprio Paese. Il viaggio in treno così diventa un patrimonio di memorie e racconti da condividere. Il percorso intrapreso con Trenitalia fortifica l'ospitalità di qualità italiana, rinnovando un posizionamento consolidato che acquista livelli sempre più alti", ha spiegato Ivana Jelinic. Tra le regioni più attive dal punto di vista comunicativo e promozionale proprio la Toscana che grazie al proprio bacino storico-artistico ha saputo sfruttare le nuove opportunità del digitale, offrendo delle esperienze immersive ai visitatori. "In questa edizione abbiamo presentato l'atlante del cicloturismo: vogliamo arrivare a censire 20mila chilometri di itinerari, tutti i 28 dipartimenti territoriali in cui si divide la Toscana", ha chiarito Leonardo Marras, assessore regionale al turismo. Non è passata inosservata nello stand delle Marche la visita del presidente Francesco Acquaroli - "Nel 2022 abbiamo registrato il record assoluto di presenze e di arrivi ma per il 2023 l'obiettivo è aprirci di più all'estero" -, la partecipazione del sottosegretario alla cultura Vittorio Sgarbi e testimonial del mondo dello sport come Gianmarco Tamberi. "Abbiamo deciso di allestire un piccolo museo delle eccellenze artistiche della nostra terra, esponendo addirittura un cimelio di Giacomo Leopardi. Abbiamo avuto l'idea di ospitare il firmamento stellato degli chef marchigiani, una vetrina per la tradizione e l'innovazione gastronomica", ha raccontato Marco Bruschini, direttore Atim. In Emilia Romagna la promozione delle eccellenze è stata affidata a Emanuele Burioni, direttore generale Atp servizi, che ha dato una svolta al settore abbinando il turismo a prodotti trasversali e lanciando nuovi progetti, Motor Valley, Food Valley, Wellness Valley e più recentemente Sport Valley, contribuendo ad aumentare la visibilità. Il ruolo degli aeroporti In questo contesto i luoghi di transito principali assumono un ruolo fondamentale per monitorare gli spostamenti e in Lombardia Sea Aeroporti Milano ha una visione privilegiata: "Nel 2022 abbiamo trasportato quasi 30 milioni di visitatori e vogliamo recuperare il traffico perso dal 2019. Le sfide per Malpensa sono quelle a lungo raggio: il Nord America si è rafforzato con l'introduzione di nuovi collegamenti, come Chicago, e l'attesa è per l'Asia con la riapertura verso la Cina", spiega Andrea Tucci, direttore aviation. © Riproduzione riservata