

Sorpresa: il turismo rialza la testa Segnali positivi dopo il lockdown

Fiera Milano vuole fare della Bit 2021, in programma dal 7 al 9 febbraio, il traino del definitivo rilancio

di **Paolo Galliani**
MILANO

L'enfasi è decisamente fuori luogo. Anno duro, anno spietato: rotte aeree ridottissime, viaggiatori internazionali col contagocce, limitazioni sanitarie che hanno scoraggiato le vacanze e un settore che ha pagato un conto salatissimo all'emergenza. Ma il turismo lombardo c'è, resiste, trova motivi per credere nella ripresa e pensa addirittura a nuovi investimenti. Lo conferma **Fiera Milano** annunciando una Borsa del Turismo 2021 (7-9 febbraio) iper-digitale e declinata al business e riprendendo un sondaggio realizzato da Explora, Destination Management Organization della Regione Lombardia (la regione più colpita dalla pandemia, quindi più rappresentativa delle difficoltà incontrate dal settore) tra albergatori, imprenditori e tour operator sparsi tra Garda e Ticino, fotografia aggiornata dell'umore di un comparto che aveva suonato campane a lutto durante il lockdown ma che ora sembra avere ritrovato motivi di ottimismo.

Un primo dato: solo il 19% degli intervistati ritiene compromessa la stagione autunnale (contro il 56% dell'estate scorsa) ed è ancora più ridotta la quota (17%) di chi guarda all'inverno come un traguardo denso di incognite. Il 58% degli operatori prevede anzi di tornare ad investire nella promozione. Un impegno economico che gli stessi operatori lombardi vorrebbero proiettare sul mercato interno ma anche all'estero, specie in Germania, Francia



Molte famiglie hanno riscoperto quest'estate le montagne lombarde (foto Mauro Mariotti)

97%

Gli italiani che hanno trascorso le vacanze estive nel Belpaese

o Svizzera. Puntando sui target considerati più interessanti: famiglie, millennial, gen X (39-54 anni); e sugli elementi attrattivi di maggiore tendenza: enogastronomia, bike tourism, turismo lento e all'aria aperta.

Di qui la decisione di **Fiera Milano** di fare della Bit il traino della ripresa del settore, abbandonando il mero carattere di "vetrina" della rassegna e sposando l'idea che la Borsa del Turismo possa essere un partner fundamenta-

58%

Gli operatori che prevedono di tornare a investire in promozioni

le per la filiera attraverso l'innovazione. Su tutto, la piattaforma digitale **Fiera Milano Platform**, per promuovere incontri fisici e digitali tra gli espositori, rafforzare i contenuti dei siti e dei social, ridisegnare i cataloghi e consentire – attraverso l'esperienza «phygital» – collegamenti tutto l'anno, anche in remoto, tra gli operatori. Come dire: una Bit in edizione speciale. Per dare futuro ad un presente che sembra inibirlo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA