

App e passeggini per i baby turisti

Obiettivo: incentivare le presenze delle famiglie Una mascotte a 4 zampe per scoprire la città

PAOLO BUZZONE

Il Comune di Bergamo punta sul turismo a portata di bambino. E su questo tema ha messo a punto una serie di iniziative che sono state illustrate ieri. Di fronte ad un'utenza che va sempre più segmentandosi, l'amministrazione comunale ha deciso di analizzare ogni singolo settore del turismo cittadino per verificare lo stato delle cose. La ricerca ha portato all'individuazione di una scarsa presenza di turisti appartenenti alle fasce della minore età, motivo che ha spinto a realizzare un'offerta specificatamente mirata ai giovanissimi e alle loro famiglie.

Bergamo Kids

«Bergamo Kids» è una vera e propria strategia comunicativa rivolta ai bambini. «Uno studio delle risorse presenti a Bergamo – spiega Roberta Garibaldi, delegata dal Comune per il coordinamento del progetto – ha fatto emergere una proposta turistica ricca, ma scarsamente conosciuta e difficilmente fruibile da parte dei più piccoli. Da qui l'esigen-



Roberta Garibaldi presenta l'app con il cane Zig Zag FOTO FRAU

za comunicativa e l'idea di realizzare strumenti appositi per rendere la città più accessibile. È nata così una mascotte, il cane di Arlecchino Zig Zag, e un'app dedicata ai bambini tra i 6 e i 10 anni».

App per i baby turisti

L'app permetterà ai più piccoli di scoprire la città di Bergamo

aiutando il cagnolino a ritrovare il suo padrone, divertendosi e interagendo con l'ambiente circostante, alla ricerca delle risposte a numerosi enigmi. Giorgia Conversi, dello studio editoriale Elastico, che ha realizzato l'app, spiega: «Abbiamo pensato di rendere i luoghi visitati dagli adulti interessanti anche per i più piccoli, l'obiettivo è quello

di permettere una visita della città che possa soddisfare e appassionare sia il genitore che il figlio». Della proposta «Bergamo Kids» fanno parte anche un libro-guida cartaceo e delle pagine web dedicate sul sito di Turismo Bergamo (www.turismo.bergamo.it).

Pacchetti differenziati

Un altro progetto è «Best Western Love Promise»: un'insieme di servizi pensati per soddisfare le specifiche esigenze dei clienti del settore alberghiero. «Abbiamo individuato tre settori d'intervento – spiega Sara Digiesi, direttore marketing della Best Western Italia –: chi alloggia in albergo per lavoro, le donne e i bambini. Per ogni settore è stato ideato un pacchetto di servizi mirati a rendere più confortevole e completa la permanenza nelle nostre strutture. Ad uno o più di questi pacchetti possono aderire i proprietari alberghieri del nostro gruppo, garantendo così nuovi standard di accoglienza».

Passeggini a noleggio

Altre iniziative completano il piano messo in campo dal Comune: l'allestimento di uno spazio per l'intrattenimento dei bambini presso l'Urban Center, il posizionamento di fasciatoi nei due bagni pubblici in Città Alta (Cittadella e via Mario Luppo) e un servizio di noleggio gratuito di passeggini con ruote grandi, adatte al pavé, offerte dall'azienda Brevi.

I progetti sono stati realizzati anche grazie alla collaborazione di Regione Lombardia, Camera di Commercio, associazioni di categoria e Turismo Bergamo. ■