

L'EVENTO. L'indagine condotta sotto l'egida dell'università di Bergamo ha ritoccato al rialzo le stime del gettito garantito al comprensorio dalla performance

Christo ha «fruttato» 404 mila euro all'ora

Giuseppe Zani

Da The Floating Piers un valore aggiunto di 283 milioni In 504 mila hanno scoperto per la prima volta il lago Ma a sorpresa il paesaggio ha stregato più del ponte

Nel gradimento dei visitatori il paesaggio del Sebino ha battuto «The floating piers», anche se è indiscutibile che uno abbia trainato l'altro e viceversa: su una scala da 1 a 10, il primo ha avuto un punteggio medio di 9,7 contro un 9,4 del secondo. Ecco perché tanti turisti sono tornati e stanno tornando sul lago: vogliono goderselo anche senza il ponte di Christo. È il dato più sorprendente emerso ieri a Iseo nel corso della presentazione a palazzo Vantini dei risultati di una ricerca condotta attraverso un questionario in 4 lingue sottoposto ai turisti nei 16 giorni della performance di Christo da due laureandi dell'Università di Bergamo, Emanuele Falcone, romano, e Viviana Trotti, residente ad Angolo Terme. La coppia di ricercatori, prima e dopo le interviste, ha operato sotto la supervisione di Andrea Macchiavelli, docente di Politiche del turismo. Strabilianti i dati sull'economia del comprensorio sebino tra il 18 giugno e il 3 luglio 2016: l'incasso delle imprese è stato stimato in 150 milioni, mentre il valore aggiunto, comprensivo delle spese non legate alla visita al ponte, in 283 milioni. SI TRATTA di proiezioni calcolate partendo da un campione di 471 intervistati e partendo dal presupposto che i visitatori siano stati - fonti ufficiali - 1,2 milioni. Il 95,8% del totale dei visitatori è giunto sul lago principalmente per il ponte. Le persone approdate per la prima volta sul Sebino sono state 504 mila, 359 mila stranieri e 145 mila italiani. In 280 mila hanno pernottato in zona. Calcolando pure chi era già stato sull'Iseo, il maggior numero di visitatori era residente in Lombardia (524 mila), all'estero (471 mila: in testa i tedeschi, davanti ad americani, svizzeri, olandesi e inglesi) e in altre regioni d'Italia (204mila). In totale hanno pernottato sul lago 350 mila persone: di queste 166 mila nelle strutture extra-alberghiere a pagamento, 142 mila negli hotel e 42 mila in case di parenti o amici. «L'OPZIONE DELL'HOTEL cresce con l'avanzare dell'età del campione - ha precisato Viviana Trotti-. La fascia "famigliare" usufruisce per lo più di b&b e appartamenti. L'ostello e il camping sono tipicamente giovanili». Una persona su quattro ha pranzato al ristorante (salgono al 40% gli stranieri), mentre il 57% dei visitatori ha acquistato cibo sul posto. La spesa pro capite giornaliera è stata stimata in 75,8 euro che sale a 142,2 euro per gli stranieri. «La spesa diretta giornaliera, nei 16 giorni del ponte, è stata in tutto di 91 milioni, cui si devono aggiungere i 59 milioni di chi si è fermato più giorni sul lago: il totale è di 150 milioni- ha sostenuto Emanuele Falcone-. Considerando il moltiplicatore nazionale di 1,89 euro, stimiamo un valore aggiunto complessivo attivato di 283 milioni». Quanto ai mezzi di trasporto utilizzati dai pernottanti sul lago, l'auto è stata la preferita (43,7%), seguita da aereo (40,6%, di cui il 38,5% da Orio al Serio), treno (13,2) e bus (2,5). Per tornare al gradimento dei turisti, gli stranieri, con un voto medio di 9,4, sono stati i più entusiasti, i giovani i «più critici»: 8,9. Voto 8 per l'organizzazione, 7,90 per i traghetti (il più alto tra i mezzi di trasporto), 7,7 per i servizi commerciali. Alla fine Andrea Macchiavelli ha confrontato la ricerca dell'Università di Bergamo con quella dell'agenzia Jfc di Faenza diffusa l'anno scorso. «Noi abbiamo calcolato che i visitatori che non erano stati prima sull'Iseo sono stati 504 mila, la Jfc 809mila: il livello di internazionalizzazione, secondo noi, è del 39,3%, secondo la Jfc del 71,7%: i nostri dati, più prudenti, mi sembrano più credibili. Quanto al fatturato giornaliero per noi è stato di 9,7 milioni, per Jfc di 4,2. L'incasso delle imprese per noi è di 150 milioni, per Jfc di 88. La diversità dipende dal fatto che noi abbiamo sondato la domanda, mentre la società emiliana l'offerta».

SEBINO E FRANCIACORTA

Rodengo

«Il drago invisibile» oggi è all'oratorio

Il film d'animazione «Il drago invisibile» viene proiettato oggi alle 15 nella sala cinema dell'oratorio Pavoni di Saiano. Iniziativa ad ingresso libero.



Ospiate

Pomeriggio teatrale «senza parole»

«Il paese senza parole» della compagnia Rosso teatro per la rassegna di Teatro telaio «Storie, storie, storie» oggi alle 16.30 nel teatro Agorà (3 euro).

Cazzago

«Du merli ciciarù» Oggi c'è la replica

«Du merli ciciarù» della compagnia teatrale Funtani de Giona di Paderno replica oggi pomeriggio alle 16 nel teatro Rizzini (3 euro).

Coccaglio, storia.

Per il Giorno del ricordo oggi alle 16.30 in auditorium incontro-spettacolo sul dramma degli esuli con musica di Natalya Chesnova e testi di Nicola Portonato.

Palazzolo, in dialetto.

Oggi al Cineteatro Aurora alle 16.30 va in scena la commedia dialettale «Separacc en casa» della compagnia «Sota 'l portec» di Cologne (5 euro).

Capriolo, per neomamme.

Entro domani è possibile iscriversi al laboratorio per neomamme in biblioteca che si terrà per quattro sabati (16-17.30) dal 18 febbraio (5 euro).



Via Lamarmora 7. Due ladri a volto coperto hanno cercato di rubare i monitor dei computer

Ladri in azione Scatta un piano per proteggere il municipio

Il Comune corre ai ripari dopo l'ennesimo episodio Stavolta la refurtiva è stata subito recuperata

Rovato

Daniele Piacentini

Prima le macchinette del caffè e i pochi spiccioli raccolti per il pagamento delle fotocopie. Adesso addirittura i monitor dei computer dell'ufficio tecnico, dal valore di poche decine di euro. Negli ultimi due mesi il municipio di Rovato è finito più volte nel mirino dei ladri.

Nell'ufficio tecnico. L'ultimo colpo, a metà di questa settimana: una coppia di malviventi, con il volto coperto da cappuccio e sciarpa, è penetrata nel cuore della notte dentro il palazzo, forzando una porta antipatico lungo vicolo delle Cantine. Obiettivo: l'ufficio tecnico, dal quale sono stati asportati una mezza dozzina di monitor video, in utilizzo ai funzionari. Bottino: un paio di centinaia di euro, non di più.

Il colpo, però, è stato interrotto a metà: una guardia giu-

rata, in servizio proprio per controllare il municipio di via Lamarmora 7, ha intercettato i due mentre camminavano nei vicoli del centro storico, trasportando dentro alcuni cartoni l'ingombrante refurtiva.

Alla fine i monitor sono stati abbandonati in strada e restituiti all'ente pubblico. I due ladri sono fuggiti a piedi, facendo perdere le proprie tracce prima dell'arrivo di una pattuglia dei carabinieri.

Altri colpi. Peggio era andata, a fine dicembre, ad altri due malviventi, autori in meno di una settimana di ben due colpi dentro la casa comune dei cittadini. Arrestati gli autori, un 20enne e un 25enne residenti a Rovato e nati nell'ex Jugoslavia. Il sindaco, Tiziano Belotti, annuncia ora che «alcune porte verranno allarmate, altre chiuse in maniera più sicura. Certo, il municipio conta ben undici ingressi, utilizzati a orari diversi ogni giorno. Impossibile pen-

sare a un unico antifurto allarmato: rischierebbe di suonare ogni dieci minuti. Ci troviamo di fronte a ladri disperati: in municipio da rubare non c'è proprio nulla».

Nelle case. Per il resto della cittadina, il Comune sta partecipando a un bando regionale per «coprire con telecamere tutti i varchi del paese. Ad oggi restano scoperti quelli da Brebemi e da Coccaglio. Arriveranno anche altre telecamere. Speriamo nel bando, altrimenti useremo risorse nostre. Proprio nei giorni scorsi, abbiamo acquistato un nuovo mezzo per la Polizia locale».

Sul tema interviene anche Luciana Buffoli, dell'opposizione di Rovato civica: «Sperando - racconta - i cittadini mi parlano dei furti che subiscono, molti non vengono denunciati. Cosa che invece va fatta, anche per agevolare le autorità e mappare il fenomeno».

«Ricordo però che - nonostante quasi 5 anni di sindacati leghisti -, i furti a Rovato continuano, né più né meno di prima. È colpa del sindaco attuale o di quelli precedenti - si chiede Luciana Buffoli -, come si sosteneva in campagna elettorale? No, purtroppo, a dimostrazione di come quelle promesse se le sia portate via il vento». //

San Rocco in festa per le nuove vetrate del battistero

Palazzolo

L'opera viene inaugurata oggi con la messa celebrata dal cardinal Re

Verrà inaugurato oggi con una solenne celebrazione il nuovo battistero della chiesa parrocchiale di San Paolo in San Rocco, a Palazzolo. Stamattina, dalle 10, verranno così



Nella parrocchiale. Le vetrate

presentate ai fedeli e benedette le nuove vetrate dello spazio dedicato al primo sacramento della vita di un cattolico. A quell'ora è prevista la messa presieduta dal cardinal Giovanni Battista Re e allietata dal coro parrocchiale. Al termine della liturgia si svolgerà la cerimonia di inaugurazione a cui seguirà il pranzo nell'adiacente oratorio di via Gavazzino.

Grazie a don Mondini. La vetrata del battistero non era mai stata completata per difficoltà economiche, superate negli ultimi anni dall'impegno del parroco don Giovanni Mondini, prossimo ai 75 anni, che lascia così alla comunità di San Rocco un dono realizzato grazie alla collaborazione di uno studio professionale di Pavia. //

LUCA BORDONI

Crepe: chiusa (per verifiche) la palestra delle scuole medie

Castegnato

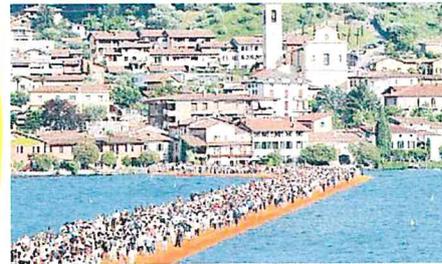
Chiusura (temporanea) per la palestra delle scuole medie di Castegnato. L'ingresso all'edificio è stato sbarrato venerdì per consentire le verifiche di stabilità della struttura. A preoccupare sarebbero le crepe apparse sui muri nei

pressi delle porte.

«Era già previsto un intervento sostanzioso di sistemazione dell'edificio durante l'estate - spiega il sindaco castegnatese Gianluca Cominassi -, ma un controllo di routine dell'assessore ai Lavori Pubblici Massimo Alessandria e degli esperti in materia ha messo in evidenza la necessità di una verifica più approfondita già in questi

giorni. Tra una settimana avremo un report dell'analisi e, a quel punto, si deciderà il da farsi». Il peggioramento delle fessure formatesi nei muri potrebbe rendere necessario un ripensamento del progetto di sistemazione previsto in estate. «Innanzitutto dobbiamo capire se servirà un primo intervento già adesso - prosegue -. In ogni caso una fetta più consistente del fondo da 215 mila euro che abbiamo messo a disposizione per la palestra andrà a finanziare i lavori utili a rendere più sicuro l'edificio». // GM

Da Floating Piers un «tesoretto» da 283 milioni



I numeri. A sette mesi dalla chiusura dell'opera continuano le analisi

Lago d'Iseo

La ricerca di due laureandi rivela anche che i turisti hanno gradito il contesto

Un «tesoretto» da 283 milioni di euro. Questo l'impatto economico che «The Floating Piers» avrebbe avuto sul lago d'Iseo secondo Emanuele Falcone e Viviana Trotti, laureandi del corso di Economia del

Turismo dell'Università degli Studi di Bergamo. I due studenti, coordinati dal prof. Andrea Macchiavelli, hanno svolto una ricerca statistica, proprio durante i sedici giorni in cui era visitabile l'opera di Christo, utilizzando con un metodo di indagine diretta. Hanno cioè realizzato e distribuito questionari in quattro lingue a 471 persone.

Il risultato della ricerca è stato presentato ieri mattina, a Iseo, alla presenza di amministratori pubblici, operatori del settore turistico e rappresen-

tanti del mondo accademico, che hanno avuto modo di valutare «a freddo» gli effetti dell'installazione, sette mesi dopo la sua chiusura.

L'obiettivo principale dello studio era proprio riuscire a stimare l'impatto economico e turistico di «The Floating Piers» sul lago d'Iseo. Quel che è emerso è una spesa diretta di circa 150 milioni di euro. Cifra ottenuta a partire dalla spesa media pro capite, quantificata in 75,8 euro al giorno, moltiplicata per i giorni di permanenza dei visitatori. Aggiungendo l'indotto si ottiene poi il guadagno finale, calcolato in 283 milioni.

A questa indagine prettamente economica, ne stata affiancata una sul «gradimento». Gli intervistati hanno fatto emergere un dato molto apprezzato dagli amministratori: il paesaggio ed il lago hanno riscosso un apprezzamento lievemente maggiore rispetto alla passerella di Christo.

Il primo ha segnato un punteggio di 9,7; il secondo il 9,4. L'organizzazione ha invece meritato un 8, il trasporto 7,4 ed i servizi commerciali 7,7. «Queste voci non possono che farci capire il valore del nostro territorio», ha sottolineato Paolo Pezzotti, sindaco di Sulzano, sorpresa anche per il numero di stranieri (il 39,30%).

Stati i visitatori 504 mila, pari al 42%, hanno visto per la prima volta quest'estate il lago d'Iseo e molti di essi sono già tornati e stanno già effettuando prenotazioni. // VE.MA.

THE FLOATING PIERS

STUDIO DELL'UNIVERSITÀ DI BERGAMO
DUE LAUREANDI DI ECONOMIA DEL TURISMO
HANNO TIRATO LE SOMME DELL'EVENTO
CHE HA ACCESSO I RIFLETTORI MONDIALI SU ISEO

La camminata sulle acque del lago? Un affare da 283 milioni di euro

L'impatto dell'opera di Christo sull'economia di Iseo e dintorni

di FRANCESCA UBERTI

-ISEO-

IN 16 GIORNI, 283 milioni di euro: questo l'impatto economico che «The Floating Piers» ha portato sul Lago d'Iseo. È quanto emerso dall'indagine svolta, in collaborazione con l'Agenzia territoriale Lago d'Iseo e Franciacorta, da Emanuele Falcone e Viviana Trotti, laureandi del corso di Economia del Turismo all'Università degli Studi di Bergamo, sotto la supervisione del professor Andrea Macchiavelli, presentata ieri a Iseo. Lo studio è stato realizzato attraverso un questionario sottoposto a 451 visitatori (62% donne, 39% stranieri) in modo casuale durante l'installazione. «L'obiettivo - spiega Macchiavelli - è stato quello di valutare l'impatto turistico ed economico dell'evento sul territorio». Tra i visitatori il 39,3% è arrivato dall'estero, al primo posto Germania seguita da Stati Uniti e Svizzera, Olanda e Gran Bretagna, il 43,7% dei visitatori è arrivato dalla Lombardia e il 17% da altre regioni italiane soprattutto Veneto, Piemonte ed Emilia Romagna. Dato molto significativo riguarda i 504mila (il 42% del totale) nuovi visitatori che per la prima volta si sono reca-



ti sul lago: di questi il 76,2% sono stranieri, 52,5% provenienti da altre regioni d'Italia e il 7,3% dalla Lombardia. Il paesaggio che ha fatto da sfondo all'installazione è stato promosso a pieni voti dai turisti con un punteggio medio di 9,7 (9,4 l'evento).

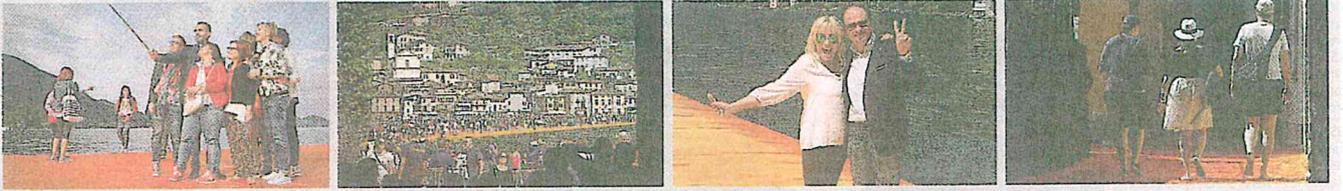
GLI STRANIERI si sono rivelati i più entusiasti mentre i giovani i più critici. Positivi anche i pareri espressi a favore dell'organizzazione (8) e dei servizi offerti: trasporto (7,4 con una preferenza

per il traghetto) e i servizi commerciali (7,7) i senior hanno mostrato maggior soddisfazione e anche qui i più critici sono risultati i giovani. Il 95,8% dei turisti si è recato sul Lago d'Iseo esclusivamente per «The Floating Piers» e almeno in 380mila hanno pernottato (354mila sul Lago di Iseo). Sono 142mila le persone che hanno soggiornato in hotel (40,8%) soprattutto gli over 60 e persone dall'estero, mentre 166mila nell'extralberghiero a pagamento (46,4%), soprattutto utilizzato da

persone dai 25 ai 40 anni e infine 42mila hanno soggiornato non a pagamento. Il mezzo di trasporto principale per raggiungere il lago è stato l'aereo per il 40,6%, di questi il 38,5% ha utilizzato l'aeroporto di Orio al Serio (soprattutto gli stranieri), a seguire il mezzo proprio (43,7%), il treno (13,2%) e il bus (2,5%).

MANIFESTAZIONE promossa anche in rete. Lo studio sull'online reputation, promosso da Comune di Iseo e Coopitur svolto dalla società spagnola Review Pro, ha mostrato il livello di soddisfazione dei turisti da gennaio a ottobre 2016, a partire dalle recensioni rilevate attraverso la rete. Il voto finale espresso dagli utenti è di 86 su 100. Nel periodo fra l'inizio di luglio e agosto c'è stato un picco di recensioni, dovute a «The Floating Piers» e alla sua coda. Si nota come all'aumentare del numero di recensioni si abbassi il gradimento della destinazione, arrivando a superare di poco l'84%. La categoria maggiormente votata positivamente riguarda il personale (97%) mentre la più negativa riguarda internet (46% voti negativi ottenuti) determinata dal posizionamento che la struttura ricettiva ha nei canali di ricerca e la connessione wifi.

Settimane di fuoco
Alcune foto LaPresse da The Floating Piers tra visitatori, vip (Antonella Clerici) e turisti



L'economia di Christo

L'evento

● Dal 18 giugno scorso e per due settimane, l'artista Christo ha aperto al pubblico «The Floating Piers» una passerella che ha congiunto Sulzano a Montisola e questa all'isola di San Paolo. L'opera è stata visitata da 1 milione e 200 mila persone. Forte il ritorno economico.

504

Le migliaia di persone arrivate sul Sebino per la prima volta

380

Le migliaia di visitatori che hanno pernottato sul lago

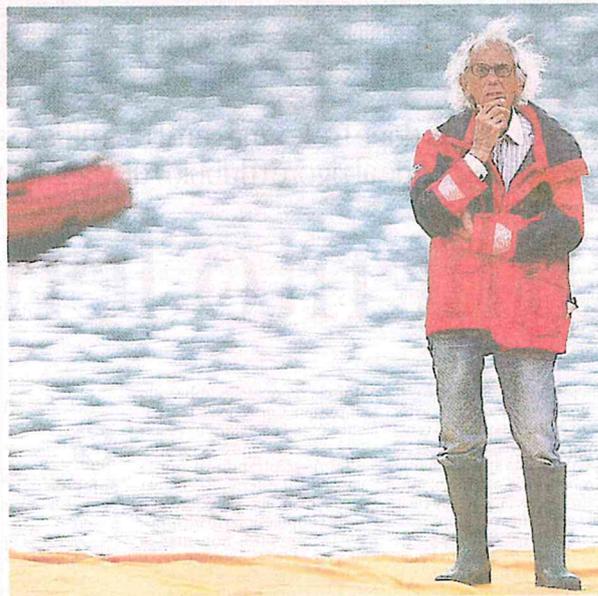
8

Il voto attribuito in un range da 1 a 10 alla loro visita dagli intervistati

«The Floating Piers» ha generato un indotto per 283 milioni di euro
Spesa media 75,8 euro al dì

The Floating Piers, portatore sano di economia. Mai come Christo nel giugno del 2016: per il lago d'Iseo la monumentale installazione artistica, che ha fatto camminare sulle acque 1 milione e 200 mila visitatori, è stato lo spot promozionale più riuscito della storia nel marketing locale. Cultura uguale a indotto economico? A volte il miracolo accade. Solo alle grandi esposizioni internazionali, alle capitali europee, alle collezioni private eccellenti (vedi il caso di Parigi con la collezione Schukin alla Fondazione Louis Vuitton: più di 600 mila visitatori in 10 settimane e proroga «obbligata» al 5 marzo) è toccato tanto. The Floating Piers è stato numericamente un trionfo. Che l'opera d'arte rappresenti anche un investimento economico è ormai appannaggio di pochi: case d'asta, collezionisti, mercanti, grandi musei. Ma Christo è riuscito a ridare all'arte un'occasione di rivincita su un terreno più «popolare». Non più mera fruizione estetica per intenditori, ma un vero e proprio effetto-domino sotto il profilo economico. Merito dunque di un artista? In effetti, no. Perché se Christo ha portato con sé dagli Stati Uniti un nome che è ormai un brand e

una visione artistica improntata su talento, immaginazione e creatività, al successo di The Floating Piers ha concorso la risposta immediata di un territorio pronto ad accogliere tutto questo. Il Lago d'Iseo ha giocato da protagonista. Poteva essere colonizzato dal grande conquistatore e invece gli è stato accanto come un partner strategico, mettendoci paesaggio, organizzazione logistica, offerta turistica e accoglienza. Ma anche una grande capacità gestionale che i Comuni coinvolti hanno dimostrato di sapere mettere in campo. Sommati insieme, questi fattori hanno fatto centro: l'impatto economico



L'artista Christo pochi giorni prima dell'apertura della passerella sul Lago d'Iseo (LaPresse/Spada)

complessivo legato all'opera è stato pari a 283 milioni di euro. È il dato che emerge dall'indagine condotta da Emanuele Falcone e Viviana Trotti, laureandi del Corso di Economia del Turismo dell'Università degli Studi di Bergamo, coordinati dal Prof. Andrea Macchiavelli, e presentata ieri al Comune di Iseo. A un campione di 457 persone è stato sottoposto un questionario in quattro lingue con 18 domande, relative a provenienza, pernottamento, spesa giornaliera, gradimento. Con le dovute proporzioni, è stato calcolato che sul totale dei visitatori, per 504 mila persone (pari al 42%) si trattava della prima volta sul lago d'Iseo. La meta è piaciuta: promosso a pieni voti, con il punteggio medio di 9,4, il paesaggio lacustre. Gli stranieri (39% sulle presenze totali) si sono rivelati i più entusiasti. Da Germania, Stati Uniti, Svizzera, Olanda e Gran Bretagna, hanno volato su Orio al Serio - vero centro nevralgico dei trasporti per l'opera - e, una volta raggiunte le coste del Sebino, hanno fruito di tutti i servizi ricettivi: trasporti, ristoranti, alberghi, b&b, camping etc. Spesa media pro-capite al giorno? 75,8 euro. 380 mila i visitatori che hanno pernottato sul Lago, scegliendo fra le strutture ricettive a disposizione. Indice di gradimento da 1 a 10? Voto 8. I senior (45-60 anni) hanno mostrato maggiore soddisfazione, più critici i giovani. Ma avranno tempo: con gli anni si diventa sentimentali, alla movida di Ibiza e Formentera si predilige la poesia di certi luoghi.

Eletta Flocchini
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il commento

Venchiarrutti: ora dobbiamo mantenere il trend



Insieme Venchiarrutti (sin.) e Christo

Destinazione Lago d'Iseo. Lo studio sull'«online reputation» del Sebino, promosso dal Comune di Iseo e Cooptur e svolto dalla società spagnola Review Pro sul livello di soddisfazione dei turisti manifestato in rete, dà forza all'impegno degli amministratori locali: 86 su 100 il voto finale espresso dagli utenti. Riccardo Venchiarrutti, sindaco di Iseo, pensa al futuro: «Siamo riusciti a portare sul

Lago un turismo nuovo: molti stranieri e, in generale, una fascia d'età adulta hanno premiato il lavoro delle amministrazioni locali. Grande driver di questo flusso è stato l'aeroporto di Orio. Christo ha fatto il miracolo: 283 milioni di euro è un impatto straordinario. Noi cercheremo di portare avanti il trend turistico lavorando sulle riconferme». (el.fto.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Milano

Municipi: [1](#) [2](#) [3](#) [4](#) [5](#) [6](#) [7](#) [8](#) [9](#) [AREA METROPOLITANA](#) [REGIONE](#)

Cerca nel sito

ME

Quanto vale The Floating Piers? "Sul lago di Iseo ha portato 283 milioni di euro"



Indagine sul campo tra i visitatori dell'Università di Bergamo: sulla passerella galleggiante di Christo milioni di turisti in due settimane. Voto all'evento: 8,6



12 feb

L'impatto economico sulla zona del Lago di Iseo di The Floating Piers? 283 milioni di euro, tra spesa diretta per la visita e indotto, soggiorno turistico di una o più giornate in Lombardia. A distanza di mesi si torna a parlare dell'installazione che, nell'agosto del 2017, ha portato nel piccolo comune di Sulzano, in provincia di Brescia, 1,2 milioni di visitatori in due settimane. Di questi, oltre 500mila arrivi per la prima volta in quella zona, e per la maggior parte ci arrivava dall'estero.

DOCUMENTI:

- [L'IMPATTO ECONOMICO](#)
- [LA REPUTAZIONE ONLINE](#)

L'indagine economica è di Emanuele Falcone e Viviana Trotti, due laureandi del corso di Economia del turismo dell'Università di Bergamo, coordinati dal professor Andrea Macchiavelli, che hanno sottoposto un questionario in 4 lingue ai visitatori della passerella galleggiante dell'artista Christo, chiedendo risposte sulle modalità della loro visita, sulla provenienza geografica, sulla sistemazione, sui mezzi di trasporto utilizzati. Ma anche su come hanno saputo dell'evento: il 33% l'ha scoperto dai social network, o comunque in Rete.

La durata media del soggiorno dei turisti richiamati da The Floating Piers è stata di 3,2 giorni: la scelta principale l'hotel, ma i più giovani hanno dormito anche in ostelli e bed&breakfast. Il 40% dei turisti arrivati da fuori Lombardia l'ha fatto in aereo, tanto che il vicino aeroporto di Orio al Serio ha registrato un superlavoro in quelle due settimane. La spesa media a testa è stata di 75,8 euro.

Lago d'Iseo, una domenica in coda: in 40mila per camminare sull'acqua con Christo

[Slideshow](#)

1 di 19

L'indagine si incrocia con uno studio sulla reputazione online della zona del lago commissionata dal Comune di Iseo, analizzando di soddisfazione dei turisti a partire dalle recensioni sul web: il punteggio finale, media di tutte le voci considerate, è di 86 su 100.

Mi piace Pliace a 130 mila persone. [Iscriviti](#) per vedere cosa piace ai tuoi amici.

GUARDA ANCHE

DA

Le parole di Berdini sulla Raggi, l'audio dell'intervista

Sanremo 2017, Comello osa la cover di Mina: elogi e critiche alle 'Mille Bolle Blu'

Roma, Raggi: 'Polizza Romeo? Scoperto oggi, sono sconvolta'

ULTIM'ORA LOMBARDIA [Le altre](#)

Milano, 13:18

[VIA VITTANI, REITERATI
MALTRATTAMENTI E VIOLENZA SU
MOGLIE: ARRESTATO 58ENNE](#)

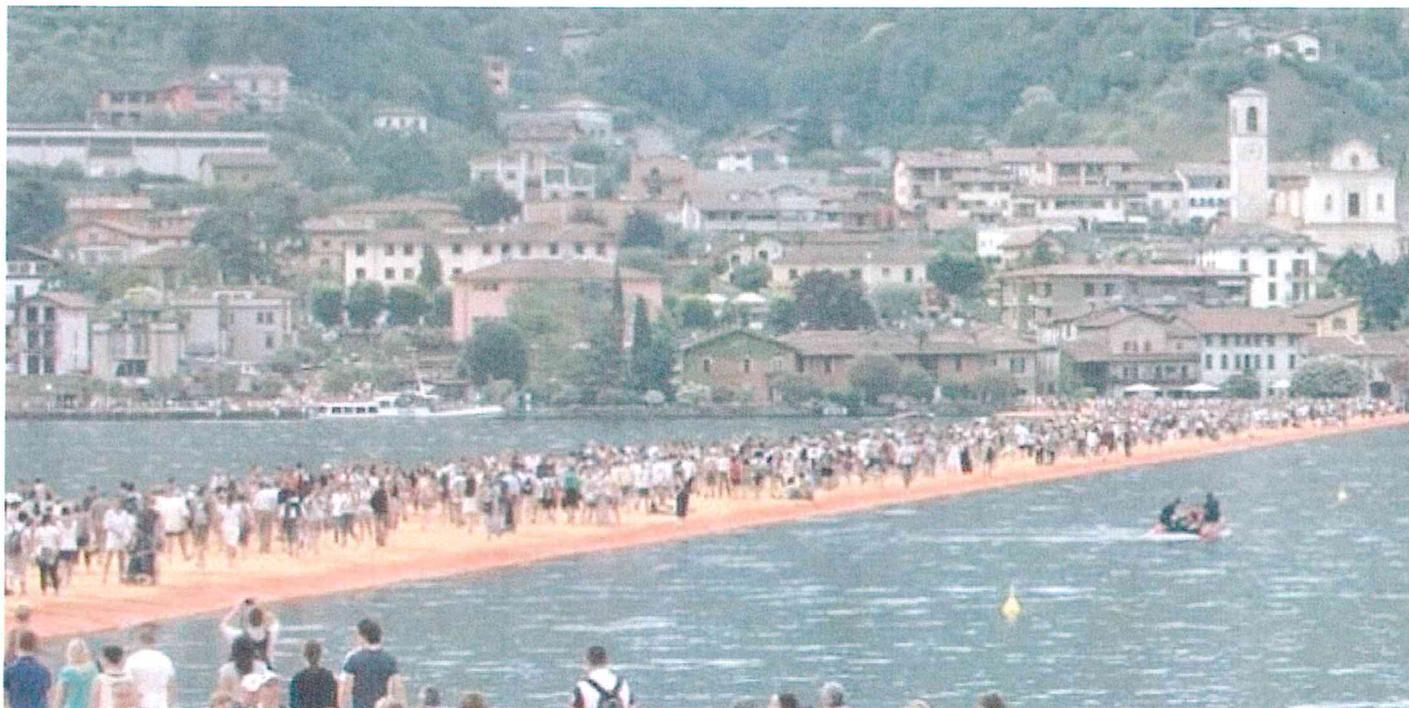
Milano, 12:48

[GIORNO RICORDO AL PIRELLONE
OMAGGIO A VITTIME FOIBE](#)

• • • • •

Floating Piers? "Impatto da 283 milioni di euro"

Feb 11, 2017



Floating Piers, indotto di oltre 200 milioni di euro

(red.) L'impatto economico di "The Floating Piers" è stato di 283 milioni di euro. È questo il dato che emerge dall'indagine condotta da Emanuele Falcone e Viviana Trotti, laureandi del Corso di Economia del Turismo dell'Università degli Studi di Bergamo, coordinati dal professor Andrea Macchiavelli, presentata questa mattina a Iseo, alla presenza di amministratori pubblici, operatori del settore tutistico, rappresentanti del mondo accademico, tecnici e giornalisti.

504 mila, pari al 42%, i nuovi visitatori che hanno visto per la prima volta il lago d'Iseo. Promosso a pieni voti dai turisti, con il punteggio medio di 9,4 il paesaggio che ha fatto da sfondo all'installazione. Gli stranieri i più entusiasti. Positivi anche i pareri espressi a favore dell'organizzazione (8) e dei servizi offerti: trasporto (7,4 con una preferenza per il traghetto) e i servizi commerciali (7,7). I senior hanno mostrato maggiore soddisfazione, più critici i giovani. Determinante il ruolo dell'aeroporto di Orio al Serio: il 38,5% sul 40,6% dei pernottanti sul lago (per la quasi totalità stranieri) ha utilizzato l'hub di Bergamo.

Durante la mattinata è stato inoltre presentato lo studio sull'online reputation promosso da Comune di Iseo e Cooptur svolto dalla società spagnola Review Pro che ha mostrato il livello di soddisfazione dei turisti a partire dai commenti e dalle recensioni rilevati attraverso la rete. 86 su 100 il voto finale espresso dagli utenti.

Comments

0 comments

L'ECO DI BERGAMO



Sabato 11 febbraio 2017 (10)

«Floating piers», per il lago 283 milioni Decisivo il ruolo dell'aeroporto di Orio

Un impatto economico monumentale, proprio come la passerella di Christo. The Floating Piers ha portato sul lago d'Iseo 283 milioni di euro.

Il dato emerge dall'indagine condotta da Emanuele Falcone e Viviana Trotti, laureandi del Corso di Economia del Turismo dell'Università degli Studi di Bergamo, coordinati dal prof. Andrea Macchiavelli, presentata sabato mattina a Iseo, alla presenza di amministratori pubblici, operatori del settore turistico, rappresentanti del mondo accademico, tecnici e giornalisti. **Significativo il dato dei turisti che per la prima volta hanno visitato il lago d'Iseo: 504 mila, pari al 42% del totale.** Determinante il ruolo dell'aeroporto di Orio al Serio: il 38,5% sul 40,6% dei pernottanti sul lago (per la quasi totalità stranieri) ha utilizzato lo scalo di Bergamo. Promosso a pieni voti dai turisti, con il punteggio medio di 9,4, il paesaggio che ha fatto da sfondo all'installazione. Gli stranieri i più entusiasti.

Positivi anche i pareri espressi a favore dell'organizzazione (8) e dei servizi offerti, dal trasporto (7,4 con una preferenza per il traghetto) ai servizi commerciali (7,7). I senior hanno mostrato maggiore soddisfazione, più critici invece i giovani.

Provincia

PROVINCIA@ECO.BG.IT
www.ecodibergamo.it/cronaca/section/

Estate record sul lago:
16 giorni di magia e pienone

Sono trascorsi sette mesi da quando Christo s'è portato via la passerella dal lago d'Iseo: dal 18 giugno al 3 luglio 2016 aveva affollato il Sebino.



Floating piers, affare da 283 milioni

La ricerca dell'Università. È l'impatto economico sul territorio dell'opera d'arte sul Sebino, indotto compreso. Sono oltre 350 mila le persone che hanno pernottato sul lago. Il ruolo di Orio: il 40% è passato dallo scalo orobico

SEBINO

The floating piers: il calendario segna sette mesi. Sono trascorsi sette mesi da quando Christo ha spaccettato l'opera d'arte più visitata in Italia nel 2016, portandosi via (oltre che la passerella e il suo inconfondibile tessuto giallo dalia) anche le migliaia di turisti che, dal 18 giugno al 3 luglio 2016, hanno affollato il Sebino. Ed ecco che, a bocce ferme, l'Università di Bergamo ha provato a rispondere all'interrogativo numero uno che, da allora, aleggia sulle due sponde dell'Iseo.

Qual è stato il vero impatto turistico (ed economico) di The floating piers? A rispondere, oggi, ci sono i dati raccolti e messi nero su bianco in due tesi di laurea da Emanuele Falcone e Viviana Trotti. Due studenti dell'ateneo orobico che, con la supervisione di Andrea Macchiavelli (docente di Economia del Turismo dell'Unibg) e con la collaborazione dell'Agenzia territoriale per il turismo del lago d'Iseo, si sono messi agli approdi dei traghetti, ai treni, alle navette oltre che sull'opera d'arte per intervistare direttamente i visitatori (il campione ne conta 471) e acquisire informazioni precise sulla loro esperienza sul Sebino.

Ecco, dunque, cosa ne è uscito. Il dato che più fa notizia è, senza dubbio, l'impatto economico. Si parla di 150 milioni di

euro spesi complessivamente sul territorio dai visitatori. Per cosa? Per la spesa «diretta» ovvero alloggio, pasti, trasporti, merchandising e così via. E se si considera anche l'indotto? Ovvero: e se includiamo anche le spese indirette (esempio: quanto hanno guadagnato i fornitori che hanno lavorato per gli alberghi durante The floating piers? Se un turista si è fermato da un meccanico, quanto ha guadagnato l'artigiano)?

Indotto compreso

In questo caso la cifra ottenuta usando un moltiplicatore nazionale schizza a 283 milioni di euro di «valore aggiunto». Ancora più in dettaglio: secondo la ricerca (presentata ieri mattina a Iseo, alla presenza del proretore dell'Università di Bergamo Fulvio Adobati) la spesa media pro capite è stata pari a 75,80 euro, con gli stranieri che hanno «sborato» circa 142,20 e quelli italiani 52,70 euro.

«Sono dati a cui siamo arrivati ponendo domande estrema-

Il paesaggio del Sebino la vera star: ha preso un voto più alto dell'opera di Christo

mente chiare ai turisti - spiega il professor Macchiavelli -: «Quanto avete speso oggi?». L'indagine, come ogni ricerca statistica nel campo del turismo, si basa infatti sull'analisi della domanda, ovvero i visitatori, e non dell'offerta, cioè le strutture ricettive o i ristoranti. Ecco perché possiamo affermare che questo studio ha un buon livello di attendibilità».

L'indagine ha fatto luce anche sui pernottamenti: sono state 354.000 le persone che hanno dormito sul lago (media del soggiorno 3,2 giorni), scegliendo nel 40,8% dei casi gli alberghi e dato estremamente interessante - nel 46,4% l'ospitalità extra alberghiera. Campeggi, b&b, case vacanze sono stati, dunque, gli alloggi più scelti dai fan di Christo. Ma dei visitatori di The floating piers, quanti sono sbarcati sul Sebino per la prima volta in assoluto? Secondo la ricerca targata Unibg, 504.000. Di cui 359.000 stranieri e 145.000 italiani. E si va oltre: come ci sono arrivati sul lago? Se il mezzo proprio la fa da padrone (43,7%), sul secondo gradino del podio c'è l'aereo (40,6%) con un primato assoluto di Orio al Serio che, da solo, ha visto passare il 38,5% (su 40,6%) dei pernottanti sul Sebino. Un dato che riempie d'orgoglio il Sebino intero viene invece dall'analisi del gradimento. Ai turisti è stato chiesto di attribuire un voto a cinque voci: The floating piers, paesaggio lacustre, trasporto, organizzazione e servizi commerciali. Ebbene: se il trasporto - specialmente



Il professor Macchiavelli con i due laureandi che hanno condotto la ricerca: dietro di loro, la passerella

re un voto a cinque voci: The floating piers, paesaggio lacustre, trasporto, organizzazione e servizi commerciali. Ebbene: se il trasporto - specialmente

quello ferroviario - è stato il capitolo meno apprezzato (7,4), ad aver stregato i turisti, ancor più dell'opera d'arte (9,4), è stato il paesaggio del Sebino. Il voto più

alto in assoluto, infatti, va a lui: 9,7. E questo, da solo, basta a mettere d'accordo e far sorridere l'intero lago.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Recensioni al top e il gradimento schizza all'86%

In Rete

L'indagine di Review Pro sulla reputazione online del lago: fra le categorie più apprezzate, il personale

Dove una volta arrivava il passaparola, oggi arriva la Rete. In particolare, tutti quei siti (da Booking a TripAdvisor passando per Facebook) che permettono di esprimere e condividere un giudizio su qualsiasi attività (alberghi, ristoranti, perfino musei e altre attrazioni) un turista abbia compiuto o visitato in giro per il mondo. E proprio per pianificare interventi mirati sulla ricettività e sull'accoglienza, l'Agenzia territoriale per il turismo del lago d'Iseo ha commissionato a Review Pro (azienda spagnola esperta nel raccogliere dati in ambito turistico) un'indagine sulla online reputation del lago d'Iseo. L'obiettivo era proprio quello di capire come se la passano i 16 comuni del Sebino quanto a reputazione virtuale e quali sono i capitoli da dover «aggiustare».

Ad essere presi in considerazione sono i giudizi lasciati dagli utenti in merito ad alberghi, ristoranti, realtà culturali e iniziative turistiche. Ebbene, il primo dato emerso è che dal 1° gennaio al 30 novembre 2016 sono state pubblicate

circa 9.200 recensioni (+30% sullo stesso periodo del 2015) sul territorio del lago d'Iseo, di cui 5.781 su Booking e 2.073 su TripAdvisor. Di che tenore? Verrebbe da dire egregio, visto che il giudizio complessivo (in termini tecnici) è il Global Review Index, una sorta di indice di gradimento) è pari all'86%. Fra le categorie più apprezzate e commentate positivamente, figura il personale de-



Panorama del lago d'Iseo: buoni i giudizi in rete sulle strutture ricettive

dito all'accoglienza soprattutto nelle strutture alberghiere, seguite dalla loro ubicazione (i vari comuni del lago). A comparire invece fra i commenti negativi c'è, al primo posto, la tecnologia con la disponibilità del wi-fi non sempre garantita e, in altri casi, le camere di alcuni alberghi, considerate «datate».

Il voto più alto è stato ottenuto dalle recensioni arrivate

via Facebook (92,9%), mentre il più basso da Hotels.com (81,5%). Dal canale Booking, principale veicolo di giudizi sul lago d'Iseo, la media delle recensioni si attesta su un punteggio finale dell'85,3%.

Infine, sul totale dei commenti registrati sulla Rete fra gennaio e novembre 2016, è risultato un 83,9% di menzioni positive contro un 16,1% di quelle negative.

Borghi più belli Lovere vince la copertina della guida

Il riconoscimento

Una veduta aerea; la torre civica; l'interno della basilica di Santa Maria in Valvendra; un bel piatto di casoncelli. Sono le quattro immagini loveresi con cui la cittadina dell'alto Sebino si è conquistata la copertina dell'edizione 2017 della guida «I Borghi più belli d'Italia» riconosciuti dall'Ani.

La pubblicazione, stampata in 50.000 copie e distribuita su tutto il territorio nazionale, accompagna il visitatore alla scoperta dei 271 borghi. «Siamo inoltre stati nominati - spiega il sindaco Giovanni Guizzetti - coordinatori dei venti borghi più belli di Lombardia: dall'8 al 10 settembre organizzeremo il primo Festival nazionale dei borghi lacustri e fluviali».

G. Ar.