

L'INCHIESTA Ripartono fiere ed eventi e con loro anche gli ospiti del capoluogo e della provincia: i datidi **Federica Fenaroli**

La riscoperta delle destinazioni vicine, lo stop alle limitazioni - comprese quelle per i turisti che vengono dall'estero - e la ripresa di eventi e fiere: sono diversi i fattori che giocano a favore della ripartenza del settore turistico, tanto a livello regionale quanto a livello provinciale e cittadino. Lo confermano i dati che si possono analizzare su Polis Lombardia, il portale online che consente di scattare una fotografia sullo stato di salute di uno dei comparti più colpiti dalla pandemia di Covid-19.

Dati alla mano, nel territorio del comune di Monza nel corso del 2021 si sono registrate 218.992 presenze (quello delle presenze è il dato che indica il numero delle notti trascorse dai clienti, italiani e stranieri, negli esercizi ricettivi) e 76.649 arrivi (valore che si riferisce al numero complessivo di clienti, italiani e stranieri, ospitati negli esercizi ricettivi nel periodo considerato). In particolare, sono state 165.234 le presenze di cittadini italiani e, invece, 53.758 quelle di cittadini stranieri: un dato, quest'ultimo, che ha necessariamente risentito delle limitazioni ancora in vigore lo scorso anno per contenere la diffusione del virus e delle sue varianti.

Sono state invece quasi tre (2,85 per la precisione) le notti, in media, di permanenza in città nelle 113 strutture censite - dodici le strutture alberghiere e le rimanenti definite extra alberghiere, per una capienza totale di 2.195 posti letto. Allargando lo sguardo a livello provinciale e tenendo sempre in considerazione il 2021 come anno di riferimento, in Brianza si sono contate 961.655 presen-



Il turismo rialza la testa: presenze in crescita, ma il pre Covid è lontano

I numeri dello scorso anno indicano il ritorno di italiani e stranieri negli alberghi

Sopra indicazioni turistiche a Monza installate ormai diversi anni fa, che segnalano percorsi tematici e differenti ai turisti
Foto Radaelli

ze e 327.604 arrivi, anche in questo caso in grande maggioranza di connazionali. E se, a livello regionale, a incassare il maggior numero di preferenze sono state la provincia di Milano, seguita da quelle di Brescia e di Sondrio (per via dell'attrattiva generata dalla città metropolitana, dal lago e dalle montagne), Monza e Brianza si incontrano, comunque, a metà classifica, davanti a Lecco, Lo-



LA CAMPAGNA Il progetto della Camera di commercio

Visit Monza Brianza con Daniela Ferolla

Fino al 19 luglio 250 biciclette del bike sharing del capoluogo lombardo saranno brandizzate "Visit Monza e Brianza": un'iniziativa ideata per invitare milanesi e turisti, cittadini e visitatori a raggiungere la città di Teodolinda per un gita fuori porta. Ed è proprio "Monza. Tutti i fuori porta che vuoi, poco fuori da Milano" il claim scelto per la nuova campagna a brand YesMilano, promossa dalla Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi. "Visit Monza e Brianza" ha preso il via nei giorni scorsi e per l'occasione Daniela Fe-

A destra la conduttrice tv e volto del programma Rai "Linea Verde" Daniela Ferolla, testimonial della campagna turistica per Monza e sopra una delle biciclette brandizzate

rolla, conduttrice tv e volto del programma Rai "Linea Verde", ha trascorso una giornata in Brianza: è successo durante i giorni del MiMo, il Milano Monza Motor Show, con l'obiettivo di far conoscere le tante proposte active, outdoor e green della provincia. «Il tour della influencer - spiegano dalla Camera di commercio - è iniziato con una serie di esperienze sportive ad alta velocità presso l'autodromo ed è proseguito all'interno del parco con una bicicletta alla scoperta di piante secolari e di ville, di casine e di mulini storici, oltre che della Villa reale e dei suoi giardini. Presenti nel corso della giornata le telecamere di La7, che hanno ripreso la visita di Ferolla: il servizio dedicato al territorio brianzolo sarà

di, Cremona, Pavia e Mantova. A livello provinciale, invece, a farla da padrona è stata proprio Monza, il che - prendendo in considerazione nuovi indicatori, sempre relativi al 2021 - permette di scattare ulteriori istantanee.

Come quelle relative alla provenienza dei flussi turistici: sono stati, senza sorprese, per lo più altri lombardi a scegliere di fare tappa a Monza, subito seguiti dai vicini piemontesi e veneti. In quarta e in quinta posizione laziali e campani. All'aumentare della distanza di provenienza, è aumentato anche il numero di notti trascorse in città che, dalle nemmeno due dei corregionali, sono passate alle oltre quattro dei partenopei. Settembre, per via del Gran premio di Formula 1, e il resto dell'autunno (ottobre e novembre) sono stati i mesi prediletti dai visitatori (9.046, 8.613 e 7.441 gli arrivi rispettivamente registrati).

Meno allentante l'inizio dell'anno, con i soli 4.214 arrivi del mese di gennaio. I mesi autunnali, subito seguiti da quelli primaverili, sono stati i preferiti dei turisti che hanno scelto di visitare il capoluogo della Brianza del 2019: per quanto sia netta la risalita registrata nel 2021 rispetto all'horribilis 2020, i dati pre pandemia avevano tutt'altro spessore: in quei dodici mesi si sono infatti contate 256.038 presenze per 125.388 arrivi, con una buona percentuale di stranieri, che hanno preso alloggio nelle 105 strutture registrate all'epoca. Lombardia, Lazio e Campania le regioni di maggior provenienza dei flussi.

Anche a livello provinciale si erano registrate performance migliori, con 620.499 arrivi e 1.102.796 presenze. ■

trasmesso il prossimo 2 luglio, durante la puntata del format "Like". Fino al 17 luglio la campagna sarà supportata anche da un comunicazione social sul profilo instagram @YesMilano e sul sito yesmilano.it/monza. «Ci avviciniamo a un traguardo storico, il centenario dell'autodromo, e agli appuntamenti dei prossimi mesi con una nuova campagna di promozione del territorio per valorizzare il volto green, sportivo, outdoor e culturale di Monza e della Brianza»: lo dichiara il vice presidente della Camera di commercio Carlo Edoardo Valli, precisando che con «queste iniziative intendiamo attrarre cittadini e turisti di prossimità nello scegliere Monza e la Brianza per le esperienze e le emozioni che qui è possibile vivere». ■