



Lo stand. Lo spazio espositivo della Regione Lombardia alla Fiera del turismo 2016



L'assessore. Mauro Parolini

#inLombardia365

La promozione turistica si affida ai social network

Il progetto della Regione coinvolgerà Brescia, Garda, Valcamonica, Iseo e Franciacorta

Alla Bit

Alessandro Carini
dall'inviato

MILANO. Non ce ne vogliano i benemeriti accademici della Crusca, ma il profluvio di parole inglesi che il lettore troverà in quest'articolo è assolutamente necessario. Perché la promozione turistica 2.0 passa inevitabilmente da quegli strumenti di comunicazione che vanno sotto il nome di social network. Ed è un passaggio quanto mai urgente, per-

ché la conquista di nuovi mercati e nuovi clienti, ossigeno per la nostra economia turistica, non può essere condotta brandendo le armi tradizionali.

Blog e Instagram. Il percorso è in atto da tempo, una visita alla Bit 2016 non fa che avvalorarlo. In un mondo sempre più connesso la fiera del turismo inevitabilmente perde spazi ed espositori nei padiglioni. E in quegli stessi stand, accanto a brochure e pubblicazioni varie, insieme ai contatti diretti tra gli operatori provenienti da oltre 100 Paesi, l'approccio social si fa sempre più

avanti. Anche gli enti pubblici ne sono consapevoli, chi più chi meno.

La Regione Lombardia, in particolare, si lancia nell'agone con un progetto specifico, chiamato #inLombardia365, che farà scoprire le bellezze del territorio a blogger di viaggio, testimonial, ambasciatori, instagrammer per un anno intero. In dieci diverse tappe (due nel Bresciano, una tra città e Garda, l'altra tra Iseo, Franciacorta e Valcamonica) questi «influencer» raccoglieranno e movimenteranno informazioni ed immagini relative alla Lombardia, per poi diffonderle attraverso i loro canali ad un pubblico più vasto, a livello internazionale.

«Figlio» di Expo. «Il progetto - spiega l'assessore regionale allo Sviluppo economico, Mauro Parolini - mira ad andare a

trovare i turisti a casa loro. Per farlo servono fantasia, buona conoscenza dei meccanismi del web e la volontà di integrare un'offerta che sinora è stata troppo dispersa e frammentata. Raccogliendo alcuni degli spunti emersi dagli incontri del Tourism Act organizzato a soli 19 giorni dalla conclusione di Expo, abbiamo messo in campo, insieme alla società Explora, questa iniziativa. Abbiamo individuato le reti più importanti di blogger e influencer, abbiamo coinvolto il territorio ed ora faremo in modo, peraltro con un impiego limitato di risorse, che questi "ospiti" possano fare un'approfondita conoscenza del nostro territorio, che ha risorse magnifiche in parte non valorizzate, per poi raccontarlo attraverso i loro canali».

Le community. A presentare il progetto ieri alla Bit c'erano il coordinatore degli influencer, Keith Jenkins (ceo di i-ambassador), e quello degli instagrammer, Orazio Spoto, che pone l'accento su un altro punto di forza dell'iniziativa: «L'intento è di far capire nel mondo che la Lombardia non è solo Milano, ma tante altre città e località. Per farle conoscere uno strumento come Instagram (che pure non è l'unico) è preziosissimo. Prevediamo la partecipazione di instagrammer provenienti un po' da tutto il mondo, ma anche il coinvolgimento di tante community locali, che sul territorio hanno come missione la scoperta e la documentazione fotografica degli aspetti più belli, quelli più noti e quelli meno noti, a portata sia di visitatore sia di abitante». //

L'assessore Mauro Parolini: «Trovare i turisti a casa loro, con fantasia e con offerte integrate»

Cultura del caffè: Trismoka e scuola binomio vincente

Formazione

La torrefazione di Paratico con le scuole alberghiere per il campionato baristi



Arte. Baristi e artisti: ogni tazzina può essere una creazione originale

■ Trismoka e mondo della scuola. Un binomio che, da dieci anni, si rafforza nel segno della formazione dei giovani e della diffusione della cultura del caffè.

Anche quest'anno infatti la torrefazione di Paratico guidata dal patron Paolo Uberti ha rinnovato il proprio impegno al fianco delle scuole del settore alberghiero e della ristorazione con attività di diverso ti-

po che si snodano da ottobre fino a maggio e che non comportano nessun costo per gli istituti.

Gli obiettivi sono quelli di avvicinare e sensibilizzare gli studenti rispetto al mondo del caffè e alla figura del barista e accompagnare i ragazzi verso il mondo del lavoro attraverso un percorso pratico e formativo. Non solo. Le competizioni sono in questo caso utilizzate come strumento di crescita sia personale che professionale aderendo ad un programma formativo riconosciuto a livello internazionale.

A fare da cornice alle iniziative è il centro di formazione interno dell'azienda nella prima fase e poi il centro fiera del Garda di Montichiari dove si svolgono le fasi finali del Campionato italiano barista caffetteria: nello specifico la prima parte prevede la presentazione del progetto ai docenti referenti per ogni istituto; in seguito questi insegnanti individuano un gruppo di ragazzi per ogni scuola che vengono inseriti nel progetto del campionato.

Tutti i ragazzi partecipano poi all'allenamento in vista delle selezioni di Trismoka e i cinque studenti più meritevoli potranno sfidare il campione in carica, Daniele Ricci, nelle finali in programma ad Alimento dal 27 al 29 febbraio. //

In mostra alla Pieve di Urago volti e attimi di Liliana Rossini

La mostra

■ Inaugura domani pomeriggio alle 17, nella Pieve di Urago Mella, la personale della pittrice bresciana Liliana Rossini, curata dalla storica dell'arte Adriana Conconi Fedrigolli. Dopo due settimane di esposizione a Bergamo, le tele dell'artista arrivano in città, dove saranno esposte fino al 28 febbraio con ingresso gratuito (Orario: 16-19.30 nei giorni feriali; 10-12 nei festivi). La pittura espressionista di Liliana Rossini è contraddistinta da una materia pastosa e da una cromia accesa, con cui indaga la psiche, sua e dei personaggi che

ritrae. Accanto ad alcuni dipinti di animali, appartenenti a un ciclo pittorico precedente, in mostra sono presenti soggetti dal tema religioso, oltre a ritratti di personaggi celebri. I soggetti sono meditati con estrema attenzione, dopo un puntuale studio della loro storia individuale, per meglio riuscire a introiettarsi nell'analisi psicologica. I visi, volutamente deformati e carichi di materia e colore, celano enigmi e lacerazioni. Chiude l'esposizione la serie degli «Attimi», raffigurazioni quasi del tutto astratte di istanti, ricordi e pensieri, fermati immediatamente sulla tela. È la materia cromatica stesa a grandi campiture la vera protagonista di queste tele. // F.R.



Il prodotto che desideri. Anche a rate.

Finanziamento in 10 mesi.

Tan 0% - Taeg 0% su tutti i prodotti Apple.

Promozione valida fino dal 1 al 29 febbraio 2016.

Via F.lli Ugoni, 34/F - Skyline (Freccia Rossa) | Brescia
030 336 7279 | www.personal-system.com

Personal System



Premium Reseller