



Ttg Rimini, Cna Lombardia: Turismo esperienziale valorizza patrimonio regionale

Si è conclusa con successo la partecipazione di CNA Turismo e Commercio Lombardia al TTG Travel Experience 2025, dove l'associazione ha presentato il progetto "Gusta e vivi l'autenticità di un territorio che unisce: la Lombardia", un'iniziativa dedicata al turismo esperienziale e al ruolo delle imprese artigiane nella valorizzazione dei territori. Il turismo lombardo, sempre più protagonista nel panorama nazionale e internazionale, ha confermato anche quest'anno la propria capacità di attrarre visitatori attraverso un'offerta autentica, sostenibile e profondamente legata al territorio. "La Lombardia è una regione che unisce: tradizione e innovazione, imprese e comunità locali, territori diversi ma legati da un'unica visione di accoglienza e qualità - ha dichiarato Andrea Gaudenzi, Presidente di CNA Turismo e Commercio Lombardia -. Ringraziamo tutte le imprese che hanno creduto in questo progetto e che, con passione e impegno, raccontano ogni giorno l'autenticità del nostro territorio." I dati confermano il trend positivo: nel 2024 la Lombardia ha registrato 21 milioni di arrivi e oltre 53 milioni di presenze, con una quota di turisti stranieri pari al 67% e una permanenza media di 2,3 notti. Nei primi cinque mesi del 2025 la crescita è proseguita, con un incremento del 6% delle presenze e una quota di visitatori stranieri salita al 75%. "Questi numeri dimostrano la forza attrattiva della nostra regione - ha osservato Gaudenzi - ma anche la necessità di consolidare i risultati raggiunti, continuando a valorizzare l'autenticità e offrendo esperienze sempre più qualificate e su misura". Le prospettive per il 2026 si preannunciano ancora più promettenti grazie alle Olimpiadi Milano-Cortina, che vedranno la Lombardia coprotagonista insieme al Veneto e che porteranno sul territorio oltre due milioni di turisti tra i giochi olimpici e paraolimpici. In questo contesto, il turismo esperienziale si conferma come la nuova frontiera della scoperta e della valorizzazione del territorio. Le ricerche più recenti - come il Rapporto sul Turismo Enogastronomico curato dalla professoressa Garibaldi - mostrano infatti che il 62,3% dei turisti italiani desidera degustare prodotti e vini locali, il 38,4% vuole vivere i paesaggi agricoli e il 26% cerca un contatto diretto con produttori e abitanti. "Il turista non vuole più limitarsi a visitare un luogo, ma desidera viverlo in prima persona - ha spiegato Gaudenzi - Vuole incontrare le persone, ascoltare le storie e toccare con mano quel saper fare che rende la Lombardia unica". "Nel quadro di incertezza geopolitica e geoeconomica la sinergia crescente tra turismo e artigianato deve costituire uno dei pilastri della crescita, consolidando qualità e marketing delle nostre produzioni locali - ha evidenziato Giovanni Bozzini, Presidente di CNA Lombardia -. Chiediamo alle istituzioni, specialmente a Regione, di agire in modo sistemico sull'attrattività del territorio." Nel corso dell'evento al TTG, è stato presentato in anteprima il video realizzato in collaborazione con la foodblogger Federica Bottini, un racconto visivo delle esperienze autentiche offerte da oltre venti imprese lombarde, girato direttamente nei luoghi che custodiscono le eccellenze artigiane ed enogastronomiche del territorio. Il progetto, coordinato da Silvia Bocchetti, responsabile regionale del Raggruppamento, ha messo in luce la forza del lavoro sinergico tra imprese, artigiani e operatori turistici, uniti dall'obiettivo comune di valorizzare la Lombardia attraverso la qualità delle esperienze offerte. "Regione Lombardia ha accolto con grande apprezzamento questo progetto, che valorizza il turismo esperienziale e l'eccellenza manifatturiera lombarda - ha dichiarato Barbara Mazzali, Assessore al Turismo, Marketing Territoriale e Moda -. Il docu-film è un racconto emozionale del Made in Lombardia: storie di passione, creatività e qualità che rendono unico il nostro territorio." Dal laboratorio dell'Amaro Rubino - nato ai piedi delle Alpi varesine e premiato con la Medaglia d'Oro agli USA Spirits Ratings 2023 - al

Birrificio Riverva di Capriano del Colle, incoronato “miglior birrificio d’Italia” nel 2024, fino al Centro Nautico Lario Turati di Argegno, simbolo di competenza e tradizione nautica sul Lago di Como: ogni tappa è un tassello del mosaico lombardo fatto di ingegno, gusto e bellezza. “Questo viaggio mette in luce la grande qualità imprenditoriale e artigianale lombarda, fatta di aziende capaci di innovare senza rinunciare alle radici, di un tessuto produttivo che unisce saper fare, visione e coraggio – ha proseguito Mazzali -. È la prova concreta di come l’artigianato sia ancora oggi un motore vivo della nostra economia e della nostra identità. Regione Lombardia continuerà a sostenere iniziative come questa, capaci di unire innovazione, tradizione e qualità, anche con misure regionali come Artigiani 4.0 - conclude -. Progetti che raccontano il nostro Lombardia Style, un’identità costruita sul saper fare, sulla bellezza e sulla capacità di trasformare la creatività in valore turistico e culturale.” “Abbiamo voluto raccontare la Lombardia attraverso le storie vere dei suoi protagonisti: le imprese, gli artigiani, le persone che ogni giorno accolgono i visitatori e li accompagnano in esperienze autentiche - ha spiegato Andrea Gaudenzi -. In Lombardia si possono vivere esperienze enogastronomiche direttamente presso le cantine, i birrifici, i liquorifici e i ristoranti con i produttori che in prima persona raccontano i loro prodotti e il saper fare. Si possono vivere esperienze a stretto contatto con il territorio attraverso esperienze di cicloturismo e di trasporto turistico lacustre alla scoperta di piccoli borghi e luoghi autentici.” Durante la fiera, CNA Turismo e Commercio Lombardia ha organizzato numerosi incontri B2B con buyer internazionali, con l’obiettivo di promuovere i pacchetti esperienziali dei territori lombardi e le imprese associate che rappresentano l’eccellenza della regione. “Abbiamo voluto offrire un’occasione concreta di incontro tra le nostre imprese e i mercati esteri - aggiunge Gaudenzi - perché crediamo che promuovere la Lombardia significhi valorizzare non solo i luoghi, ma anche la qualità e la professionalità di chi ogni giorno li vive e li racconta”. Uno dei pilastri sostenuti negli anni da CNA Turismo e Commercio è il legame tra turismo e artigianato. Gli artigiani e le piccole imprese locali sono infatti i veri protagonisti del turismo esperienziale, poiché offrono esperienze immersive che uniscono tradizione, cultura e comunità. “Le mani degli artigiani sono la chiave dell’autenticità - ha ricordato Gaudenzi -. Attraverso il loro lavoro, i visitatori scoprono l’anima del territorio: sono loro a rendere ogni esperienza unica, sostenibile e profondamente umana”. Nel corso della manifestazione, CNA ha anche richiamato l’attenzione su alcune criticità che continuano a pesare sul settore, in particolare burocrazia, carenza di personale e scarsità di risorse economiche. “Le imprese turistiche hanno bisogno di procedure più semplici, di tempi rapidi e di un interlocutore unico - ha evidenziato Gaudenzi -. Solo così potremo trasformare la burocrazia da ostacolo a opportunità di sviluppo”. Sul fronte della formazione, il presidente ha ricordato il protocollo siglato da CNA con il Ministro Valditara, volto a rafforzare il legame tra scuola e mondo del lavoro nel settore artigiano, con l’obiettivo di trasmettere ai giovani la cultura dell’impresa e del saper fare. “Dobbiamo tornare a diffondere la cultura del lavoro e dell’impresa, per garantire continuità e futuro al nostro Made in Italy”, ha sottolineato. Infine, CNA Turismo e Commercio Lombardia ha ribadito la necessità di un maggiore impegno da parte delle istituzioni regionali: “Il turismo non può essere considerato un settore di secondo piano - ha concluso Gaudenzi -. Servono più risorse per sostenere chi fa impresa, crea valore e custodisce la bellezza del territorio lombardo”.