

**UNA CITTA' FUORI DALL'ANONIMATO CON HARVARD SUPER ALLEATA**

**Il rilancio del turismo I punti deboli nella ricerca «Smarter Citizens»: Bergamo informa poco**

**Una città fuori dall'anonimato Con Harvard super alleata**

**Ateneo e Graduate school of design, accordo rinnovato Tra le proposte Servirebbero postazioni digitali gratuite per conoscere al meglio la città, che troppo spesso è solo un luogo di passaggio**

**Turisti in Città Alta**

Ancora una volta l'Università di Bergamo e la Graduate School of Design di Harvard accorciano le distanze. Dopo un anno di collaborazione (sperimentale), hanno deciso di confermare l'accordo che prevede anche l'ambizioso progetto di città del futuro, «Bergamo 2.(035)», che a sua volta include una serie di programmi di ricerca - con ingegneri, urbanisti, sociologi, geografi e information technology - tra i quali c'è «Smart(er) Citizens», realizzato con il contributo della Fondazione Italcementi. Il metodo di studio consiste nell'analizzare le problematiche del territorio e poi trovare strategie per risolverle.

Un'analisi fatta nel primo anno di «Smart(er) Citizens» riguarda il turismo. I ricercatori hanno analizzato le carte vincenti e gli aspetti da perfezionare. È emerso che Bergamo è una città d'arte e di cultura, inserita in un contesto territoriale che offre diverse opportunità di svago (per la vicinanza a laghi e montagne) e una rinomata cultura enogastronomica. Lo studio fa però emergere anche punti deboli: ad esempio, la promozione degli eventi e delle potenzialità del territorio non è sempre efficace. Visitatori e cittadini fanno spesso fatica a trovare informazioni utili sulla città. L'ostacolo più grande da abbattere consiste poi nel superare l'utilizzo di Bergamo soltanto come «città snodo»: chi arriva qui, spesso lo fa soltanto per raggiungere altre città del Nord Italia.

I ricercatori hanno così ideato tre possibili proposte per un turismo «smart» a Bergamo. La prima consiste nella realizzazione di un sito web, dove far incontrare (in modo immediato, senza filtri) turisti e operatori. Il visitatore scrive sul web quali sono le sue necessità e il portale le rielabora, fornendogli poi indirizzi personalizzati e spunti per organizzare il soggiorno. La seconda idea riguarda i chioschi digitali interattivi: secondo i ricercatori di Bergamo e dell'Harvard University, se questi chioschi fossero dislocati in aeroporto e nei punti strategici della città, il turismo potrebbe fare passi in avanti. Così i visitatori potrebbero trovare, in tempo reale, tutte le informazioni e le offerte turistiche di cui hanno bisogno quando arrivano in città. Un'altra proposta riguarda la realizzazione di una app per smartphone, con le indicazioni turistiche aggiornate. Sono idee che potrebbero tradursi in progetti concreti tra i due atenei e i soggetti locali, a partire da Comune e Provincia.

«Bisogna pensare al destino di un territorio con una visione globale - dice il rettore dell'Università di Bergamo Stefano Paleari -. Costruire una smart city non significa fare un cambiamento tecnologico, ma culturale. E la base da cui partire dev'essere l'attrattività di un posto. C'è una ragione per la quale una persona deve venire a Bergamo? Se la risposta è no la città è destinata a rimanere anonima, una città no name, senza nome. Per creare una smart city servono elementi che attirano: l'aeroporto di Orio al Serio, ad esempio, è un componente catalitico, così come l'università. Non importa la grandezza di una città, ma le strategie che si mettono in campo».

Alla base del progetto, anche l'idea di coinvolgere i cittadini, in modo che possano migliorare il territorio in base alle necessità. «La collaborazione con Harvard - dice Carlo Pesenti, consigliere delegato di Italcementi - sarà preziosa per contribuire a progettare luoghi fisici e sociali adeguati a raccogliere le sfide del futuro, sia dal punto di vista delle tecnologie che dei cambiamenti socioculturali. La prospettiva è una crescita sostenibile, in armonia con il territorio che ci accoglie».