Visit Brussels registra +20% di italiani nella capitale del Belgio e dell'Europa

Sede del Parlamento Europeo **Bruxelles** potrebbe avere la fama di una città di burocrati ma non è così e lo sanno bene gli italiani che da gennaio a novembre 2017 hanno realizzato 228.168 pernottamenti rispetto all'anno precedente con un aumento del 20%. Un dato che potrebbe aumentare ulteriormente da quando Matteo Salvini ha smesso di fare l'assenteista in Europa.
Migliora anche l'equilibrio tra business e leisure nella composizione delle motivazioni del viaggio: il 48% dei turisti arriva a Bruxelles per trascorrere un soggiorno di piacere, weekend o city break, il 37% per partecipare a meeting, riunioni e appuntamenti "d'affari" in genere, mentre il restante 15% visita la città per altre ragioni.
Frequentata assiduamente da politici e giornalisti, è da sempre una delle destinazioni turistiche più amate del Vecchio Continente: tra le icone per eccellenza, impossibile non citare la leggendaria Grand Place, il Manneken-Pis e il Museo Magritte che, con 250 opere, rappresenta la collezione più importante dedicata al celebre Maestro del surrealismo.
Dallo scorso settembre, con l'apertura dell'ufficio italiano di Visit Brussels, ente dedicato alla promozione turistica di Bruxelles, la città è di nuovo impegnata in prima linea nello sviluppo di un'offerta diversificata verso il nostro Paese, che fa dell'esperienza il suo punto di forza.
"L'andamento nei primi mesi del 2018 – spiega **Ursula Jone Gandini**, Responsabile Italia Ufficio del Turismo di Bruxelles – è positivo e conferma il trend di crescita iniziato lo scorso anno. Ci sono tuttavia ancora degli ampi margini di incremento: Bruxelles è una città cosmopolita, frizzante, multiculturale ed è molto amata dagli Italiani. Con l'apertura della sede milanese di Visit Brussels, operativa da settembre 2017, puntiamo a sviluppare una strategia di promozione mirata".
Sulla base degli indicatori relativi ai flussi turistici 2017, l'Italia rappresenta l'8° mercato per Bruxelles, con il 3,8% dei pernottamenti totali. Un turismo di qualità: la media di pernottamenti per soggiorno degli Italiani è più alta rispetto al dato generale: 2,03 contro 1,86.
"Uno dei segmenti su cui stiamo lavorando maggiormente – prosegue Gandini – è quello delle famiglie, con tante proposte collaterali per vivere Bruxelles in chiave esperienziale, incontrando anche il favore dei bambini: in primo luogo il cioccolato, con workshop e laboratori per imparare a prepararlo, in secondo luogo i fumetti, con il celebre Museo e il 60° anniversario dei Puffi che festeggeremo in

autunno. Daremo anche molto spazio agli amanti dell’arte, dell’architettura urbana, del design. All’ordine del giorno abbiamo poi il potenziamento di tutto il segmento LGBT che ci sta dando importanti soddisfazioni”.

Confermato infine l’impegno sul fronte del turismo congressuale, che fa parte del DNA di Bruxelles: in questo caso, la nuova sfida sarà la creazione di proposte in ottica tipicamente “bleisure”, volta cioè al superamento della dicotomia tra turismo d’affari e di piacere. “Vorremmo ad esempio intercettare – conclude Gandini – i famigliari di chi viaggia per lavoro o allungare la durata dei soggiorni con proposte ludico/culturali al termine degli impegni professionali”.