

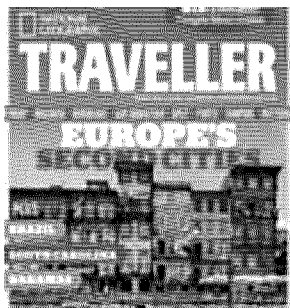
E il National Geographic: «Città al top tra le seconde»

Dopo il *Guardian* e la *Cnn* (turca) arriva un'altra corona d'alloro sulla riscoperta vocazione turistica di Bologna. Stavolta è il *National Geographic Traveller*, la rivista di viaggi pubblicata in Inghilterra dalla storica istituzione scientifica americana, a benedire la città delle Due Torri tra le dieci migliori «seconde città d'Europa». Quelle, per intenderci, che magari non finiscono ancora nei programmi di viaggio dei tour operator internazionali, ma che *National Geographic* considera «gli astri nascenti del Vecchio Continente». Porto, Rotterdam, Tampere, ma anche Bologna, dunque, finita sulla copertina dell'ultimo numero della rivista grazie all'insolita classifica delle migliori seconde. «Nonostante sia spesso trascurata dai turisti, Bologna è una città che ingigantisce e mescola tutti i migliori clichés italiani»,

del lavoro che stiamo portando avanti per rilanciare la reputazione della città a livello internazionale. Bologna è una città che piace al mondo per la sua autenticità, la sua vita culturale e per la magia che regala ai visitatori del mondo». E forse anche per le novità che sta preparando come Fico, il parco del cibo che Eatly realizzerà al Caab. A cui ieri ha dedicato un articolo anche il *Wall Street Journal*, affascinato dall'idea della «Disneyland del cibo» da realizzare attraverso il fondo immobiliare affidato alla milanese Prelios che dopo gli 85 milioni di euro già raccolti dagli investitori «spera di arrivare a 400 milioni di euro», riferisce il *WSJ*.

F. Ro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Consigliata Il numero di marzo

scrive il *National Geographic Traveller*. Certo, non ci sono «attrazioni strabilianti da "spuntare" come il Colosseo o il Canal Grande», riconosce la rivista di viaggi, ma qui «ogni edificio rinforzato in legno, ogni chiesa antica e ogni strada, ombreggiata dai famosi portici, è protagonista». Per l'assessore al Turismo di Palazzo d'Accursio, Matteo Lepore, si tratta del «frutto

