La Camera di Commercio scalda i motori per una stagione all'insegna del turismo di prossimità sul Lario

Calendario unico degli eventi per il lago di Como e Lecco

Didingovere e synappare le denvien



Giuseppe Rasella, componente della Camera di Commercio di Como e Lecco con delega al turismo

GRAVEDONA (qcf) Como e Lecco si alleano per mettere a punto un calendario eventi di qualità per conquistare il turismo di prossimità. Il comparto a livello nazionale è strategico, vale il 13% del Pil e il 15% degli occupati. Nelle province di Como e Lecco il settore cresce ininterrottamente da oltre dieci anni e oggi vale 4,2 milioni di presenze, un volume d'affari di un miliardo di euro con un'occupazione di oltre 20.000 addetti oltre a un indotto significativo che opera nei B&B, case vacanza, Airbnb... Se a livello nazionale le presenze straniere si equivalgono con quelle italiane da noi le presenze internazionali sono molto, molto più forti: a Como rappresentano il 76% e a Lecco il 63% Un dato che purtroppo quest'anno verrà azzerato. Nonostante ciò Giuseppe Rasella, componente della Camera di Commercio di Como e Lecco con delega al turismo, non si da per vinto. Anzi. Dall'esperienza di albergatore e in virtù dell'incarico camerale ha costituito una task force per conquistare il turismo di prossimità e gettare le basi per tornare ad attrarre il turismo internazionale.

«Il 2020 sarà un anno molto difficile per tutti gli operatori - esordisce l'albergatore comasco - Le nostre due province generano un volu-

me d'affari di oltre un miliardo, ma quest'anno il fatturato si ridurrà tra il 60% e l'80% Gli stranieri non arriveranno o ne arriveranno pochi. Francia e Germania hanno chiuso le frontiere, la Gran Bretagna è ancora nel pieno dell'emergenza sanitaria e gli USA non stanno meglio. Tutti gli albergatori hanno già ricevuto le disdette per i mesi maggio e giugno, oltre che per i precedenti mesi di marzo e aprile, probabilmente a luglio e ad agosto ci sarà una ripresa graduale grazie al turismo di prossimità, poi speriamo di incrementare progressivamente il lavoro a settembre e ottobre».

Un vero peccato visto che turismo, soprattutto sulle due sponde del lago, stava andando a gonfie vele e che negli ultimi dieci anni era letteralmente esploso. Di chi è stato il merito?

«È stato un lavoro di squadra, non casuale e il merito è di tutti: il traino di Expo 2015, i timori legati al terrorismo in Francia e nel nord Africa, l'effetto George Clooney, il richiamo del presidente Barak Obama, e pure l'ottimo lavoro svolto negli ultimi anni dalle istituzioni a partire dalla Camera di Commercio (plurale erano separate "dalle Camere di Commercio"). Tutto il mondo parla del no-

stro lago e di questo ne beneficiano pure le località montane e collinari, compresa la Brianza».

Quali azioni sta mettendo in campo la Camera di Commercio per difendere il turismo in questo anno difficilissimo?

«Bisogna capire come andrà la Fase 2: contagi e decessi fortunatamente stanno diminuendo, ma non siamo ancora fuori dalla pandemia. Poi speriamo che la Regione consenta la riapertura delle strutture ricettive anche al turismo e non solo per lavoratori e studenti, che rappresentano una nicchia del mercato, perché dal 4 maggio le strutture possono aprire ma le persone non possono spostarsi per motivi di turismo vacanziero. Siamo convinti di essere attrattivi per il turismo di prossimità. soprattutto in Lombardia, e di catturare l'interesse della Svizzera. Le nostre province del resto sono state quelle meno colpite dal virus, offrono garanzie di sicurezza e le strutture ricettive hanno adottato tutti i protocolli per contenere il Covid-19. Il mercato di prossimità ci permetterà di riaprire e tenere in vita una filiera che spazia dagli alberghi alle attività extra ricettive, dai bar ai ristoranti. fino allo shopping. Aprire le attività sarà un segnale importante. La Camera sta mettendo a punto una serie di progetti interessanti».

Quali?

«Stiamo cercando di ridisegnare gli eventi in base alle nuove disposizioni per evitare gli assembramenti. Noi con la cultura abbiamo sempre mangiato: cultura e spettacoli hanno sempre fatto da traino per il turismo. Stiamo sviluppando un calendario unico per le due province che comprenda eventi di cultura, spettacolo, sport, apertura, dei musei, visite alle ville... Vorremmo salvare i festival che d'estate richiamano un gran numero di persone, magari con modalità nuove, abbandonando i grandi eventi nelle grandi location, a favore di piccoli concerti itineranti negli alberghi, spettacoli in pillole un po' ovunque sul territorio. Quando la situazione sarà più chiara saremo in grado di precisare meglio questo calendario. Ma non ci fermiamo qui».

A cosa si riferisce?

«Stiamo pensando a un grande festival invernale delle luci. Como durante il periodo natalizio ogni anno richiama decine di migliaia di
persone e ha saputo ampliare
il suo raggio di azione pure
ad alcuni paesi del lago. Lecco ha debuttato l'anno scorso
ed è stato un successo. Quest'anno vorremmo mettere
insieme le due esperienze e
coinvolgere un numero an-

cora maggiore di paesi illuminando altre location suggestive, ville, monumenti e chiese. Potremmo offrire un'immagine affascinante e coesa del nostro territorio ai turisti lombardi e italiani. Questo evento potrebbe fare da detonatore per i turisti stranieri e far riscoprire loro la voglia di tornare su un lago affascinante, bello, ospitale e sicuro. Il marchio del lago ha un valore inestimabile, merita di essere sfruttato meglio».

Come?

«Vogliamo valorizzare il marchio "Lago di Como", che è un brand apprezzato e conosciuto a livello internazionale, ci piacerebbe che venisse utilizzato da tutti come un marchio territoriale, per portare valore aggiunto a tutte le imprese non solo quelle del turismo, compresa la ma-

nifattura lecchese, l'agroalimentare...».

Cosa si aspetta dal Governo, che sin qui è stato poco attento e ha privilegiato i musei alla filiera del turismo?

«Il settore perderà il 70/80% del fatturato, abbiamo bisogno di aiuti concreti. altrimenti come facciano a garantire i 20.000 dipendenti? Serve una moratoria su mutui, investimenti e tasse; l'Imu incide tantissimo sulle strutture alberghiere, ma sarebbe buona cosa rivedere le imposte comunali come Tari e Tarsu. Si sente parlare da anni di ZES (Zona Economica Speciale) adesso è il momento di applicarla. Certamente un'IVA agevolata al 4% favorirebbe la domanda interna. Poi abbiamo bisogno di un sostegno a fondo perduto».