Video e promozioni Sul lago di Como riparte il turismo

Il progetto. Pacchetto di iniziative per il post emergenza per un settore cresciuto del 30% negli ultimi 5 anni
Flashmob: 1000 figuranti. Voucher: una notte in omaggio

ENRICO MARLETTA

gi gioco sul terreno, per il Lario lariane, una quota che salirà al

ENRICO MARLETTA

La sfida non è semplice. Mai come ora, però, il territorio lariano (Como e Lecco) si presenta attrezzato per affrontare il post emergenza e la prova sta nel progetto integrato di marketing territoriale nato su impulso della Camera di commercio con l'obiettivo di valorizzare il patrimonio di turismo e cultura del Lago di Como. Fattori che negli ultimi cinque anni hanno registrato una crescita di oltre il 30% nelle province lariane e che, insieme, pesano il 14% degli addetti e il 12% delle imprese. Ed è in virtù di questi numeri che le istituzioni a cui fa capo la Cabina di regia sovra provinciale per la promozione turistica e culturale della destinazione "Lago di Como", hanno deciso di investire circa 600mila euro in azioni di sostegno diretto ad enti, operatori ed imprese.

Il video emozionale

Cuore del progetto, che è stato presentato ieri a Palazzo Pirelli, il grande flashmob #lakecomorestarts per dire al mondo, attraverso un video di forte impatto emozionale, che il lago di Como è ripartito ed è pronto a tornare destinazione top dei flussi turistici internazionali. «Sette giorni di riprese, mille comparse, ventitré comuni delle due province coinvolti: è il punto di partenza per tutta una serie di azioni che intendiamo mettere in campo per superare l'emergenza» dice Giuseppe Rasella, responsabile del turismo di Camera di commercio. Una strategia di sistema che ha un grande obiettivo rappresentato con una metafora semantica dal vicepresidente dell'Associazione Albergatori, Andrea Camesasca: «Abbiamo associato la parola contagio al virus, ora vogliamo contagiare le persone con la bellezza dei nostri luoghi». Una sfida che si gioca sul terreno, per il Lario inesplorato, del turismo di prossimità, ma anche del recupero dei mercati internazionali (due arrivi su tre, lo scorso anno, sono stati dall'estero) ed è per questo che, sempre la Cabina di regia del turismo, ha promosso in collaborazione con Enit una serie di webinar focalizzati sul Nord America (seconda area di provenienza dei turisti sul lago). «Siamo di fronte a una situazione complessa - dice Marco Galimberti, presidente della Camera di commercio Como Lecco

> Entro fine giugno sarà operativo circa l'80% delle strutture, il 100% a luglio

> Con Enit webinar focalizzati sul mercato nordamericano

– un singolo ente da solo può fare poco, quando però si lavora in squadra, in una logica davvero di sistema, è possibile raggiungere grandi risultati». Una strategia che il presidente del Consiglio regionale, Alessandro Fermi, indica come "un modello" vincente per stimolare la ripartenza dei territori.

«Un percorso - sottolinea il consigliere regionale Mauro Piazza - che le province lariane avevano già avviato prima dell'emergenza».

Di sicuro le imprese del turismo ci credono: entro fine giugno tornerà ad essere operativo l'80% delle strutture ricettive lariane, una quota che salirà al 100% tra luglio e agosto. Per aiutare la ripartenza del settore è stata progettata la promozione "Torna a trovarci, una notte sarai nostro ospite".

La promozione

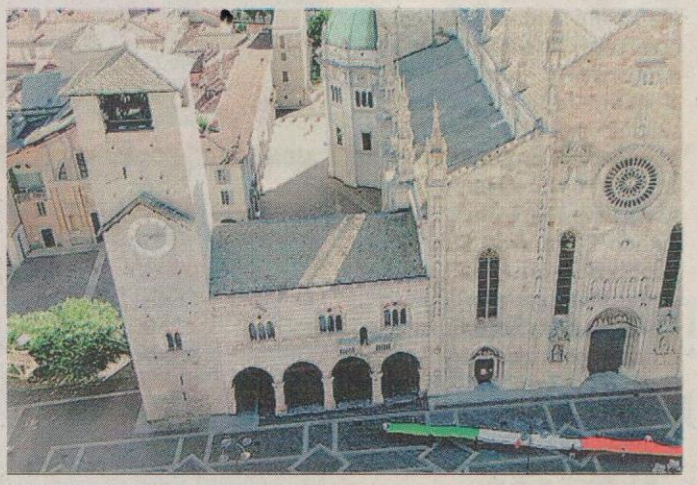
Le strutture del territorio lariano hanno così ricevuto nelle scorse settimane il modulo di adesione con il quale entrano gratuitamente a far parte del circuito "Torna a Trovarci". Il flyer che pubblicizza la promozione recita così: «Il lago di Como è pronto ad accoglierti per raccontarti una storia fatta di paesaggi e colori, di arte e cultura, di ville storiche e giardini, di profumi e sapori, di percorsi lenti nella natura e sport per tutti, di esperienze uniche e autentiche, da vivere in ogni stagione e in piena sicurezza. Soggiorna da noi e ritira il tuo voucher, puoi utilizzarlo tu oppure regalarlo a chi ti è caro».

In pratica tutti coloro che fino a marzo 2021 soggiornano in una struttura ricettiva del territorio del Lago di Como aderente a questa iniziativa, ricevono un voucher che invita a ritornare dal primo ottobre 2020 al 31 marzo 2021, usufruendo di un pernottamento gratuito.

Il voucher è valido per prenotazioni dirette di almeno tre notti in una qualunque struttura del circuito e non è nominativo, ma potrà essere regalato ad altre persone in modo da coinvolgere il maggior numero possibile di potenziali turisti. Inoltre non dovrà essere "speso" esclusivamente nella struttura che lo rilascia, ma in una qualunque delle strutture ricettive aderenti che, ad oggi, sono circa una settantina: alberghi da 1 a 5 stelle lusso, residence, agriturismi. Una piccola svolta anche questa, fare squadra conviene a tutti.

Andrea Camesasca e in collegamento Alessandro Fermi

Dal video il Museo della barca lariana



Dal video il tricolore in piazza Duomo

Un'altra immagine del video

La musica dei violini 5 minuti di racconto

Trenta luoghi, sei giorni di ripresa dal 22 al 27 maggio, più di 900 persone (in gruppi di 15, autonomi e distanziati e rispettosi delle disposizioni antiCovid), oltre 120 addetti alla sicurezza e 23 comuni delle due province coinvolti. Sono i principali numeri del video #lakecomorestarts presentato ieri a Palazzo Pirelli.

Poco meno di cinque minuti di video per un racconto che prende avvio da un lago che appare dall'alto in tutta la sua bellezza, ma con città e borghi deserti, e il silenzio domina la scena. Poi alcuni violinisti della Lake Como Philarmonic Orchestra nel giardino di palazzo Gallio a Gravedona iniziano a suonare diretti dal maestro bellanese Roberto Gianola.

Tre motonavi della Navigazione dei laghi in formazione a freccia solcano le acque del Lario trasformandosi in tre motoscafi. Il viaggio comincia. Dal cartello di ogni paese che ha aderito al flash mob parte una catena umana di uomini e donne (massimo 15 persone) tenuti insieme (e a giusta distanza) da un unico filo (ogni paese ha dato forma e materia a questo filo in piena libertà). La catena umana ripresa dall'alto porta ad un luogo nascosto carico di grande bellezza. Un o una violinista suona da lì la musica che fa da colonna sonora. Al tramonto le Lucie dal golfo di Lecco ci riportano all'epoca di Renzo e Lucia e prendono il largo quando il sole lascia il posto al buio. Ma il viaggio non finisce, la notte rende ancora più bello il tesoro e i borghi rivivono di luci colorate del Lake Como Christmas Light.

Un documento emozionale che punta a rafforzare l'identità del territori con Como e Lecco unite dall'obiettivo della ripartenza. Un lavoro comune simbolicamente rappresentato ieri dal sindaco di Como Mario Landriscina in collegamento da Villa Olmo con il violinista Davide Alogna e da Irene Alfaroli, consigliere della Provincia di Lecco con delega al turismo, collegata da Varenna con lo scrittore Andrea Vitali.

Partnership con UniCredit Sistema turistico e agrifood

Il progetto di marketing territoriale per la ripartenza del turismo sul lago di Como ha la partnership di UniCredit e ieri la banca ha partecipato alla presentazione con Mario Sala, responsabile delle relazioni territoriali in Lombardia.

«È un settore decisivo per l'economia regionale» ha detto Sala ricordando che questo tipo di scelta è coerente con il percorso avviato, ancora alla fine dello scorso anno, con il progetto "Made4Italy", l'iniziativa della banca per favorire un sistema integrato turismo-agricoltura, settori-chiave per la crescita dell'economia italiana e dei suoi territori. A "Made4Italy" UniCredit ha riservato un plafond di 5 miliardi di euro per le Pmi italiane nel triennio 2019-2021 per promuovere progetti legati alle identità regionali tipiche e attrarre nuovi flussi turistici.

Attraverso un modello dedicato, con "Made4Italy" la Banca propone nello specifico una serie di azioni mirate a promuovere un'offerta congiunta tra strutture ricettive ed imprese agricole volta al potenziamento delle destinazioni turistiche, dei prodotti di eccellenza e del trend enogastronomico, con l'obiettivo di potenziare non solo l'asset turistico ma anche altri asset fondamentali delle nostre regioni, come l'arte, la cultura, la sostenibilità, il patrimonio storico e paesaggistico. Gli stessi asset che il pacchetto di iniziative della Cabina di regia della Camera di commercio intende valorizzare.

Calendario unico eventi E i bond per la cultura

Un calendario unico degli eventi, fino alla fine dell'anno, per le province di Como e Lecco. Per una stagione turistica che si conta di poter proiettare sul periodo autunno-inverno, cultura e spettacoli più che in passato si configurano come leve potenzialmente capaci di generare turismo. «Si è messo in moto un lavoro straordinario - dice Giuseppe Rasella, coordinatore della Cabina di regia del turismo - abbiamo raccolto tantissimi eventi, per la prima volta uniamo ben due province per far circolare pillole di cultura nei luoghi di bellezza. Turismo e cultura diventano così la combinazione vincente per promuovere il territorio e potersi rilanciare».

Per chi parteciperà al calendario unico saranno aperte a breve due campagne di raccolta fondi grazie alla collaborazione di Fondazione della comunità comasca e Fondazione comunitaria del lecchese. Una sorta di "cultura-bond" che consentirà a chi dona di godere nel 2021 di uno sconto su tutti gli ingressi a pagamento degli spettacoli organizzati dai soggetti locali che aderiscono al calendario unico.

È stato profilato un format rispettoso dei protocolli sanitari per vivere gli eventi in piena sicurezza. La formula mira a riscoprire i luoghi della cultura contaminati dalle arti. Eventi destinati non solo ai turisti, ma anche al pubblico locale. Un calendario che è cantiere aperto. Ad oggi da fine giugno a luglio sono 94 gli eventi in calendario e 4 le rassegne proposte dai principali soggetti culturali.