GDLE2024 del 13-06_GDLE_13062022_14-15.pdf - GDLE - Stampato da: isabella.preda@netweek.it 13/06/202

In redazione i rappresentanti delle istituzioni politiche, dal Comune di Lecco, alla Provi

Quel potenziale inespresso, rifless

Cattaneo: «Focus sul lavoro I giovani devono crederci»

LECCO (cca) «Lecco land of colors»: è lo slogan nuovo di zecca che accompagna il brand della città, inaugurato un paio di settimane fa nella cornice (anche turistica) del ponte del 2 Giugno. L'Amministrazione sta puntando e investendo molto, in termini di energie e di risorse, nello sviluppo di una vocazione al turismo outdoor che per ora è ancora «congelata» nella straordinaria abbinata lago-montagna. Nel suo intervento l'assessore **Giovanni Cattaneo** (delega all'Attrattività territoriale) è partito però da un tema preciso, una leva concreta quanto essenziale stante lo spirito (e l'interesse precipuo) del lecchese doc: il lavoro.

«Per accogliere i turisti che arrivano a Lecco non ci sono ancora numeri adeguati di posti letto, ma soprattutto di personale, di professionisti dell'accoglienza, ovvero figure coerenti con il posizionamento che stiamo cercando di dare al nostro territorio nel mercato del turismo outdoor» rileva Cattaneo. Un tema che certo attiene alla difficoltà (attualissima in Italia) di trovare personale stagionale disponibile. Ma affrontarlo a Lecco richiede un preliminare cambiamento culturale.

«Per le nostre famiglie l'opzione di un figlio che sceglie un corso di studi in ambito turistico è vista ancora come ripiego e questo non va bene - il succo dell'analisi - Bisogna lavorare prima di tutto su questo aspetto. Occorre formazione. Un'Amministrazione comunale non può affrontare questo scoglio da sola, serve uno sforzo in collaborazione con la Provincia, la Regione, la Camera di Commercio. Non basta raccontare l'importanza del turismo, serve che i giovani inizino concretamente a entrare in questo mondo. La domanda è: chi è più giovane di noi ci crede in questo futuro turistico di Lecco? Secondo me non ancora. Non è sufficiente l'infatuazione prodotta dai talent televisivi, che ormai va spegnendosi. E' una scelta di vita, magari più esigente di altre, che in altre regioni si tramanda da generazioni come esperienza famigliare». Un'esperienza che certo manca a Lecco e, in genere nel Lecchese. Che però si caratterizza per uno spiccato spirito imprenditoriale.

«Occorre favorire l'ingresso di nuovi imprenditori nel settore turistico, ma anche strutturare un contesto perché ci rimangano - ritiene Cattaneo - Ci sono realtà giovani che si stanno attivando puntando sullo sviluppo di servizi che mancano, ad esempio con la presa in cura dei sentieri e nell'ambito dell'attività sportiva outdoor (windsurf, wake), ma manca poi un percorso che dia continuità a quella che è un'esperienza che può andare bene quando hai 24-25 anni, ma poi richiede supporto per proseguire e consolidarsi».

Di buon auspicio i dati dell'estate 2021 che attestano una velocità di ripresa post pandemia particolarmente positiva per Lecco, «ma bisogna crederci».

L'assessore ha poi affrontato un altro tema, quello della promozione del territorio: «C'è un gap tra risorse pubbliche disponibili e la "potenza di fuoco" che sarebbe necessaria. La difficoltà per noi amministratori pubblici sta nel reperire fondi stante il fatto che non esistono capitoli specifici nei bilanci degli enti. Un gap che si supera laddove funziona il partenariato tra pubblico e privato». Un modello indicato da Cattaneo: «Il Consorzio turistico della Valchiavenna, nel quale la presenza di investitori privati industriali ha reso possibile un montante di investimenti adeguato». Senz'altro un tema su cui aprire una discussione a livello territoriale anche nel Lecchese.

Giovanni Cattaneo, assessore all'Attrattività territoriale del Comune di Lecco

Per la consigliera provinciale è necessario anche che

Albani: «La nostra par potrebbe offrire molto

LECCO (gti) Fondamentale, nel discorso sul turismo, è il coinvolgimento delle istituzioni a livello locale, ma non solo. Come racconta **Fiorenza Albani**, consigliere della Provincia di Lecco, anche gli enti sovracomunali hanno infatti il polso della situazione. «Noi abbiamo Villa Monastero che fa un po' da sentinella - spiega - Abbiamo avuto incrementi di visitatori già rispetto al 2019. Ad aprile 20mila presenze, a maggio 25mila e la prima settimana di giugno si arrivava già a quasi 5mila ingressi di cui l'80% straniero. Il turista dall'estero riconferma la sua grande "fetta" per quanto concerne le presenze». Dati che, dunque, dimostrano quanto il ramo lecchese del Lago di Como abbia le caratteristiche per distinguersi. Il problema per «fare il salto» non è dunque legato al territorio, quanto alla capacità di accogliere il turista. «La nostra parte di lago è quella più attrattiva, quella che potrebbe dare qualcosa di più rispetto all'altra parte del lago. Pensiamo al Sentiero del Viandante, a tutta la Valsassina: abbiamo un potenziale enorme ma manca la ricettività. Sono aumentati tanto i B&B in questi anni ma mancano grosse strutture che possano accogliere anche i pullman organizzati con molte persone». Ma non solo: la promozione gioca un ruolo fondamentale per fare conoscere le bel-

GDLE2024 del 13-06_GDLE_13062022_14-15.pdf - GDLE - Stampato da: isabella.preda@netweek.it 13/06/202

Antonio Rossi: «Potremmo organizzare grandi eventi sportivi, ma mancano i posti letto per gli atleti»

Lecco partecipa al bando per diventare capitale dell'outdoor a livello europeo

LECCO (pia) Impegnato al Pirellone, il sottosegretario regionale **Antonio Rossi** ha partecipato alla nostra tavola rotonda da remoto. Fondamentale, però, la sua visione, soprattutto in vista dell'evento che potrebbe dare una svolta davvero definitiva al nostro turismo: le Olimpiadi invernali del 2026. E proprio dagli investimenti per questo appuntamento è partito Rossi: «Condivido quanto ha detto Piazza su ciò che sta investendo Regione Lombardia per le Olimpiadi. Alcuni finanziamenti sono stati approvati anche attraverso il ministro **Massimo Garavaglia**. Penso ad esempio a quelli per la Palestra dei Ragni o Casargo e l'Alpe Paglio e poi ci saranno sicuramente anche dei soldi che arriveranno per la Ss36 e per la Ferrovia, ossia per le strutture che ci aiuteranno a muoverci meglio in futuro».

E poi ci sono le opere pensate per attirare i turisti: «Quando ero assessore avevo pensato a Lecco paragonandola ad Arco di Trento, potenziando il sistema delle falesie, alle quali sono state aggiunte anche le ferrate. Poi è arrivato anche l'ostello. Insomma, sono tutte iniziative che sono servite per potenziare la città da un punto di vista turistico. Da qui alle Olimpiadi arriveranno anche altri progetti interessanti: con la Provincia e il Comune stiamo già pensando di far diventare Lecco e provincia la capitale dell'outdoor a livello europeo. Partecipiamo al bando e vorremmo portare avanti questa iniziativa. Poi ce ne sono altre a livello mondiale, che stiamo seguendo con il ministro Garavaglia».

Il sottosegretario sottolinea però che ci vuole metodo: «Credo che si debba innanzi tutto capire che tipo di turismo vogliamo. Faccio l'esempio della passerella dei Resinelli: ha portato tantissima gente, ma già ora ci si lamenta perché non è il tipo di turismo che si vuole. Va bene quindi pensare a belle iniziative, ma di base dobbiamo capire che turisti ci interessa attrarre, di sicuro non quelli "mangia e fuggi"».

Infine Rossi si è concentrato sullo sport: «Per quanto riguarda gli eventi sportivi la difficoltà è organizzarne con tantissime persone: se vogliamo portare a Lecco una Granfondo di bicicletta o una maratona con 4.000 persone abbiamo difficoltà, perché non abbiamo posti letto a sufficienza. Il nostro territorio si presta tantissimo a questo tipo di eventi, che potrebbero mettersi in competizione con eventi molto rinomati, ma dobbiamo risolvere questo grosso problema».

Il sottosegretario regionale Antonio Rossi, impegnato al Pirellone, era collegato con noi in videoconferenza. Ha parlato anche dei progetti pronti in vista delle Olimpiadi

ovincia, a Regione Lombardia. Guardando alla grande occasione delle Olimpiadi 2026

so nelle acque del Lario orientale

Mauro Piazza, consigliere regionale Lega, ha portato all'attenzione qualche dato

Piazza: «Essenziale migliorare nella promozione del territorio»

LECCO (pia) «I dati parlano chiaro: cresce l'incidenza dei turisti del Lago di Como sul totale del turismo in terra lombarda: siamo passati dall'8,2% del 2019 all'11,8% del 2021. E poi non c'è più il picco assoluto dei mesi estivi, ma il flusso si sta spalmando anche nei mesi autunnali. Il nostro è il lago che ha la maggiore attrattività di italiani e questo trend è in netta crescita».

Dopo aver snocciolato qualche dato, il consigliere regionale **Mauro Piazza** sottolinea il lavoro del Pirellone: «La Regione in questi anni ha fatto e sta facendo molto, aiutando a creare l'infrastrutturazione che serve per quelle esperienze uniche che possono diventare elemento di attrattività stabile, soprattutto per il turismo di prossimità, cresciuto molto per la pandemia. In questo c'è molto più da fare nella nostra parte del lago che non in quella comasca, dove il turismo è consolidato. Da noi c'è una forte caratterizzazione su outdoor e fitness, per esempio con la seconda scuola velica d'Italia a Dervio. Abbiamo la fortuna di avere cose che stanno funzionando molto bene: parlo per esempio del Sentiero del Viandante, accoppiato con una fruibilità più alta del treno, sul quale abbiamo lavorato con Trenord. Ma penso anche al cicloturismo: nel complesso come Regione Lombardia avremo attestato una rosa di questi sistemi che penso rappresenterà un unicum in tutto il Paese. Avremo la Transorobica, la Brezza, la ciclovia dell'Alta Valle, e c'è la ciclabile di fondo valle della Valsassina, Valchiavenna e Valtellina. Ecco, credo che questo rappresenti sicuramente qualcosa da valorizzare. E poi alcuni Comuni hanno fatto straordinariamente bene singolarmente. Cito spesso Bellano, ma potremo anche parlare di Colico, dove sono state fatte delle riqualificazioni importanti. Quando hai paesi dove c'è un polo attrattivo come l'Orrido di Bellano, che passa da 20mila a più di 100mila visitatori vuol dire che qualcosa è stato fatto. Non dimentico anche la futura valorizzazione delle miniere di Olgiate Molgora, che diventerebbero il più grande centro di speleologia subacquea in Europa». E non è finita: «Sulla Valle abbiamo in programma un complesso di investimenti di circa 20 milioni di euro per il polo sciistico e anche per la stagione estiva su Alta Valle e Casargo. Aggiungiamoci quello che stiamo facendo sulla Valvarrone per la valorizzazione delle miniere. C'è un insieme di cose che non si realizzeranno in pochi anni, ma che quando vedranno la luce potrebbero portare a una svolta più unica che rara».

Per chiudere Piazza ha sottolineato anche un «neo»: «Forse il più grande problema che abbiamo è quello della promozione: su questo bisogna ragionare. Dobbiamo avere contezza di quello che possiamo offrire e poi presentarlo nel migliore dei modi a chi sappiamo che lo può apprezzare».

che «l'ambiente produttivo vada nelle scuole» a formare gli studenti

parte di lago è quella più attrattiva: olto di più, manca però la ricettività»

lezze del territorio e «saperle vendere». «Non ha senso pensare di fare voli pindarici per attirare il turista, basta fare la giusta pubblicità. In Francia anche i piccoli centri accolgono, avendo solo poche attrazioni, perché le sanno pubblicizzare bene. Questo discorso di promozione giusta serve per tutto il nostro territorio». Ancora, il problema di una mancata accortezza da parte degli enti: sembrerebbe esserci una sorta di campanilismo, per cui ognuno guarderebbe solo il proprio orticello. «Manca un collante su determinati aspetti: quando sono stata eletta i Comuni mi hanno chiesto un incontro per parlare di turismo. La loro richiesta era che noi, come Provincia, ci occupassimo del coordinamento e della promozione degli eventi dei singoli Comuni, esisteva già una cabina di regia in Camera Commercio ma loro non erano interessati: ciò dimostra che ognuno guarda il suo». Infine, bisogna altresì capire quale turista si vuole accogliere: «Provincia e Regione Lombardia devono sponsorizzare chi vuole investire nel turismo. Bisogna però capire dove si vuole arrivare, avviando anche un discorso sulla formazione. Gli istituti professionali, in particolare, devono recepire i bisogni del territorio ma devono essere stimolati». Per implementare la formazione sul territorio, d'altro canto, «si dovrebbe stimolare tutti gli ambienti e gli stakeholder esterni alla scuola, ovvero l'ambiente produttivo, economico e sociale, affinché entri negli istituti e faccia capire le necessità del territorio. Questo per creare anche corsi mirati, al fine di indirizzare i ragazzi al mondo del lavoro. Lo si può fare al nostro centro Cfp di Casargo ma anche su tantissimi altri sul territorio. Il consigliere provinciale **Carlo Malugani** vorrebbe infatti creare un "Patto di collaborazione" per favorire questo aspetto, che ritengo molto importante».

Fiorenza Albani, consigliere della Provincia di Lecco, spiega cosa si potrebbe fare a livello di promozione e di formazione per il turismo