Leccoonline > Cronaca > Lecchese

Scritto Sabato 03 dicembre 2022 alle 14:00

Lecco, promozione turistica: il bilancio di Cattaneo. 'Troppo outdoor'. E a che prezzo!

Lecco

Giovanni Cattaneo

È tempo di bilanci per le attività di promozione turistica del Comune di Lecco e l'assessore Giovanni Cattaneo ha portato in commissione numeri, dati e prospettive sul futuro di questo importante settore per l'economia cittadina. Il primo aspetto significativo riguarda la crescita di quasi il 10% che ha fatto registrare la presenza di turisti nel 2021 rispetto al 2019, con il periodo giugno-agosto che è arrivato a +13,7%. Una tendenza fotografata anche dall'Infopoint, dove nei primi undici mesi di quest'anno ci sono stati quasi 12mila accessi, +31% rispetto al 2021, con il periodo estivo che conferma una pressione turistica maggiore. Sempre per rimanere nel campo delle statistiche, Cattaneo ha citato anche i Paesi di provenienza dei turisti con l'Italia che fa storia a sé (oltre 8mila accessi), seguita con grande stacco (meno di mille, in alcuni casi decisamente meno) da Francia, Germania, Est Europa e Russia, Regno Unito, Spagna, Nord Europa, Olanda, Usa e Canada, Belgio.

Per dare una risposta a questo crescente interesse il Comune si è mosso su tre aree di intervento: attività, promozione ed eventi. Rispetto al primo capitolo sono stati investiti 5.000 euro, coperti dal budget dell'Interreg, per la partecipazione a fiere (Fa la cosa giusta, BIT e Fiera del camper) e 6.500 per la realizzazione del catalogo delle esperienze per sostenere e dare visibilità a chi lavora nel settore del turismo e organizzare meglio la proposta turistica, facendo rete tra guide turistiche, ambientali e alpine. In questo modo sono state programmate 48 proposte ma se ne sono effettivamente svolte 29 con il coinvolgimento di 200 persone. "Abbiamo imparato che bisogna migliorare la modalità di iscrizione, curare la tipologia di percorsi e abbiamo scoperto quali attività sono state più richieste e quali giudicate meno interessanti" ha chiarito l'assessore. È continuata l'attività di Lecco Ama la Montagna, quest'anno con una nuova formula, che anche in questo caso ha avuto l'obiettivo di sostenere i professionisti dell'outdoor in connessione con gli operatori economici e le associazioni culturali e sociali, oltre che di sperimentazione di nuove modalità di promozione e informazione. Sono state realizzate 87 attività e cinque eventi gratuiti, coinvolgendo 18 operatori, 2.900 partecipanti, nell'80% dei casi provenienti da Comuni diversi da quello di Lecco. "Sicuramente dobbiamo migliorare il flusso di registrazione, destagionalizzare alcune proposte,

coinvolgere la rete della ricettività e potenziare l'attività di marketing" ha spiegato Cattaneo. Per quest'anno la rassegna è costata 17.500 euro per le attività con gli operatori e 25.000 euro di coordinamento e gestione amministrativa.

Tra gli eventi sono stati invece ricordati in commissione l'inaugurazione delle ferrate, Sound of Lecco che ha visto 300 partecipanti il pomeriggio e 800 per la sera (budget di 17.500 euro), la mostra di Carlo Mauri che ha richiesto 24.400 euro per l'allestimento, di cui 20.000 coperti dalla Camera commercio. Tra gli eventi estivi sono stati citati i fuochi d'artificio, la notte bianca e la camminata manzoniana, attività realizzate in collaborazione con Ltm nell'ambito del contributo di 44.000 euro che la società riceve dal Comune. C'è stato poi il concerto di Ron, costato 18.000 euro, Resinelli outdoor experience realizzata con altri Comuni e la Comunità montana, "un'occasione - ha detto Cattaneo - per rilanciare la collaborazione tra enti, i cui costi sono stati sostenuti dal Bando Viaggio in Lombardia a cui il Comune ha partecipato con 9.000 euro". In questi giorni sta infine prendendo il via la rassegna Lecco Magico Natale con il Family village alla Piccola, il trenino e altri eventi per i quali sono stati investiti 45.000 euro.

Nel capitolo "promozione" sono stati annoverati il lavoro sulla brand identity (20.500 euro), il press tour (3.000 euro), la promozione sull'area turistica di prossimità (8.400 euro), la realizzazione del portale turistico leccotourism.it (30.000 euro), la stampa e diffusione del catalogo delle esperienze (8.000 euro), l'attività di promozione per Lecco ama la montagna (38.000 euro), il sito e la pubblicità per le attività ai Resinelli (24.000 euro). È stata aperta una collaborazione con le riviste di settore, è stato fatto un lavoro sui gadget, formazione con gli operatori del settore e tour con influencer, tour operator, agenzie di viaggio e giornalisti. Il Comune di Lecco ha poi collaborato con la rassegna proposta dalla Fondazione comunitaria del Lecchese "Apriamoci alla bellezza" che ha visto eventi in sette fine settimana tra luglio e ottobre per valorizzare luoghi di interesse culturale e con il sistema Lago di Como, partecipando al calendario unico di eventi del territorio, al Bike fest e al Festival del cinema di Venezia.

È stato il consigliere di Ambientalmente Paolo Galli a dare diversi spunti: in primis ha suggerito di lavorare a una cartografia unificata a livello regionale per sentieri, bici e navigazione; poi ha fatto notare che il target a cui ci si rivolge con queste iniziative è quasi esclusivamente "sportivo" e legato all'outdoor, proponendo di diversificare; infine ha chiesto di individuare uno spazio museale adatto per celebrare e far conoscere due figure come Riccardo Cassin e Carlo Mauri. Tanti commenti anche da Peppino Ciresa: "la partecipazione alle fiere è importantissima, così come gli educational. Sono d'accordo nello sperimentare l'area della Piccola per iniziative tematiche come può essere il Natale, così come sull'aiutare le persone ad avvicinare gli operatori turistici, però poi devono essere gli stessi fruitori che imparano ad andare da soli o si rivolgono a chi li può accompagnare. Bisogna infine investire su sentieri e strutture, migliorando anche la segnaletica sia in città sia in montagna".
Simone Briganti ha sottolineato le cospicue risorse investite per la promozione di Lecco Ama la Montagna e il riscontro non troppo positivo delle "esperienze" previste dal catalogo. Anche il forzista ha posto attenzione su una "troppa" insistenza sull'outdoor e la necessità di lavorare sulla cartellonista per far conoscere le zone limitrofe al centro, così come in montagna. Infine ha suggerito di sfruttare meglio in chiave turistica la figura del Manzoni.
Giacomo Zamperini ha fatto presente i limiti della funivia, nei mesi invernali e negli orari serali, che non permettono di sfruttare al massimo le potenzialità offerte dai Piani d'Erna, oltre a evidenziare la poca promozione delle attività che si possono fare sul lago.
Chiara Frigerio ha chiesto di porre più attenzione ai giovani, pensando a delle proposte che "abbassino l'età media" dei turisti.

M.V.