CONFCOMMERCIO
LECCO
Presenti, futuro

17 luglio 2023

L'assessore regionale Barbara Mazzali visita la sede del nostro gruppo editoriale Netweek e

Barbara Mazzali, assessore al Turismo, Marketing territoriale e Moda di Regione Lombardia, in visita alla sede Netweek di Merate e durante il confronto con operatori e amministratori locali al ristorante La Salette di Verderio (qui a sinistra con il direttore generale di Netweek, Alessio Laurenzano). Nella pagina accanto gli ospiti che hanno partecipato al pranzo di lavoro con l'assessore regionale

VERDERIO (fmh) Un patto di responsabilità tra gli stakeholder, volto a migliorare l'offerta turistica sotto l'insegna di unico grande marchio lombardo e che sappia raccogliere le sfide di una delle regioni trainanti dell'Europa attraverso la creazione di una Via Olimpica quale corsia preferenziale e volano attrattivo verso i luoghi di Milano Cortina 2026. A lanciarlo, al termine della colazione di lavoro ospitata venerdì 7 luglio al Ristorante La Salette di Verderio (Lc), di cui è stata protagonista al termine della visita istituzionale nella sede centrale di Merate del Gruppo Netweek, l'assessore regionale al Turismo, Marketing territoriale e Moda **Barbara Mazzali**.

Turismo in Lombardia, un

ontra alcuni stakeholder del territorio per affrontare insieme sfide e problemi del settore

nico grande marchio

Tutti d'accordo: Olimpiadi 2026, un'occasione da non perdere

17 luglio 2023

L'assessore ha fotografato la stagione estiva del turismo lombardo (già sold out fino al termine di settembre e destinato a raggiungere una crescita a doppia cifra entro fine anno) sottolineando come le deleghe da lei stessa assolte corrispondano al 13% del Pil lombardo. Mazzali è un'imprenditrice e manager mantovana, proviene da una famiglia di armieri e cresce con valori come il rispetto dell'ambiente, l'amore per il territorio, la valorizzazione della famiglia che caratterizzano la comunità venatoria e che rappresentano la sua "bussola" nell'azione politica. Consigliere regionale uscente, nella scorsa legislatura è stata presidente del gruppo Fratelli d'Italia e vicepresidente del Comitato paritetico di controllo e valutazione. Dignità ai territori, dalla grande metropoli che è Milano passando per le montagne, fino ad arrivare a fiumi e laghi. Una serie di ragionamenti, quelli svolti dalla titolare al turismo al Pirellone, che hanno spaziato tra diversi ambiti e inserito nell'elenco delle priorità la necessità di creare percorsi e contenitori chiari e univoci per presenze e provenienze di turisti dall'Italia e dall'estero; sviluppare un modello cosiddetto "Fuori Milano" che riesca a inglobare le aree lombarde contribuendo a rafforzare l'immagine della Lombardia agli occhi del mondo; insistere sui grandi eventi, forti del successo che si riscontra abitualmente durante il Salone del Mobile e relativo Fuorisalone; prediligere l'utilizzo della bici quale mezzo efficiente per girare in lungo e in largo la nostra regione; quindi incentivare il "turismo lento", capace pure di garantire elevati standard per la clientela alto-spendente e, infine, promuovere l'attività di esplorazione di miniere e luoghi termali e le esperienze enogastronomiche nei borghi storici.

Quale lo stato di salute del turismo lombardo mentre lo sguardo è già proiettato alle Olimpiadi invernali 2026? Come vi state preparando al grande appuntamento?

«Stiamo volando e lo stiamo facendo attraverso numeri importanti. Quelle che ho l'onore di assolvere sono deleghe che rappresentano il 13% del Pil lombardo. La nostra è infatti una regione che produce 78 miliardi di euro in alta moda, il 60% della cosmesi distribuita in Europa e un miliardo nel settore design. Mi sono ritrovata diversi contenuti, tutti d'eccellenza e frutto della capacità degli imprenditori lombardi. Tuttavia non abbiamo un marchio proprio, cosa che invece andrebbe incentivata. Oggi il turismo nostrano scorre lungo due flussi: quello attorno a Como, con turisti provenienti da America, Australia e che sono considerati come alto spendenti, e quello attorno al Lago di Garda con presenze tedesche e inglesi. Serve quindi creare un'identità lombarda, in uno stile che si caratterizzi in base alle nostre peculiarità. Serve farlo

attraverso la creazione della Via Olimpica che condurrà alle Olimpiadi del 2026 e magari farlo attraverso l'incentivo alla mobilità dolce. Il fatto di essere lombardi vuol dire vivere di emozioni. Offriamo un mare di opportunità ai turisti che però non raccontiamo. Gli imprenditori hanno invece grandi doti per rendere le nostre terre sempre più attrattive. Bisogna anche riuscire a distribuire i grandi flussi nel "fuori Milano" affinché possano toccare con mano le realtà dove si produce il know-how. Insomma, una valorizzazione di un territorio nel suo insieme e dove generare opportunità».

Un tentativo, riuscito, di rendere il turista sempre più consapevole passa per la Carta del turista. Di cosa si tratta?

«E' uno degli strumenti del turismo per antonomasia. Consente di rendere al visitatore la vita più facile. Senza frammentazione di itinerari e di fonti di informazione. E' un raccoglitore unico di ciò che la Lombardia è in grado di offrire. Il dopo Covid ci ha di fatto restituito turisti, superando numeri storici (chiuderemo l'anno con una cifra a doppio numero e con una stagione già sold out). Serve tuttavia creare un unico storytelling, tenendo conto che oggi la gente ha bisogno di andare molto più lenta. Al primo sentiment dei bisogni c'è il benessere. Un'emozione la si vive quando si hanno contatti con le comunità che visitiamo. E' ciò che chiede il mercato».

Il capoluogo lombardo, Milano, da sola sta facendo la parte del leone. Cosa fare invece per promuovere il turismo circostante?

«La città della Madonnina sta per diventare la prima capitale internazionale della moda. Si va verso la vittoria su Parigi. Il flusso di turismo che spostano Fashion week e Salone del Mobile racchiude il senso del successo. Un successo anche dettato dal fatto che non siamo una regione basso-spendente. Bisogna infatti essere consapevoli che il turismo si calcola per quanto lascia e non soltanto per gli arrivi. I soggetti alto spendenti generano ricadute positive per il territorio intero. Ora l'obiettivo dunque è il "fuori Milano", ossia raccontare a chi arriva che dopo Milano c'è una Como straordinaria dove si possono acquistare sete stupende, un Oltrepo Pavese dove è possibile bere un ottimo vino così come in Franciacorta. Per alzare l'asticella del turismo in queste realtà serve sfruttare appieno l'infrastruttura ciclabile. In Italia abbiamo 20mila chilometri di piste, di cui 4 insistono sulla Lombardia. Una mission che si può seguire investendo sui servizi, come per esempio i bike hotel. Una mission quanto mai necessaria in vista dei giochi olimpici di Milano Cortina 2026».

Altri potenziali sbocchi per questo settore sono le terme. Un mondo ancora da esplorare...

«Viviamo un paradosso: siamo la prima regione in termini di sorgenti ma gli ultimi a sfruttarle. Non abbiamo un sistema termale messo a regime. Ma abbiamo grande vocazione su alcune aree, in modo particolare dove si stanno muovendo player che sono indubbiamente le migliori carte che possiamo giocarci. Player che stanno facendo investimenti per ridare una spinta interessante e che dev'essere messa a regime in varie province. Il turismo termale è interessante perché è quello che fa registrare la permanenza più lunga tra i turisti. Come continuare a farlo? Partendo dall'idea che il bello generi bello (e quindi economia)».

«Coinvolgere gli operatori per rendere le montagne più attrattive»

Il consigliere regionale Giacomo Zamperini spiega l'attenzione da parte del Pirellone sulle aree interne e di confine

Giacomo Zamperini

VERDERIO (fmh) Anche **Giacomo Zamperini**, consigliere regionale, nonché presidente della Commissione speciale Valorizzazione e tutela dei territori montani e di confine, interviene durante la colazione di lavoro organizzata da Netweek e ospitata venerdì 7 luglio al ristorante La Salette di Verderio, che ha acceso i riflettori sul turismo lombardo grazie alla presenza d'eccezione da parte dell'assessore regionale alla partita **Barbara Mazzali**. Un'occasione utile a fare il punto del momento d'oro che sta vivendo il comparto ma anche a tracciare la rotta in vista dei prossimi obiettivi.

Prende subito la parola Zamperini sottolineando come «il settore turistico sta mostrando i muscoli ma è necessario fare sempre di più. Sul fronte dei laghi, per esempio, siamo riusciti a realizzare ottime cose, ci sono infatti punti dei laghi che risultano essere saturi dal punto di vista della ricettività». Quanto alla montagna, dice, «c'è tanto da fare», ma «bisogna coinvolgere coloro che hanno il polso rispetto ai numerosi territori di montagna. E' necessario coinvolgere proprio questi ultimi per rendere le aree montane sempre più attrattive». Vivere tra laghi e monti è infatti un connubio vincente, evidenzia Zamperini, precisando che si tratta «dell'abbraccio da cui ripartire per continuare a raccogliere nuove sfide e risorse capaci di tradursi poi in una messa a terra». In quest'ottica l'impegno assunto dal Pirellone nella sua declinazione di Commissione dedicata alla montagna coincide con la necessità di ridare dignità ai territori attraverso prospettive in grado di generare indotto per queste aree. In altre parole, spiega sempre Zamperini, «serve spingere sul turismo di lunga permanenza, che prevalga rispetto a quello cosiddetto mordi e fuggi». Oggi, fa notare lo stesso, «comincia un cammino di valorizzazione delle nostre peculiarità: dalle terme alle filiere di vino e olio. La voglia di promuovere l'enogastronomia, di creare un contenitore più chiaro e preciso ai turisti che scelgono la Lombardia come meta turistica». La speranza, prosegue, è quella di «lavorare insieme, anche sul fronte delle miniere, un volto della nostra realtà che dev'essere ancora mostrato e i cui benefici devono ancora tradursi in realtà». Un approccio che ha invece dato i suoi frutti a Dervio, dove «di recente abbiamo inaugurato uno dei primi parchi acquatici sul lago». Insomma, conclude il consigliere di Fratelli d'Italia, «la Regione c'è ma senza l'entusiasmo, tipico, di chi rende grandi questi territori non andremmo da nessuna parte. Non c'è soltanto **George Clooney**, con la sua importante attività di promozione turistica del Lago di Como. Ma c'è anche quella partita che si gioca sul pianto dei borghi storici presenti nell'intera regione. Una partita che deve essere vinta».

CONFCOMMERCIO
LECCO
Presenti, futuro

17 luglio 2023

VERDERIO (gmc) Le opportunità offerte a tutti i territori dalle Olimpiadi di Milano Cortina 2026, ma che bisogna saper cogliere, la carenza dei collegamenti infrastrutturali e di personale, la necessità di un maggior coordinamento delle iniziative e una migliore capacità di promozione. Questi i principali temi affrontati dagli ospiti - imprese e amministrazioni pubbliche - che hanno partecipato alla colazione di lavoro con l'assessore regionale al Turismo, Marketing territoriale e Moda **Barbara Mazzali**, organizzata dal nostro gruppo editoriale Netweek e ospitata venerdì 7 luglio al Ristorante La Salette di Verderio.

Alberto Arrighi, responsabile rapporti istituzionali di Qc Terme, la famosa catena di centri termali che festeggia i 25 anni di attività, ha suggerito di avere attenzione nel non lasciare fuori dall'evento di Milano Cortina 2026 un pezzo importante come la Valtellina, già assente proprio nel nome, e ha posto l'attenzione sul problema del lavoro: la difficoltà di trovare personale valido e di far fronte alla concorrenza con la Svizzera dove gli stipendi sono indubbiamente più alti. Anche **Fabio Dadati**, presidente di Lariofiere e consigliere di Federalberghi Lecco, ha affrontato il problema del personale, che spesso deve essere trovato fuori dal territorio e sottolineando quindi la carenza di abitazioni a prezzi sostenibili. Dadati ha poi ricordato che il brand è importante e nel mondo certamente prevalgono Milano e Lago di Como, questo può comunque essere da traino per gli altri territori se ben collegati, anche in merito ai grandi eventi come il Salone del Mobile. Inoltre, per attirare turisti fuori Milano bisogna mantenere una certa reputazione ed evitare i rischi dell'overtourism, sovraffollamento turistico, per garantire un'esperienza positiva.

Sulla difficoltà di far incontrare domanda e offerta di lavoro nel settore turismo, e più in generale, è intervenuto **Gigi Gianola**, direttore strategico delle vendite Gi Group, confermando la problematica dell'alloggio per i lavoratori disposti a muoversi, anche dal Sud Italia e dall'estero. Gianola ha inoltre affrontato il paradosso dei Neet, giovani che non lavorano e non studiano, suggerendo di utilizzare anche le Olimpiadi del 2026 per raccontare le opportunità lavorative nel turismo.

L'assessore Mazzali, sul tema del lavoro, ha sottolineato quanto sia importante dare la giusta dignità a ogni professione e la necessità di un cambiamento culturale, spesso da parte dei genitori.

Tornando al tema dei collegamenti, **Gianni Martino**, amministratore delegato di E-vai - di cui era presente anche il direttore commerciale **Matteo Brambilla** - ha evidenziato quanto la mobilità sia fondamentale per lo sviluppo turistico, economico e sociale di in territorio, e l'impegno del gruppo FNM nel diffondere una mobilità sostenibile e diffusa con il car sharing e il bike sharing.

La parola è poi passata agli amministratori pubblici presenti: **Michele Diasio**, assessore al Turismo e Olimpiadi 2026 del Comune di Sondrio, **Giovanni Cattaneo**, assessore al Turismo del Comune di Lecco, **Irene Alfaroli**, assessore al Turismo del Comune di Bellano, e **Fabio Vergani**, sindaco di Imbersago. Ovviamente di Olimpiadi ha parlato l'assessore Diasio, confermando l'occasione irripetibile per la Valtellina e la necessità che ci sia un effettivo ritorno positivo sul territorio. Mentre l'assessore Cattaneo ha chiesto una maggiore condivisione dei dati sui flussi turistici, utili per poter programmare con maggiore efficacia le azioni pubbliche; attenzione nel non considerare allo stesso modo tutto ciò che è "fuori Milano", perché ad esempio le due sponde del Lago di

CONFCOMMERCIO
LECCO
Presenti, futuro

17 luglio 2023

Como sono molto diverse; di non demonizzare il sistema dell'accoglienza extra alberghiero, come Airbnb, perché per molte realtà è un servizio necessario.

Daniele Brunati, presidente Amici di Como, ha richiamato la necessità di coordinare le tante iniziative sui territori per non creare sovrapposizioni o addirittura concorrenza e offrire un servizio migliore. Mentre **Walter Monzani**, dirigente del Centro commerciale il Globo, ha suggerito una collaborazione con i centri commerciali per promuovere ulteriormente la nostra offerta turistica. E infine **Miriam Tirinzoni**, di Mt Consulting e Mt Fashion, ha ribadito l'elevata qualità che la Lombardia sa offrire, anche in ambito turistico.

Proprio sul coordinamento dell'offerta turistica, l'assessore Mazzali ha invitato tutti gli operatori ad utilizzare il portale regionale in-lombardia.it, la vetrina virtuale che raccoglie tutte le proposte turistiche lombarde.

Con un incoraggiamento ad andare avanti tutti insieme ha concluso l'incontro **Alessio Laurenzano**, direttore generale del Gruppo Netweek, che ha ringraziato l'assessore Mazzali e tutti gli ospiti, tra i quali anche **Renato Pagani**, manager di Sec Newgate, **Antonio Peccati** e **Alberto Riva**, presidente e direttore di Confcommercio Lecco, **Piermario Donadoni** e **Domenico Tenca** di Itav Iniziative Turistiche Alta Valsassina, **Angelo Colombo**, vice presidente di Rete imprese montagna Lago di Como, e **Giacomo Camozzini**, presidente di Gal Quattro Parchi Lecco Brianza.