

Rassegna stampa  
25-26-27 maggio 2024

**26 maggio 2024**

  
CONFCOMMERCIO  
**LECCO**  
Presenti, futuro

# La Provincia di Lecco

DOMENICA 26 MAGGIO 2024 • EURO 1,50  FONDATO NEL 1988 • [www.laprovinciaunicatv.it](http://www.laprovinciaunicatv.it)



**CAMERA DI COMMERCIO**  
SOSTEGNO AL TURISMO  
«FARE SQUADRA»  
SERVIZIO A PAGINA 19

LA PROVINCIA  
DOMENICA 26 MAGGIO 2024

## Economia

  
[ECONOMIALECCO@LAPROVINCIAUNICATV.IT](mailto:ECONOMIALECCO@LAPROVINCIAUNICATV.IT)  
Tel. 0341.490.111

[ECONOMIASONDRIO@LAPROVINCIAUNICATV.IT](mailto:ECONOMIASONDRIO@LAPROVINCIAUNICATV.IT)  
Tel. 0342.511.555

**26 maggio 2024**

**L'INTERVISTA FABIO DADATI.** Presidente Lariofiere, è consigliere della Camera di commercio Como Lecco

## «SERVIZI PER IL TURISMO OPERATORI E ISTITUZIONI DEVONO FARE SQUADRA»

LEA BORELLI

Il Lago di Como, le valli, le montagne, il turismo luxury e quello business, come promuovere un territorio così multiforme? Fabio Dadati è stato eletto come consigliere espressione del settore turismo all'interno della nuova giunta della Camera di commercio Como-Lecco, le deleghe verranno distribuite nella seduta del 17 giugno e in questa intervista risponde in veste di rappresentante del comparto. Attuale presidente di Lariofiere, imprenditore nell'hospitality, tra gli incarichi ricoperti in passato, è stato assessore al Turismo della provincia di Lecco e coordinatore del Sistema Turistico del Lago di Como.

**Il turismo è uno dei settori in maggior espansione nell'area lariana, come vi muoverete?**

Il concetto principale è la continuità amministrativa, non è che cambiano il consiglio e la giunta e si butta via tutto quello che è stato fatto prima, continueremo a sviluppare le attività partite con il mandato precedente come il progetto del golf, il turismo attivo, la promozione dei laghi e delle aree con minor reputazione turistica. Credo che la prima cosa da fare sia confrontarsi con tutti gli attori per fare il punto sullo stato dell'arte e sui problemi che cambiano costantemente seguendo la dinamica di un settore che impatta molto sul territorio e viceversa. Le associazio-

ni di albergatori, bed&breakfast, case vacanza, i soggetti che si occupano di mobilità, le amministrazioni provinciali e comunali, i distretti, le comunità montane, i tour operator, le agenzie di viaggio, i rifugisti, le associazioni di categoria e i sistemi imprenditoriali. Non sarà organizzata un'assemblea, ma momenti di approfondimento specifici con i diversi soggetti.

**Avete in mente un piano di azione?**

Occuparsi dei fondamentali, andando a sondare le competenze per trovare una modalità di lavoro che risponda alle esigenze del settore e del territorio. Pensiamo per esempio al turismo luxury, soprattutto comasco, in questo mondo internazionale la promozione turistica la stanno già facendo molto bene gli alberghi a cinque stelle, invece che metterci noi come Camera di commercio a promuovere il lusso direttamente, ha più senso lavorare insieme agli albergatori cercando di facilitare le loro attività. In altri settori dove invece le risorse sono inferiori e le aziende sono più piccole, subentra la Camera, il sistema, che è quello che si è fatto fino a oggi. Il punto è dare spazio a chi ha maggiori competenze senza sovrapporsi. Credo sia importante essere pragmatici e concreti, razionalizzando e valorizzando chi sta già operando in modo efficiente e rendere le sue azioni più di sistema.

**Jean-Marc Droulers sulle colonne**



Fabio Dadati è il presidente di Lariofiere

**di questo giornale in merito al turismo lariano ha affermato nei giorni scorsi che "sul Lago di Como siamo all'apice, probabilmente tra tre o quattro anni ci sarà un'inversione di tendenza" è d'accordo?**

Oggi siamo in una fase altissima, siamo quasi arrivati al tetto della capacità di accoglienza turistica delle due province. Credo che

Droulers intendesse non che ci sarà un crollo, ma un assestamento sugli arrivi che si sono sviluppati, non solo sul Lago di Como, nel post Covid. Abbiamo numeri eccezionali, ma abbiamo anche tante aree che possono svilupparsi di più, anche se francamente sono convinto che ci sono zone, come Lecco o la

## 26 maggio 2024

Brianza, che non arriveranno mai ad avere i numeri di Bellagio, sono luoghi con storia, contesto sociale e tessuto economico completamente diversi. Bellagio ha una realtà secolare di notorietà, ci sono aree che questa notorietà non l'avranno mai, ma non è un fatto negativo, è positivo perché ogni territorio può continuare a sviluppare le sue specificità. A Lecco c'è il primo campus in Italia per importanza del Politecnico di Milano e il Cnr, che portano studenti, famiglie, ricercatori, convegni e gruppi di studio, anche questo è turismo.

**Non una strategia a pioggia uguale per tutti, ma a ognuno secondo le sue caratteristiche?**

Una volta, al tempo dei Sistemi Turistici, c'erano i club di prodotto: i capoluoghi, il lago, la Valsassina, le montagne, la Brianza, avevano tutti dinamiche diverse perché hanno oggettivamente esigenze differenti.

**Quali sono i problemi più complessi da affrontare?**

Più volte ho proposto in passato di costituire un tavolo di confronto e fare un'indagine, che in parte avevo già avviato, sui servizi: la disponibilità del trasporto pubblico, i parcheggi, la raccolta dei rifiuti, l'energia, abbiamo bisogno di capire quanto il territorio è in grado di accogliere e sulla base di questo ragionare. Magari ci accorgiamo che il problema non è il turista che si ferma a dormire, ma chi viene in giornata, come succede a Venezia e in altre mete turistiche. Nessuno ha la bacchetta magica e sono coinvolti tanti soggetti differenti: chi dà i permessi, chi dà le licenze, chi deve fare i controlli e così via. Poi c'è la questione delle case vacanza che più che un problema di concorrenza agli alberghi è un tema legato alla sostenibilità di una comunità che rischia di spopolarsi e la tematica della sicurezza che è fortemente impattante. Un luogo è accogliente per il turista nel momento in cui è accogliente per chi ci vive, se c'è una buona qualità di vita, automaticamente il turista che arriva vive una bella esperienza.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Accoglienza Sono attive più di 5mila imprese

Le imprese lariane che operano nel turismo sono 7.636 (5.055 in provincia di Como e 2.581 in provincia di Lecco) e rappresentano il 9% delle localizzazioni iscritte all'anagrafe della Camera di commercio di Como-Lecco a fine 2023.

Rispetto al 2022 le realtà attive nel comparto sono cresciute dell'1,2%, pari a +90 unità (+0,8% a Como e +2% a Lecco, rispettivamente +50 e +40), contro il +0,9% regionale e il +1,1% nazionale. Nei confronti con il 2016 l'aumento è stato del 15,3% (+1.014 localizzazioni, +624 a Como e +390 a Lecco, rispettivamente +14,1% e +17,8%), a fronte del +10,7% lombardo e del +14,8% italiano.

Quasi metà delle localizzazioni turistiche lariane opera nel comparto della ristorazione (47,4%, oltre 3.600 unità); i bar rappresentano quasi un terzo di tutte le realtà del comparto (30,2%, circa 2.300); gli alloggi sono il 18,3% (poco meno di 1.400); agenzie di viaggio, tour operator e attività connesse compongono il restante 4,1% (circa 300).

Sul fronte occupazionale il comparto del turismo lariano, a fine 2023, dà lavoro a oltre 31.300 addetti, pari al 10,6% della forza lavoro totale impiegata, contro l'8,2% della Lombardia e il 10,4% dell'Italia. Gli operatori delle aziende comasche sono quasi 22mila (l'11,8% del totale provinciale), mentre le imprese lecchesi occupano circa 9.500 persone (8,5%). Nel 2023 gli addetti sono aumentati di quasi 1.800 unità (+6%): 1.400 persone a Como (+6,9%) e 361 a Lecco (+3,9%); Lombardia e Italia crescono entrambe del 5%. Rispetto al primo gennaio 2016, il numero dei lavoratori lariani nel settore è cresciuto del 47,9%, oltre 10mila unità: 6.932 a Como (+46,6%) e 3.210 a Lecco (+50,9%). **L. Bor.**