

L'intervista «Migliorare l'accoglienza, incentivare la parte congressuale e potenziare la navigazione»

# «Turismo, Como e Lecco si devono alleare»

Il ministro **Brambilla**: «È necessario un sistema unico per il rilancio del settore»

«Il territorio comasco e quello lecchese devono collaborare, ragionare come un unico sistema» per poter ottenere un vero rilancio del settore. È quanto sostiene il ministro Michela Vittoria **Brambilla** (nella foto), titolare del dicastero del Turismo. Che aggiunge alcuni punti a suo giudizio essenziali su cui il Lario deve lavorare: il miglioramento dell'accoglienza, lo sviluppo della parte congressuale e il potenziamento della navigazione.



A PAGINA 3 Bambace

## La crisi del turismo

**Intervista all'esponente del governo**

**Achille Mojoli** «Como offre obiettivamente ancora poco ma il lavoro che abbiamo avviato darà i frutti sperati, credo abbastanza presto»

**Francesco Scappelliti** «Como non è stata in grado di presentare al turista ciò che potrebbe offrire. Finora nessuno è riuscito a fare una vera politica turistica»

# Il ministro: «Como deve fare sistema con Lecco»

Michela Brambilla: «La collaborazione attuale non basta. E tutti devono imparare l'inglese»

### Zona Affari



Tra il 2008 e il 2009, la zona "Affari" del turismo comasco è l'unica che ha fatto registrare un deciso incremento. Il settore alberghiero, a Sud del capoluogo, è cresciuto del 18,7%. Gli arrivi hanno superato per la prima volta quota 300mila unità

### Como Città



Segno meno per il turismo della città di Como nel raffronto tra il 2008 e il 2009. Sia gli arrivi che le presenze sono decisamente calati. I primi hanno fatto registrare una flessione del 10%, le seconde addirittura un calo superiore, sfiorando il 12%

«Como e Lecco devono ragionare come un unico sistema turistico, in modo ancor più coeso di quanto abbiano fatto finora». Collaborazione, inglese, turismo congressuale e potenziamento della navigazione: è questo, secondo Michela Vittoria **Brambilla**, il poker d'assi da calare sul tavolo del (ri)lancio turistico comasco.

«Le province di Como e Lecco già collaborano - premette il ministro del

Turismo - ma il sistema deve ragionare, ancor di più, come un'unica entità. Detto questo, dobbiamo analizzare i flussi turistici comaschi: il 70% degli 800mila arrivi annuali è straniero. Diventa perciò fondamentale sviluppare una politica dell'accoglienza che passa, innanzitutto, dalla conoscenza dell'inglese». Si calcola che a Como soltanto il 10% della popolazione conosca l'inglese. «È fundamenta-

le - precisa il ministro - che tutti, dalla commessa al giornalista, conoscano un po' di inglese. Comunicare con gli stranieri interessa tutti: si calcola che il turista, per ogni euro speso in hotel, ne spenda altri tre in altre strutture».

Per allungare la stagione turistica lariana, la **Brambilla** punta sui congressi. «Anche nei momenti bui il turismo congressuale ha fatto segnare trend positivi. Il lago di



Como deve proporsi come location d'eccellenza per meeting e congressi, anche per far lavorare il turismo in bassa stagione. Non dimentichiamo che a Cernobbio esiste un centro congressi come Villa Erba». Agli albergatori la Brambilla consiglia poi di diversificare l'offerta.

«Il turista oggi cerca strutture con centri benessere per fare sport o percorsi enogastronomici e culturali».

Michela Vittoria Brambilla, lecchese, conosce ovviamente bene il Lario. «Credo che la mission della società di Navigazione, oltre a soddisfare le esigenze dei pendolari, sia intercettare le esigenze dei turisti. Per il 2010 è prevista una ripresa della domanda. Dobbiamo assolutamente intercettarla».

#### PROVINCIA E COMUNE

Il dibattito sul turismo lariano continua, oltre che con l'intervento del ministro, anche con le reazioni degli amministratori locali. Il vicepresidente dei tour operator internazionali, venerdì, sosteneva che oltre ai posti letto a Como c'è nulla (o quasi).

«È vero - dice Achille Mojoli, assessore al Turismo di Villa Saporiti - condivido. Perciò stiamo mettendo a punto una strategia che ci permetta di intercettare gli interessi del turista». Un'offerta che, comunque, non sarà pronta prima dell'estate 2011, stagione in cui dovrebbe essere lanciato il nuovo marchio "Lago di Como" che Provincia, Camera di Commercio e Associazione Albergatori stanno creando. I progetti si moltiplicano, ma la gran parte delle idee deve ancora andare in porto.

«Como offre obiettivamente ancora poco - rico-

nosce Mojoli - ma il lavoro che abbiamo avviato darà i frutti sperati, credo abbastanza presto». L'assessore provinciale al Turismo punta su sport e cultura, per tentare di trattenere a Como i vacanzieri.

«Abbiamo stampato guide di trekking, mountain bike e motociclismo. Entro l'Expo 2015 vogliamo avviare un percorso sul Razionalismo. E siamo entrati nel circuito di un tour operator che si occupa di far viaggiare gli appassionati di golf».

Un'altra idea è legata alla fine della seconda guerra mondiale e alla caduta del fascismo. «Un percorso storico sugli ultimi due anni della guerra, da Giulino di Mezzegra, dove venne fucilato Mussolini, al museo della Resistenza di Dongio».

In cantiere ci sono poi due progetti legati allo sport, che non partiranno prima dell'estate 2011.

«Metteremo in rete le più belle salite ciclistiche - spiega Mojoli - con un servizio di cronometraggio: Ghisallo, Onno, Nesso, Pian dei Resinelli (Lecco). A Pusiano, invece, apriremo un centro di canottaggio legato al campione del mondo comasco Daniele Gilardoni. Il progetto è già stato finanziato dalla Regione Lombardia».

Anche Francesco Scopelliti, assessore al Turismo del Comune di Como, dà ragione, «ma soltanto in parte» dice, a Mario Bevacqua: il vicepresidente dell'Uftaa, l'associazione di tour operator e agenzie di viaggio, ha fatto intendere che a Como, oltre ai posti letto, c'è poco o nulla. «Non è proprio così - spiega Scopelliti - diciamo che Como non è stata in grado di presentare al turista ciò che potrebbe offrire. Finora nessuno è riuscito a fare una vera po-

litica turistica. Chi viene in città, dopo aver visto il centro e il lungolago pensa di aver girato Como. E invece, stiamo lavorando per offrire ai turisti alcuni pacchetti culturali legati alle ville, all'arte Romanica e al Razionalismo. Quest'ultimo, in particolare, inizierà ad aprirsi e toccherà Palazzo del Fascio, Asilo Sant'Elia e piazza Camerlata».

Sull'offerta alberghiera, invece, Scopelliti osserva che «Como ha sempre puntato sulla fascia alta, mentre oggi il cliente è in cerca anche di soluzioni meno costose, come i Bed & Breakfast».

Per Alessandro Clovis, presidente del Convention Bureau, ente privato di promozione turistica, Como paga una mancanza di investimenti in marketing turistico. «Chi si occupa di promozione? - si chiede Clovis - Quanto si spende? Venezia è conosciuta all'estero, vero, ma organizza iniziative e manifestazioni di richiamo mondiale. La promozione è un investimento, e come tale costa. Non basta invitare i tour operator qualche volta a Como, il rapporto con gli addetti ai lavori dev'essere costante. La stagione, a Como, è ancora troppo corta».

**Andrea Bambace**



Michela Brambilla è il ministro del Turismo. Lecchese, ha sempre fatto l'imprenditrice

### Permanenza media



Nel 2009, mediamente i turisti italiani e stranieri si sono fermati sul nostro territorio per 2,57 giorni, in calo rispetto al 2008 (2,63). A Como si fermano più gli stranieri (2,88) rispetto agli italiani (2,07). In assoluto, la permanenza media più alta è degli irlandesi (4,90).