

**L'INTERVISTA MAURO PAROLINI.** Assessore regionale al Turismo: «Como? Non ha risentito del dopo Expo»

# «DAL LARIO AL GARDA IL TURISMO CRESCE MA SI PUÒ FARE DI PIÙ»

MARILENA LUALDI

Il Lario continua a conquistare turisti e la Lombardia pure, anche con il suo aiuto. Ma non si può restare fermi a vivere il momento, bisogna continuare a investire sul futuro, in termini di qualità, aree da scoprire e stagioni da allungare. Lo afferma l'assessore regionale Mauro Parolini.

**Dal rapporto Unicredit 2017 la Lombardia, con oltre 37,8 milioni di presenze turistiche, è la terza regione nella classifica italiana: lo deve anche a brand come il lago di Como?**

La Lombardia è tra le aree che stanno crescendo nella reputazione, oltre che nei numeri. Sta puntando su un turismo che non trascura nessuno e anche su quello d'élite, che giova in termini di reputazione. Si poteva temere che in alcune aree il totale del 2016 fosse inferiore all'anno precedente dopo Expo. E un po' lo si è sentito, ad esempio a Milano o Monza: era comprensibile. Nel resto della regione, soprattutto a Como e sul lago di Garda la crescita è rimasta imponente. Per il Lario si parla di +5,1% arrivi del 2016 sul 2015, +12,5% sul 2014. Per quanto riguarda le presenze, l'aumento supera l'11% e il 2017 conferma la tendenza. Insomma, se cresce così... Siamo soddisfatti, perché la nostra economia sta ripartendo sulle esportazioni di merci e turismo.

**L'artigianato chiede il riconoscimento come bene Unesco e il sottosegretario al Turismo si unisce, per il legame tra i due settori. Prezioso anche da noi?**

Noi abbiamo l'unica legge sul turismo che cita espressamente l'artigianato. C'è una logica tra-

sversale di tutte le componenti, l'attrattiva non si coltiva a settori. Uno dei grandi motivi dell'attività della nostra Regione è coltivare questa trasversalità.

**Gli automatismi non esistono, nemmeno nei territori già vocati?**

Esatto. Siamo lontani dalla saturazione. C'è ancora possibilità di assorbimento in determinate aree. E sistano estendendo. Anche nelle zone più vocate facciamo in modo che il fenomeno non sia a macchia di leopardo.

**Sempre il rapporto Unicredit con Touring club evidenzia l'impatto del digitale. Il progetto in corso a Lariofiere, ad esempio, è un contributo importante?**

Direi proprio di sì. Ormai non ci sono più elementi che si riproducono tali e quali in settori separati. L'approccio per le informazioni oggi può avvenire su web e poi magari le prenotazioni attraverso le forme tradizionali, ad esempio. O si riesce a gestire la multicanalità o si rischia di stare fuori.

**I capoluoghi hanno ruolo di traino. Como in testa.**

Como e Lecco sono gli unici capoluoghi che stanno sul lago. Vede, noi abbiamo puntato a promuovere i capoluoghi di provincia come località belle da visitare e dove stare, ricche d'arte e cultura.

Abbiamo investito quasi 600mila euro nell'iniziativa **Cult**

**City**. Si sta svolgendo, ma i primi risultati sono interessanti. Poi la rete di infopoint. Per il nuovo servizio al Broletto abbiamo puntato oltre 300mila euro. C'è una riorganizzazione complessiva della rete, perché la gente ha bisogno anche dell'assistenza dei luoghi fisici, riconosciuti e ben attrezzati. Con operatori che sono ben informati e conoscono le

lingue. Oltre a saper accedere alla rete. Ecco, questo impegno qualifica la Regione come quella del servizio turistico più elevato.

**Per quanto riguarda la Navigazione, anche sulla scia dell'aumento del trend turistico, da più parti si leva la richiesta di un potenziamento. Le ha "cantate" recentemente anche Van De Sfroos: il lago deve unire...**

È una grande opportunità da cogliere. Esiste un servizio apprezzabile, ma ci sono aree in cui potrebbe essere più attrezzato. Siamo lavorando su questo. La gestione della navigazione è disponibile ad adeguarsi alle richieste e c'è la volontà di collaborazione. **In alcune località italiane e soprattutto straniere c'è un movimento che dice no al turismo a tutti i costi. Che cosa pensa lei? Avanti tutti i tipi, low cost e d'élite, oppure no, o ancora vanno semplicemente governati?** Guardi, noi siamo avvantaggiati, perché la Lombardia accresce appunto la propria reputazione. Scelta anche da chi può spendere, però io credo che il turismo debba essere qualcosa di cui devono godere tutti. Ci sono offerte per tutte le tasche, ad esempio nei voli. Però ci deve essere qualità nell'accoglienza a qualunque tipologia di offerta. Sì, secondo me si può creare valore aggiunto in ogni segmento di turismo. L'importante è che uno arrivi, spenda, ma i margini siano adeguati.

**Prima parlava anche delle aree ancora da far crescere: il territorio di Como ne ha molte.**

Sì, sono convinto che a Como come in tutta la Lombardia ci siano aree ancora sottoutilizzate, belle e poco conosciute. Non solo, c'è ancora un margine che si può tradurre in attività volte ad allungare la stagione. Il clima ci aiuta, bisogna portare avanti il turismo

esperienziale. Una questione decisiva è la qualità di chi lavora. Abbiamo anche imprenditori giovani ed è importante la preparazione, perché come le dicevo una porta a casa l'esperienza, positiva o negativa. Quindi il fattore umano conta e così la formazione continua.

**Come il livello delle strutture. Non a caso anche l'edilizia ha stretto un patto con il turismo?**

Partiamo da un buon livello, ma c'è comunque tanto da fare. Abbiamo messo a disposizione 60 milioni, di cui già 32 sono andati alle imprese. Un contributo a fondo perduto che già ha visto un primo decreto di assegnazione su 1.500 domande. Interventi su attività ricettive, bar, ristoranti, bed and breakfast: anche questo migliora in modo diffuso la qualità dell'accoglienza. Non possiamo permetterci di restare fermi, mai.

**Economia**  
L'azienda che produce  
L'azienda che produce  
L'azienda che produce

**«DAL LARIO AL GARDA IL TURISMO CRESCE MA SI PUÒ FARE DI PIÙ»**

**HOLDING INDUSTRIALE**  
DISTRETTO SERICO COMASCO

Il riferimento ad una delle sue partecipazioni è in realtà il settore economico (permette) opera nel settore di ricerca, sviluppo e produzione di materiali e prodotti di alta tecnologia di proprietà di una delle sue partecipazioni (permette) (permette) (permette)

www.italia.it

## I numeri

### In aumento soprattutto tedeschi: +22%

La crescita sul Lario si consolida con gli stranieri: in particolare, la scorsa estate i loro pernottamenti sono aumentati del 14,7% (+2,2% gli italiani).

Con differenziazioni sul territorio. Leader indiscussa - come nell'export del manifatturiero - la Germania con 392mila pernottamenti nei primi nove mesi del 2016, in forte incremento rispetto al 2015 (+22,5%). Più tedeschi negli hotel (+15,6%), ancora meglio sono andati gli esercizi extralberghieri (+31,6%). Secondi gli inglesi, con 328mila presenze (+9,5%); le strutture complementari hanno registrato un trend da record, ovvero +56,8%. Poi la riscossa dei Paesi Bassi (+10,9% e una predilezione storica per le strutture extralberghiere). Quarta l'America, quinta la Svizzera che - a differenza dell'export - cresce. Note amare, la Russia, calata del 12% e la Cina scesa del 19,5%.



Mauro Parolini, assessore regionale al Turismo