

I dati a Sondrio «Verso una città a misura di turista» Le nuove strategie

Tracciato un "identikit" del visitatore. Nel 2016 sono state 30mila le presenze. L'80% è legato agli affari, il 20% cerca esperienze. **CASTOLDIA PAGINA 9**



L'assessore Marina Cotelli

■ «Sondrio oggi ha un'identità più certa e profilata, che va consolidata»

Turismo a Sondrio, lavori in corso

Nuovi flussi. L'assessore Cotelli ha tracciato un "identikit" del visitatore - Nel 2016 sono state 30mila le presenze. L'80% degli arrivi è legato agli affari, il 20% è a caccia di esperienze e nel weekend vuole prendersi il suo tempo

SONDRIO

CLARA CASTOLDI

Sondrio città a misura di cittadino e di turista. Città naturalmente slow, per via del tempo lento di vita e dei ritmi degli spostamenti, slow grazie a una minore difficoltà rispetto ad altri centri nella conciliazione fra famiglia e lavoro, ma anche grazie alla presenza di piccole e grandi perle architettoniche e ambientali-naturalistiche. Un'immagine da valorizzare e potenziare a favore di un aumento dell'afflusso turistico.

Lo scenario

Questo lo scenario che l'assessore alla Cultura, Marina Cotelli, ha delineato in un articolato intervento in occasione del convegno tematico sul turismo responsabile tenutosi a Chiuro, all'interno del progetto "Camminaforeste" di Ersaf. Il Comune di Sondrio ha portato l'esperienza del progetto "Cult city", pensato dalla Regione e seguito dalla stessa con una sorta di tutoraggio nei capoluoghi lombardi. Progetto che è durato un anno «e da qui

– ha sottolineato Cotelli – comincia la vita vera della città». Seppure **Cult city** non abbia avuto una declinazione marcatamente culturale, in realtà l'ambiente è entrato di diritto nelle caratteristiche peculiari che la città offre e in quelle che il turista apprezza. «Ci siamo domandati - ha proseguito l'assessore -: come percepiamo il territorio in cui viviamo? Come comunicare il patrimonio culturale e ambientale? Come attrarre turismo senza creare infrastrutture impattanti, ma migliorando quello che c'è già?».

I dati

Per rispondere a queste domande, sono stati portati dei dati: se nel mandamento di Sondrio si stimano 130mila presenze all'anno, la sola Sondrio ne ha registrate nel 2016 30mila, con 7 alberghi, 7 b&b e 4 residence per un totale di 400 posti letto e una capacità effettiva di accoglienza di 100mila visitatori. La presenza turistica a Sondrio è per l'80 per cento legata al turista di business, mentre per il 20 per

cento a city break esperienziali di uno o due giorni. Partendo da questo screening, il Comune ha lavorato su due patrimoni: «Quello materiale con interventi su singoli luoghi come, ad esempio, il rifacimento del piazzale d'arrivo della stazione che è il migliore biglietto da visita per chi arriva, oltre che un invito a usare il treno come mezzo per raggiungere la città, e quello immateriale - ancora Cotelli -. A me interessa molto quest'ultimo aspetto culturale, ragionare su quali siano i valori della città, lavorare sulla comunicazione e sulla rete di connessione fra vari soggetti. "Cult" ha assunto, quindi, due macro-accezioni: Cult come abbreviazione di cultura con la conseguente individuazione di mete di itinerario culturale e Cult come luogo del desiderio, verso quale andare. Abbiamo individuato lo slogan: sei a Sondrio, quindi "take your time", prenditi il tuo tempo, stimolando il tema del respiro e del tempo lento».

Le mete

Che fare, dunque, a Sondrio? Dieci le mete in 48 ore: si può andare alla scoperta dei due fiumi che attraversano Sondrio, del Sentiero Valtellina, della Via dei terrazzamenti, del santuario della Madonna della Sassella, fare una passeggiata nel centro storico, conoscere le cappelle della Madonna dell'uva, la Valtellina wine trail, i vigneti. Ma si è lavorato anche sulla conoscenza della città da parte di chi vive con visite guidate destinate a tutti, anche ai turisti, ma con la non nascosta finalità di intercettare i cittadini. E, ancora, si è lavorato su temi culturali come per il recupero del Teatro sociale o turistici con l'apertura, sette giorni su sette, dell'infopoint in una zona centrale, capace di intersecare la propria azione con gli altri soggetti. «Tutto questo per dire che non è l'infrastruttura materiale quella che farà la differenza soprattutto in relazione ad una realtà come la nostra che deve valorizzare altri aspetti - ha concluso -. Oggi dopo un anno di traversata, Sondrio ha un'identità più certa e profilata, che va consolidata».



L'inaugurazione dell'infopoint con le Ladiesgang FOTO GIANATTI

