

Quando il turismo diventa “cult” Nuovi totem e tante manifestazioni

Progetto Comune-Regione. Presentato dagli amministratori e l'assessore regionale Magoni. E il tema “Promessi Sposi” viene definito «centrale per la cultura e la tradizione della città»

MARCELLO VILLANI

Cult City, ovvero il volano del turismo lecchese. Un progetto misto Comune-Regione Lombardia che si è sviluppato su più fronti, e che è stato (ri)presentato ieri a Palazzo delle Paure davanti al neoassessore al Turismo di Regione Lombardia **Lara Magoni**.

Francesca Bonacina, sua omologa comunale, ha raccontato le diverse azioni intraprese, l'ultima delle quali è l'installazione di una dozzina di totem informativi in zone strategiche della città per dare le “info” base ai turisti. Una mappa, foto, indicazioni generiche, ma che ora, dopo anni di richieste (anche da queste colonne), fanno bella mostra di sé in luoghi che servono ai turisti (e non solo). Sono stati installate anche due colonnine ricarica cellulare, una all'Imbarcadero e una all'arrivo ai Piani d'Erna della Funivia.

Le ringhiere del lungolago

E sul tema Promessi Sposi, definito “centrale per la cultura e la tradizione della città”, oltre alle anamorfosi sulle ringhiere del lungolago di via Raffaello (che saranno terminate nei prossimi giorni, tempo permettendo), dipinte a vernice dal Writer romano “**Kenj**” **De Angelis**, sono state realizzate anche delle sagome sui vari personaggi del ro-

manzo manzoniano. Le sagome dei Promessi Sposi, in lamiera di 12 millimetri realizzate con taglio laser dalla Metal Monga e montate in diversi punti della città (la prima è stata quella di Fra Cristoforo montata nel convento di Pescarenico), sono un'altra novità assoluta. E presto sarà montata anche sopra il Vallo delle Mura una sagoma del “rappresentante” della famiglia Visconti, ovvero il Conte Azzone. Ci saranno dei beacon (dei segnalatori bluetooth) che manderanno sui cellulari stralci

■ Quattro i pacchetti turistici per dare una spinta ulteriore a chi vuol visitare il territorio

del romanzo sia in testo che in video.

Oltre a queste novità assolute, l'assessore Bonacina insieme all'assessore alla Cultura **Simona Piazza**, ha presentato anche tutte le altre azioni intraprese: «Diversi prodotti comunicativi sono stati realizzati con **Explora** (la società di Regione Lombardia che promuove fiere ed eventi lombardi), e il suo brand “InLombardia”. Il valore ag-

giunto non è legato solo alla molteplicità di soggetti intervenuti, ma al fatto che alcune situazioni sono state per noi un “laboratorio diffuso” di turismo».

Gli studenti e i gadget

Tantissime le manifestazioni organizzate. Quattro i pacchetti turistici (prodotti da Lake Como Food Tours) espressi da Cult City a Lecco. Spinta la formazione (marketing digitale e web reputation, turismo esperienziale, l'università del Turismo). I corsisti del turismo esperienziale si sono auto organizzati in Lecco Experience per proporre altri pacchetti turistici.

E anche il tema dei gadget turistici è stato affrontato: «Nel momento in cui si deve prototipare un gadget - ha spiegato Bonacina - si discute anche su quali siano davvero i luoghi di attrazione che restano nell'immaginario del turista». **Davide Riva** vicepresidente di Confartigianato ha spiegato che per partire a creare l'oggetto, il gadget, sono state seguite le linee guida del Comune. E ha stretto alleanze con Medardo Rosso (coinvolto nell'ideazione), e il Centro formazione professionale Consorzio Consolida (coinvolto per la produzione). Gadget che saranno venduti all'Infopoint di Palazzo delle Paure.



I nuovi totem turistici



Il sindaco Virgilio Brivio con l'assessore regionale Lara Magoni

