

Primo Piano

Turismo da far decollare

Ora si fa sul serio: Lecco e Como 4.0

Parte una nuova piattaforma. Il brand "Lake Como" promuoverà entrambi i territori con l'aiuto di Lariofiere. Il sito sarà utile a tutti, anche alla piccola struttura turistico commerciale, per la diffusione delle proprie attività

MARCELLO VILLANI

Sarà presentata fra pochi giorni agli operatori la nuova piattaforma di promozione turistica del Lago di Como. Lecco e Como uniti come brand e come destinazione turistica.

Non è, francamente, il primo tentativo, in tal senso. Ma questa volta sembra che le due province, anzi i due territori, facciano sul serio. Il brand "Lago di Como", o "Lake Como", sembra voler decollare davvero.

Andrea Camisasca, membro in scadenza della Camera di Commercio di Como, delegato al turismo di Confcommercio, neo consigliere di [Explora](#) (il destination management organisation di Regione Lombardia), e fautore di [Lakecomo.is](#) insieme a **Silvio Oldani**, direttore di Lariofiere, è chiaro: «Devo dire che la gestazione è stata assolutamente lunga. Avevamo un vecchio prodotto web molto complicato, un prodotto 2.0 che è stato lento ad avviarsi. In cambio dell'organizzazione dei lavori, abbiamo chiesto il caricamento dati al servizio Turismo della Provincia di Lecco, ma il dominio era gestito dalla Provincia di Como. Ora è diventato un prodotto nuovo, che vuole dare la possibilità agli operatori di creare la loro visibilità a partire dalla loro capacità di offrirsi sul mercato».

Ambiente e cultura

Camisasca spiega meglio: «Il dominio "Lakecomo.is" è ancora della provincia di Como, in-

sieme a "Lake como.it" e "Lakecomo.com" ma non è questo il problema: la piattaforma vuole offrire entrambi i territori nel loro meglio: green, percorsi naturalistici, ambiente, cultura,

storia. Il tutto in ottica milanese, visto che noi ne siamo le propaggini turistiche. Se partirà bene sarà per gli operatori che ci crederanno, questo è sicuro».

Infatti Lariofiere, come nuova Destination Management Organisation (Dmo) porterà dei tour per operatori e per chi, tra di essi, volesse avere un training specifico: «Basta che mandi una mail o faccia una telefonata a Lariofiere con la disponibilità a farsi guidare e noi lo guideremo, aggiornandone le competenze - spiega

■ La gestazione è stata lunga ma ora è tutto pronto per la presentazione

■ «Basta campanilismi: bisogna creare aree turistiche con sistemi integrati»

Camisasca -. Voglio che Lariofiere sia di supporto alle attivi-

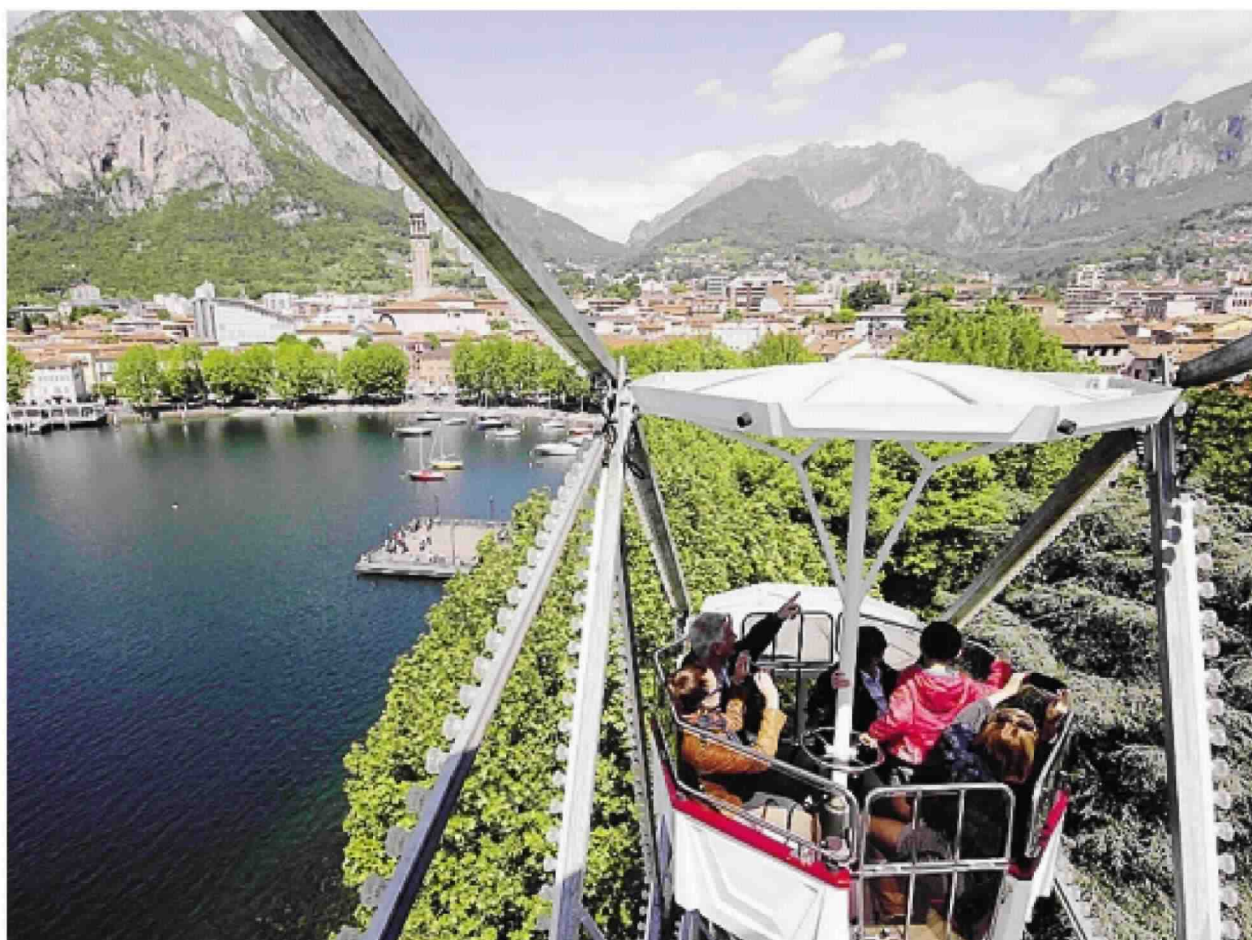
tà in essere caricando dati, eventi, attività. Vogliamo che gli operatori siano dinamici ma senza training e formazione questo non può avvenire. Un sito come questo vive solamente se è vissuto e "vivo". Sarà utile a tutti, anche alla piccola struttura turistico commerciale».

Lakecomo.it, insomma, è un sito "open source", che utilizza la piattaforma Google e al quale Lariofiere ha lavorato tanto. Il TTT (Tourism Think Tank) di North Lake Como è stato un primo passo in questa direzione: «Lì abbiamo presentato il sito, Lariofiere, [Explora](#), e abbiamo parlato di turismo in modo nuovo».

«Contestazioni assurde»

A Lecco, però, c'è il sempre dubbio che legarsi a Como sia come affossarsi, visto che Como è molto più forte, turisticamente parlando: «È la stessa cosa che mi dicono quelli di Bellagio quando dico di fonderci con il Garda. Contestazioni assurde. Bisogna creare aree turistiche con sistemi integrati. Non chiamateli distretti, se volete, ma apriamo un qualcosa che sia di più ampie vedute possibile. Ci sono tre mali nel turismo: il disordine ovvero il cattivo mantenimento dei luoghi, la gestione poco efficace delle infrastrutture (per esempio la ferrovia che è una vergogna: per arrivare da Lecco a Como e ci metto un'ora e mezzo). E il terzo male è il campanilismo: siamo nell'Italia dei mille co-

«... muni. Lo dico senza vergogna: ci sono troppi Comuni. E ancor più campanili. E pochi hanno delle idee chiare».



Lecco vista dalla ruota panoramica sul lungolago

