

## L'analisi del presidente degli albergatori

# E il turismo vede rosa grazie agli stranieri



### Le criticità

Serve  
un referente  
unico  
sul territorio  
e quindi  
un tavolo di  
coordinamento

«Per gli appassionati di arte e architettura l'opera di Daniel Libeskind è un valore aggiunto», dice il presidente degli Albergatori di Como, Roberto Cassani, a una settimana dal prossimo direttivo. «Grazie al monumento si è creato un afflusso notevole di turisti sulla diga, che prima non esisteva oggettivamente. Era un luogo dimenticato. Certo, abbiamo dei concorrenti. Penso al lago d'Iseo con l'installazione dell'artista Christo, la passerella che sarà aperta dal 18 giugno al 3 luglio, lunga 4,5 km e larga 16 metri, che sta facendo molto parlare di sé. Ma è un'opera temporanea. Libeskind al contrario è un dono permanente».

E sulla necessità di progetti concreti e di lungo periodo per Como, Cassani insiste. «Peccato per la grande mostra di Villa Olmo, che quest'anno mancherà. Le ultime tre erano di nicchia, non significative come attrattori turistici. Certo, ogni evento culturale è un arricchimento, ma la villa deve diventare sede permanente di mostre, e un museo serio, ad esempio con un bookshop. Insomma, in altre parole servono programmazione e promozione».

Ma il turismo 2016 sul Lario come sarà? «La finale di Champions ha portato bene, gli alberghi sono pieni. Ora in verità ci stiamo riprendendo dopo una partenza un po' lenta. Diciamo che fino a ottobre possiamo stare tranquilli ed essere ottimisti. La stagione si sta spostando nel suo periodo: inizia più tardi e si chiude più tardi. Confermo la presenza di uno zoccolo duro di stranieri che ci permettono di guardare con serenità al presente: specie la clientela anglosassone in città e nel primo bacino, e quella tedesca nell'altolago e nel centrolago, con un'interessante presenza, anche se numericamente non proprio cospicua, di clienti dei cosiddetti Paesi emergenti, come la Cina. Purtroppo invece il mercato russo, con



Turisti in piazza Cavour a Como. La clientela straniera è strategica

l'embargo di mezzo, è in oggettiva sofferenza».

E le criticità maggiori? «Vedo notevoli margini di miglioramento - dice Cassani - nel coordinamento degli eventi e dell'offerta sul territorio. Manchiamo sotto il profilo della promozione e dell'organizzazione. Con la "moritura" Provincia adesso il soggetto che diventa promotore per il turismo non si sa ancora bene quale sia. Si spera in un impulso da parte della Regione, ma serve un referente unico sul territorio e quindi un tavolo di coordinamento a cui siedano gli addetti ai lavori. Da soli i singoli comuni non possono andare lontano».

