

# **Piange il turismo lacuale nella provincia di Varese e Como: “Ora servono nuove strategie social”**

**CAMPIONE d'ITALIA, 6 aprile 2020** – Nuove strategie social, newsletter dedicate e pubblicità on line **per non interrompere i contatti con i propri ospiti**. Il Turismo riparte dal web perché i turisti devono tornare a innamorarsi dei laghi alpini.

**Effetti Coronavirus sul turismo? Devastanti**. Si è passati infatti da un over turismo dello scorso anno a un susseguirsi di disdette piovute in queste ultime settimane. Migliaia e migliaia di euro bruciati, **innumerevoli le cancellazioni e il rischio che molte strutture non riapriranno nelle prossime settimane** in quanto le incertezze sui flussi turistici sono ancora molto precari. **Il turismo nelle province di Como e di Varese, in poche settimane, ha avuto fortissimi contraccolpi** mettendo in ginocchio gli imprenditori già pronti a riaprire le proprie strutture, le attività commerciali e i servizi connessi, con prospettive eccellenti da tutto esaurito.

**La riflessione di Giovanni Bernasconi, Vice Presidente dell'Autorità lacuale di Bacino del**



**Giovanni  
Bernasconi**

Ceresio, Piano e Ghirla con delega al turismo, è chiara: “Dobbiamo ripartire lasciando da parte le logiche territoriali e tornare a programmare un rilancio del settore rimanendo all’interno di un solo sistema con progettualità univoche con ricadute su tutto il territorio. Servono però messaggi forti e, soprattutto, puntare sulla voglia di viaggiare da parte dei turisti italiani. Un mercato che potrebbe salvare l’economia del Paese”.

Bernasconi, oltre a ricoprire la carica di Vice Presidente dell’Ente è Sindaco di Claino con Osteno e, come Amministratore, è certo che: “Dobbiamo ragionare e utilizzare il buon senso cercando di comprendere i timori delle persone che torneranno a spostarsi. Serve però intervenire subito, senza perdere altro tempo. È infatti certo che, per rimettere in moto l’economia, serva un’iniezione di liquidità e una serie di interventi per ridare fiducia agli italiani, diversamente, proprio quelle imprese che hanno investito nell’accoglienza, rischiano di saltare”.

Dal board dell’Ente arriva anche un altro suggerimento: strutturare dei messaggi concreti attraverso i quali far capire alla clientela che l’attività ricettiva prosegue. Oltre a continuare il dialogo con gli interlocutori fino

a oggi partner di tutte le strategie adottate in questi anni. Chiaro il riferimento al consolidamento e al potenziamento dei rapporti internazionali con la Svizzera partendo dal rapporto già ottimale che, da sempre, accomuna i due Paesi: la navigazione lago di Lugano con tutti i relativi comuni rivieraschi. In una visione prospettica si dovranno infatti mettere a segno delle strategie comuni.



“La prima cosa è tornare a dare forza al brand Italia, come destinazione sicura. **Poi dobbiamo ricorrere a un Piano Marshall per il turismo**, un documento strategico condiviso tra gli Enti del territorio, ma con un’unica regia e uno studio non generico, ma con proposte concrete che partano dal patrimonio esistente, da quanto, in questi anni, è stato apprezzato e ci ha permesso di portare le nostre bellezze nel mondo. Uno dei primi punti è quello di tornare e rendere possibile la destagionalizzazione che, ora più che mai, permetterebbe al settore turistico di riattivarsi e riacquistare fiducia spostando in avanti gli arrivi”.

Fare previsioni oggi è ancora presto, ma l’Autorità di Bacino lacuale del Ceresio, Piano e Ghirla chiede di cogliere questo periodo come un’occasione per affinare le strategie di comunicazione da sfruttare alla ripartenza.