

Triangolo Lariano e Valle d'Intelvi, territori dell'esperienza

Il Lago di Como GAL attraverso le azioni dimostrative che sta mettendo in campo con il termine della programmazione 2014-2020 e con quelle che potrà mettere in campo nel biennio 2021-2022 vuole dare spunti ai decisori politici per favorire la progressione di iniziative future a supporto dello sviluppo rurale del territorio.

Intento: costruzione di un progetto cantierabile pronto per avere rapidità di azione sui prossimi fondi provenienti dall'UE.

L'obiettivo è di concertare e coordinare le iniziative locali verso una stessa direzione e supportare i vari livelli organizzativi per avere e far funzionare un progetto turistico comune, favorendo la fruizione sostenibile del territorio da parte delle comunità locali e dei viaggiatori dai punti di vista ambientale, economico e sociale. Il focus è la diversificazione dell'offerta di accoglienza sia geograficamente sia per tipologia, la fornitura di servizi per il turista e per la società civile e la creazione di servizi rivolti a target con esigenze specifiche. Per far questo il GAL si sta avvalendo anche della misura 19.3.01, attraverso il progetto "Orizzonti Rurali", con la quale intende coordinare delle azioni concrete sul territorio orientate sia al target di viaggiatore consapevole ed esploratore sia alla popolazione locale.

Il macro attrattore turistico è il territorio prealpino in sé con tutti i suoi aspetti naturalistici (parchi, SIC e riserve), ricreativi (attività outdoor come escursionismo, cicloturismo, arrampicata, equiturismo, sport d'aria, ecc.), culturali (enogastronomia e tradizioni locali) e didattici.

Criticità riscontrate:

- Frammentazione del territorio;
- Difficoltà a costruire reti;
- Turismo mordi e fuggi;
- Spopolamento, abbandono e desertificazione commerciale.



Dati a supporto della strategia

A fronte di dati Istat 2021, POLIS Lombardia ed EuPolis elaborati da The European House - Ambrosetti si deduce che nel 2019 la Provincia di Como ha catalizzato 1,4 mln di arrivi turistici di cui solo il 27% provenienti da altri territori italiani.

Il territorio del Lago di Como GAL ha registrato il 35% di questi arrivi, la maggior parte nel periodo estivo (40,9% del flusso annuale). Ci è, inoltre, noto che la Regione Lombardia è la terza destinazione in Italia per viaggi in giornata: 11,3% sul totale nazionale nel 2019, di cui 7 escursioni su 10 avvengono su scala intra-regionale e il 77,5% in auto.

Il trend che strategicamente il Lago di Como GAL vuole seguire è quello per cui in Italia l'utilizzo della bicicletta nei fine settimana nel 2020 è cresciuto del 19% rispetto al 2019 e concentrare, quindi, la strategia nel periodo 2021-2022 sul turismo sostenibile attivo e, anche, sul turismo sostenibile accessibile, cogliendo le relative potenzialità quali impulso allo sviluppo territoriale.

La priorità di intervento sarà, quindi, rivolta a mobilità sostenibile, accessibilità, inclusione lavorativa e sociale e alla valorizzazione dei **prodotti agroalimentari territoriali a completamento dell'offerta turistica.**



Sport e turismo, due volani per lo sviluppo locale dei territori

Il Lago di Como GAL è uno degli strumenti cerniera tra area urbana e rurale per pianificare la mobilità e il turismo in maniera sostenibile:

- Pianificazione dei servizi;
- Filiera tra operatori della mobilità e del turismo che concorrono alla creazione della catena di valore di un viaggiatore.

Abbiamo valutato, attraverso studi analitici, l'attrattività dei territori del Lago di Como GAL per escursionisti e cicloturisti con l'intento di riattivare i borghi, migliorare le infrastrutture, riscoprire la storia, la cultura identitaria e le tradizioni. Ci siamo concentrati sulla riscoperta per tutti della ruralità e abbiamo costruito itinerari attivi ed esperienziali.

Abbiamo pensato di collegare il turismo al benessere delle comunità locali: l'esperienza di comunità diventa esperienza turistica.

Stiamo conducendo uno studio inerente la mobilità lenta per gettare le basi per la crescita di questo progetto turistico votato alla ripresa economica del territorio: mobilità urbana e mobilità di viaggio per arrivare ad una transizione ecologica digitale.

Sappiamo che per un'adeguata diffusione della mobilità elettrica è necessario dotare il territorio di un'infrastruttura capillare: punti di ricarica, parcheggi e segnaletica.

E, inoltre, conosciamo che per creare un'alternativa all'uso dell'auto privata si debba investire in soluzioni di mobilità digitale. È necessario rendere attraente per la popolazione e le imprese il territorio ed investire in soluzioni digitali per la comunicazione, il turismo e la mobilità.



Rete, senso di comunità che passa dalla formazione

Il GAL sta operando per creare sintonia tra gli attori locali, i territori e le idee di sviluppo e di rete.

I panorami sono l'oro del nostro territorio e, quindi, dobbiamo:

- Far prendere consapevolezza e generare condivisione e partecipazione da parte degli attori locali;
- Generare un cambiamento culturale verso l'accessibilità;
- Permettere un dialogo maggiore tra pubblico e privato;
- Mettere in relazione le singole persone e i diversi soggetti per delle possibilità di scambio di competenze;
- Far incontrare le comunità locali con le comunità dei viaggiatori;
- Ripartire dalle scuole, dagli operatori economici che non si sentono coinvolti e stabilire una relazione informata e consapevole.

Abbiamo raccolto sul territorio dodici esperienze condotte da attori locali da far vivere ai viaggiatori che spaziano tra gastronomia, sport, antichi mestieri, visite guidate. Stiamo realizzando una rete di guide cicloturistiche e accompagnatori di media montagna che possano fornire altri servizi ai viaggiatori ed alla comunità locale. L'intento è quello di garantire una buona sostenibilità al progetto, anche con il coinvolgimento di Enti locali, come le due Comunità Montane afferenti.

Creeremo nella prima parte del 2022 momenti laboratoriali per la rete creata per generare brainstorming e confronto incentrati su:

Formare all'accoglienza

Imparare a raccontarsi

Imparare a comunicare

L'arte di raccontare: storytelling → trasformazione digitale.

Le tecnologie digitali sono strumenti per raggiungere l'obiettivo prefissato, si deve sempre partire dalle persone.



Accessibilità e accoglienza digitale

Stiamo puntando alla valorizzazione delle differenze del territorio. Il turismo accessibile è l'accoglienza di tutti, non c'è accessibilità se non c'è accoglienza. L'accessibilità dipende dalle esigenze delle persone. Il territorio e i suoi attori locali del turismo devono raccontarsi per andare incontro al potenziale cliente.

La valorizzazione delle differenze va supportata come volano di ulteriore sviluppo locale.

È necessario, come primo punto, dare attenzione alla prima accessibilità: le informazioni e, quindi, la digitalizzazione delle stesse.

La prima criticità che incontrano le persone con specifici bisogni è proprio la mancanza di informazioni; in questo contesto si può, quindi, inserire la possibilità di creazione di contenuti digitali che rispondano a questo bisogno e colmino la mancanza.

È nostra idea studiare metri lineari di percorsi per tutti, non tracciati ad hoc per persone con esigenze specifiche, ma un tracciato per tutti. Il «turismo per tutti» è in grado di portare al territorio: persone, vitalità ed economia.

Siamo partiti dall'ideale messaggi di comunicazione con concept votato al sonoro, all'emozione. Veicoliamo i contenuti tramite la piattaforma «SharryLand», che ci permetterà di far conoscere i territori e supportare attivamente la rete che stiamo costruendo; la pagina Facebook e il profilo Instagram dedicati al progetto. Abbiamo fotografato l'anima panoramica dei territori, abbiamo realizzato video votati alla ruralità e abbiamo scritto contenuti che rispecchiano a pieno il ruolo storico di depositari di eccellenze e valori dei territori rurali.

A breve saremo online!

