

# Casa vacanza, Como ci crede ancora Nonostante la crisi 95 nuove aperture

**Lo scenario.** Salgono a 895 le strutture ricettive non alberghiere. Butti: «Segnale importante»  
Dopo un 2019 da record (+ 211), il trend resta comunque positivo. Sono 79 nel capoluogo i "b&b"

**GISELLA RONCORONI**

Nonostante l'emergenza coronavirus, i comaschi proprietari di case credono nella ripresa e nella vocazione turistica della città. La cartina di tornasole è rappresentata dai numeri delle case vacanza: per la prima volta in calo negli ultimi quattro anni, ma comunque con poco meno di cento nuove aperture.

**I numeri degli ultimi anni**

Per la precisione tra il 30 giugno del 2019 e la stessa data di quest'anno il dato è cresciuto di 95 attività arrivando complessivamente a un'offerta turistica non alberghiera di 895 strutture. Nel dettaglio la parte dell'icone è quella delle case vacanza, con ben 744 appartamenti, seguite dai b&b a quota 79. In 35 hanno scelto di trasformare le loro strutture in locazioni turistiche, una formula che consente di affittare i propri locali con meno vincoli normativi rispetto ad altre tipologie, ma che non consente di offrire ai visitatori alcun servizio collaterale.

L'anno scorso le strutture non alberghiere in città erano 800 (di cui 680 case vacanza), con un aumento record rispetto ai dodici mesi

passati e pari cioè a 211 nuove attività nel capoluogo. Tra il 2017 e il 2018 il trend era stato di 201 nuove strutture, mentre tra il 2016 e il 2017 (i primi anni del boom degli affitti ai turisti) l'aumento era stato addirittura di 230 attività.

Vale la pena sottolineare che l'offerta è principalmente concentrata in centro storico e nelle zone affacciate sul lago, ma il fenomeno si sta espandendo anche in periferia, anche se sempre nelle zone più a misura di turistica e, quindi, con vista panoramica. «È il primo anno in cui registriamo un calo nel numero delle nuove attività - commenta l'assessore alle Attività produttive **Marco Butti** - rispetto ai trend degli anni precedenti, ma avvicinarsi alle cento nuove unità è un dato importante, vista la situazione in cui ci troviamo». Butti precisa che «sono arrivate decine di domande di aperture anche da marzo in poi». E aggiunge: «Questi numeri testimoniano che i comaschi credono nella ripresa del comparto turistico e nella forte vocazione della città».

La maggior parte delle strutture è vuota, come pure gli alberghi, ma i primi turisti



Pochi visitatori in città, a causa della pandemia BUTTI

**Niente americani, asiatici e australiani come pure mancano i gruppi organizzati dall'Inghilterra**

stranieri si stanno iniziando a vedere. Tedeschi, qualche olandese (che solitamente prediligono l'alto lago), qualche francese e diversi inglesi

sono timidamente tornati sul Lario.

Mancano, invece, completamente, gli americani, i russi, i giapponesi, i cinesi, gli australiani e tutti i mercati più lontani che costituiscono, soprattutto per gli alberghi di fascia alta, il core business della clientela. E questo vale anche per tutte le attività correlate, dai taxi boat ai ristoranti di alto livello. L'aumento degli italiani non compensa nemmeno lontanamente il vuoto lasciato dagli stranieri anche perché la maggior parte dei visitatori viene sul Lario per gite di un giorno.

La ripresa

Le 95 nuove attività, sono però un segnale del fatto che i comaschi continuano a credere nel turismo al punto da investire ancora anche se la ripresa, arriverà lentamente. E nessuno, al momento, è in grado di dire quando.

Per ora la città è semivuota  
Pesa l'assenza degli stranieri

Un'estate del tutto anomala, causa virus. Anche il centro cittadino appare molto diverso da come ci eravamo abituati a vederlo negli ultimi anni.

Si, perché se è vero che qualche comasco sta rinunciando alle vacanze, o comunque ne ha ridotto la durata rispetto al passato, restando a Como, si nota eccome l'assenza di turisti stranieri. Sarebbe eccessivo parlare di una città diversa, perché qualche visitatore - sia dall'Italia che dall'estero - è arrivato, ma i numeri sono molto limitati.

Un weekend come quello appena trascorso, in condizioni normali ci avrebbe portato a scrivere di una folla di turisti in centro e sul lungolago, con le code per salire sulla funicolare e concedersi una gita in battello o comprare un cono gelato, per non dire dei viavai di persone nelle stazioni ferroviarie o del tutto esaurito negli alberghi. Lo scenario ieri era invece molto diverso.

Non passano mai di moda, in compenso, i tuffi nella zona di viale Geno e il bagno nel lago davanti al Tempio Voltiano, in barba al divieto di balneazione e alle notizie sull'elevato inquinamento dell'acqua proprio nella zona del Tempio, certificate proprio di recente. Anche ieri pomeriggio decine di ragazzi e bambini sguazzavano nel lago, mentre i genitori li osservavano dalla spiaggia.

## I nuovi "super traveller" Un'occasione per il turismo

**La pubblicazione**

Il comasco **Edoardo Colombo** è esperto di innovazione, dedica un libro al turismo digitale

Si intitola "Turismo mega trend, Smart destination e turismo digitale. Ai, Blockchain, Cyber, IoT e 5G" (Hoepel editore, per la collana "Dmt", digital marketing turismo, curata da Nicoletta Pollio), ed è un vo-

lume che il comasco **Edoardo Colombo** dedica al "super traveller", cioè al viaggiatore sempre connesso, colui che oggi preferisce ormai l'interlocutore di riferimento dell'industria turistica

esperto di innovazione specializzato nella trasformazione digitale del turismo per la pubblica amministrazione - nonché già consigliere per l'innovazione del ministero del Turismo - Colombo dà alle stampe un li-

bro che è un viaggio, per addetti ai lavori ma non solo attraverso le nuove tecnologie a disposizione degli operatori turistici, indagando contesti da imitare come le smart destination e cosiddetti "ecosistemi digitali". Il volume, che ospita contributi di imprenditori ed esperti (prefazione è di **Eugene Kaspersky**, con consigli in materia di sicurezza informatica), offre anche uno sguardo approfondito e originale sulle piattaforme digitali e-



Edoardo Colombo

si e una riflessione sull'adozione di massa delle tecnologie conseguente alla pandemia. «Oggi - dice l'autore - chi viaggia è sempre più connesso, ha a disposizione una quantità di informazioni sempre più ampia, e in base ad esse opera le sue scelte. Recensioni, pareri, suggestioni... Non è più il tempo del consiglio dell'amico, i social mettono a disposizione tutte le risposte che servono. Chi gestisce le smart destination deve capire che adeguarsi è quindi fondamentale non solo in fase di promozione e commercializzazione. C'è una fase di relazione con i turisti durante il loro stesso viaggio che ricopre una funzione altrettanto vitale per due ragioni almeno: per prolungare la presenza sul

territorio e per creare le condizioni affinché i nostri ospiti possano visitare luoghi meno noti, al di là delle canoniche "dieci cose da fare a...". In altre parole c'è una fase in cui occorre tentare di attivare una relazione di ritorno e di fidelizzazione...».

È un tema che riguarda molto da vicino realtà come quella comasca. Colombo cita le cosiddette "città dei motori", da Maranello a Mandello Lario. Dice che si tratta di brand con fortissima attrattiva: «Penso sempre a Volta e alle occasioni perdute rispetto ad altre città che su nomi come Copernico o Tesla hanno costruito fortune. Volta potrebbe essere la "reason why" di Como così come il Guggenheim lo è di Bilbao».

## Tessile, oggi si svelano i quaderni sul colore

Oggi presentiamo alle 17.30, al Museo della Seta, il cofanetto "Quaderni Colore": poche persone potranno accedere ma si potrà seguire l'iniziativa in diretta Facebook sulla pagina del Museo della Seta.

Il libro, anzi i 13 volumetti, costituiscono il cofanetto, oltre a una parte generale di spiegazione, sono suddivisi tematicamente per gamma cromatica, cercando di usare un linguaggio fluido e accessibile, rivolto a più utenti, dagli "esperti", per magari degli innesi

tutto i giovani, studenti di diverse età e indirizzi, per offrire loro chiavi di lettura contemporanea e di sinergico confronto.

Particolare focalizzazione su due argomenti che, in tutta la letteratura esistente sul colore e mai come ora proliferante, non sono molto trattati.

Il primo è la cromopsicologia, cioè come, attraverso la scelta di un colore e per contro una non scelta, in un dato momento di vita, attraverso tutta una serie di riflessioni, deduzioni sperimentazioni, è possibile "fotografare" la personalità di ognuno, percepirne

parto in un "presente futuro" differenziato. Il secondo tema, ancora meno trattato, è il colore professionale, come l'argomento colore venga trattato all'interno delle varie professioni inerenti e di come sivevidenzi nelle caratteristiche di queste, nelle aspettative e continui confronti.

Il tutto nasce da una collaborazione all'interno del Progetto Career Card (iniziativa di elaborazioni specifiche "professionali" studenti Accademici Belle Arti "Aldo Galli" - Network IED e aziende del territorio non solo) ed all'appassionato e incessante rap-

mo e Famiglia Brenna. Gianluca Brenna ha saputo esserne il collante e l'artefice.

Nasce spontaneo e illuminante il ricordo di Giannino Brenna, un amico e un mentore, maestro, nel modo migliore, quasi senza volere, testimone soprattutto di un concetto raro: l'educazione, nel doppio significato di sobrietà, gentilezza, generosità di ascolto, ma anche capacità di trasmissione e impronta formativa.

Parlando con Giannino, a proposito di colori (e parliamo spesso, sia in termini tecnici, ricordo di Terzini, che creativi) mi disse del suo colo-

di blu fino all'azzurro chiaro. Mi sembrò naturale, perché nel blu si rispecchiava, come significati cromopsicologici e in lui evidenti, l'attenzione, il rispetto, il senso saldo della famiglia, l'attaccamento al dovere, il riflessivo coraggio...

L'azzurro è la grazia leggera dell'inventiva e della visione allargata a 360°, quella che Giannino aveva e dispiegava, incrociando settori e materie. Oggi, nel luogo in cui tanto amava, quel Museo della Seta che non sinistre solo dimemoriam, ma vive e si evolve, lui, un po' in disparte, ma tenacemente vigile, c'è.