



# Contesto territoriale e potenzialità di sviluppo turistico



## Contesto territoriale e potenzialità di sviluppo turistico

caratteristiche territoriali in relazione all'offerta turistica da potenziare ed ai turisti attesi

COMUNI	POPOLAZIONE AL 31/12/2009
COMUNE DI ARGEGNO	692
COMUNE DI BLESSAGNO	282
COMUNE DI BRIENNO	421
COMUNE DI CARATE URIO	1.231
COMUNE DI CASASCO D'INTELVI	420
COMUNE DI CASTIGLIONE D'INT.	997
COMUNE DI CERANO D'INTELVI	560
COMUNE DI CERNOBBIO	7.132
COMUNE DI CLAINO CON OSTENO	556
COMUNE DI COLONNO	546
COMUNE DI DIZZASCO	589
COMUNE DI GRIANTE	651
COMUNE DI LAGLIO	945
COMUNE DI LAINO	527
COMUNE DI LANZO D'INTELVI	1.433
COMUNE DI LENNO	1.828
COMUNE DI MEZZEGRA	1.040
COMUNE DI MOLTRASIO	1.704
COMUNE DI OSSUCCIO	1.017
COMUNE DI PELLIO INTELVI	1.031
COMUNE DI PIGRA	273
COMUNE DI PONNA	273
COMUNE DI RAMPONIO VERNA	412
COMUNE DI SALA COMACINA	599
COMUNE DI S.AN FEDELE INT.	1.747
COMUNE DI SCHIGNANO	923
COMUNE DI TREMEZZO	1.288
<b>(Fonte dei dati indicati: i Comuni)</b>	<b>29.117</b>

Il territorio della Comunità Montana Lario Intelvese comprende ventisette comuni: di fianco la tabella con il dato demografico.

È una regione prevalentemente montuosa, che si estende dalla parte centro-meridionale della sponda occidentale del lago di Como alla sponda orientale del Lago di Lugano.

A cavallo tra Lario e Ceresio, tra Italia e Svizzera, il territorio della Comunità Montana Lario Intelvese è caro a comaschi e milanesi per il suo aspetto di montagna dolce e familiare, vicina alla città, e per questo è frequentato tutto l'anno da villeggianti e turisti in cerca di riposo e tranquillità, di aria buona, di camminate e di gustosa cucina.

Colpisce la varietà di paesaggi, del verde e dell'azzurro dei prati, dei boschi, del cielo e del lago, degna cornice ai paesi costruiti dalla creatività e dalla laboriosità dell'uomo.



### Il Sistema Turistico Lago di Como (fonte dei dati indicati: STLC)

Il STLC può essere facilmente letto attraverso la lente del prodotto prevalente proposta da Istat, che identifica nel territorio lriointelinese due tipi di aree-prodotto:

- il lago, meta di turismo leisure e relax di media durata;
- la montagna, meta di turismo sportivo e di villeggiatura;

Ciascuna di queste aree-prodotto è caratterizzata da un'offerta differente, in termini di strutture e infrastrutture, e da una domanda altrettanto diversificata, in termini di provenienza, preferenza e anche capacità di spesa.



### **Il Lario (fonte dei dati indicati C.M.L.I.)**

Il fascino del Lago di Como, unito alla mitezza del clima, ha attirato l'uomo fin dall'antichità ed è stato molte volte celebrato da artisti, scrittori e poeti come uno dei luoghi più belli del mondo. Una zona spesso scelta come set per numerose produzioni cinematografiche, dalle prime pellicole in bianco e nero ai recenti "Guerre Stellari" e "Ocean twelve", che qui hanno trovato l'ambientazione ideale. Quel lago che è stato nei secoli una vera e propria ricchezza per il territorio, importante via di comunicazione e di commercio con l'Italia e l'Europa, fonte di cibo e di vita. Quel lago famoso in tutto il mondo per le sue splendide ville ricche di arte e storia, circondate da lussureggianti giardini: Villa d'Este e Villa Erba a Cernobbio, Villa Passalacqua e Villa delle Rose a Moltrasio, il Castello a Urio, Villa Balbiano a Ossuccio, Villa del Balbianello a Lenno, Villa Carlotta a Tremezzo, solo per citarne alcune. Quel lago con i suoi piccoli borghi arroccati sulle rive, in equilibrio tra terra e acqua, nei cui stretti vicoli si assaporano le atmosfere di un tempo e dove si possono ancora vedere i pescatori che gettano le loro reti secondo rituali vecchi di secoli eppure ancora così attuali. Non mancano neppure le vivide testimonianze di fede come il Santuario della Beata Vergine del Soccorso, ad Ossuccio, con il complesso del Sacro Monte recentemente inserito nella Lista del Patrimonio Mondiale dell'Umanità da parte dell'UNESCO, la chiesa di S. Benedetto in Val Perlana e l'Abbazia dell'Acquafredda a Lenno. E, *dulcis in fundo*, anche una piccola isola, l'Isola Comacina, eccezionale area archeologica, un tempo così ricca e potente da meritare il nome di "Crisopoli", città dell'oro".

### **La Valle Intelvi (fonte dei dati indicati C.M.L.I.)**

L'altro grande polo di attrazione del territorio è la Valle Intelvi, felicemente definita "Il cuore verde della Lombardia", con le sue montagne coperte di boschi e pascoli (la Comunità Montana Lario Intelvese è tra le più boschive della Lombardia e d'Italia, con oltre il 50% della superficie occupata dal verde), alberi secolari che sembrano veri e propri monumenti della natura, e ancora sorgenti, cascate, massi erratici, grotte. Ricordiamo, una tra tutte, la "Caverna Generosa", alle pendici del Monte Generoso, nelle cui viscere sono state trovate preziose testimonianze dell'uomo di Neanderthal, risalenti a circa 40.000 - 60.000 anni fa, oltre a resti di numerose specie animali di un lontano passato, come l'orso delle caverne, l'alce e la marmotta. Molti sono i sentieri, che ricalcano antiche percorrenze su e giù per i monti, tra pascoli fioriti, "munt", alpeggi estivi del bestiame, "bolle" di abbeverata, resti delle antiche strutture difensive della Prima Guerra Mondiale e rifugi attrezzati, alla scoperta di un mondo incantato a pochi passi dalla città. Questo territorio, tra i monti intelvesi, è stato anche la culla di quei lavoratori edili, capi muratori e scalpellini, meglio noti come "Magistri Comacini", poi diventati architetti, scultori e decoratori, che fin dal Medio Evo, hanno portato la loro arte in diverse parti d'Europa. Ma nel profondo del cuore questi artisti sono rimasti sempre legati alla loro terra e spesso portavano preziosi doni o prestavano la loro opera per l'abbellimento della Chiesa dei paesi di origine. Pezzi di storia sono dunque conservati in questa Valle, testimonianze della generosità, del genio creativo, delle capacità tecniche, dell'attaccamento al proprio paese e alla propria Chiesa di generazioni di uomini che in quel frammento, in quel quadro, in quell'oggetto hanno, per certi aspetti, consegnato se stessi alle generazioni future. Non si possono dimenticare a questo proposito le due chiese - gioiello di S. Maria e S. Nazaro e Celso a Scaria, il celebre Palazzo Scotti a Laino e le preziose raccolte del "Museo Diocesano di Arte Sacra" di Scaria. Altri musei e raccolte presenti sul territorio intelvese sono il Museo dei fossili dei monti Intelvesi sempre a Scaria, il Museo dello stucco e scagliola Intelvese a Cerano Intelvi, il Museo Piero Gauli a Ramponio Verna, il Piccolo Museo della Guardia di Finanza e del Contrabbando a Erbonne, il Museo della Civiltà Contadina a Casasco, il Museo della Casa Contadina a Ponna.



Il territorio lario-intel्वese è il luogo ideale per ricercare un modo di vivere a misura d'uomo, piacevole e rilassante, dove è importante rispettare i ritmi della natura, in armonia con essa. È questo il nuovo modo di pensare il turismo. Un turismo che ama andare a piedi, con calma, per vedere, osservare, sentire, gustare...

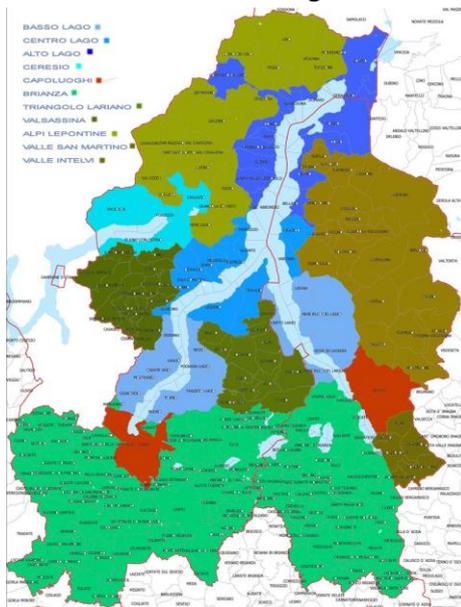
La Comunità Montana Lario Intel्वese da sempre persegue obiettivi di difesa e valorizzazione del proprio territorio, nonché di sviluppo sostenibile delle attività economiche, turistiche, ambientali insite nell'area stessa, al fine di garantire un adeguato livello di servizi. Attraverso

- il recupero di elementi di cultura storico materiale
- il mantenimento dei valori umani e culturali del territorio

si vuole offrire al turista l'esperienza di una vita in Paese, a misura d'uomo e non succube dei meccanismi del mercato economico: dire Paese è dire comunità: è indubbio che questo ambiente sia in grado di offrire una migliore qualità di vita, la possibilità di integrarsi in un gruppo sociale solidale e che si identifica in comuni bisogni, condivide feste e battaglie, e unito apprezza e difende il proprio contesto territoriale.

La riscoperta dei valori ambientali, culturali ed umani così particolari di questo territorio, diventa dunque proposta turistica di qualità e costituisce un valido motore di sviluppo sociale ed economico.

### Il Sistema Turistico Lago di Como : un Sistema, molti territori (fonte dei dati indicati: STLC)



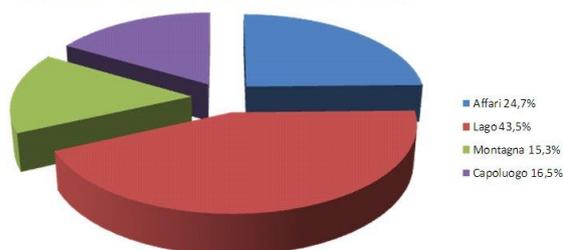
La struttura morfologica del territorio e la dotazione turistica individua immediatamente dieci differenti aree in seno al STLC, tra cui, a noi pertinenti:

- La Valle Intel्वe, ove è in atto una prima riqualificazione turistica
- Il Basso lago, che ospita strutture di eccellenza come Villa D'Este
- Il Centro lago, apparentemente inesauribile miniera e locomotiva del STLC

Sono oltremodo confortanti i dati che fotografano i flussi turistici del nostro territorio, di seguito riportati, che evidenziano le potenzialità e l'effettivo interesse turistico, che ha nel tempo consolidato un certo grado di fidelizzazione e di notorietà, anche se oggi il turista è

sempre più consapevole, più critico e più incline a scegliere posti sempre diversi per le proprie vacanze.

Capacità ALBERGHIERA per macroarea (camere 2006)



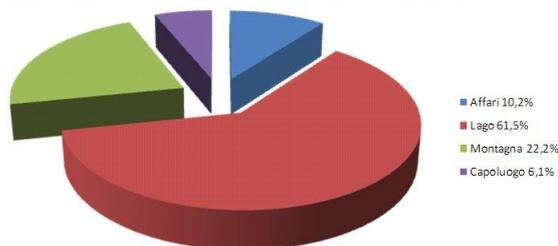
### Ogni Area presenta una diversa offerta alberghiera e complementare (fonte dei dati indicati: STLC)

Il comparto alberghiero nel 2006 presenta un'offerta di alberghi di lusso concentrata sul lago (3 strutture a Cernobbio, Bellagio e Tremezzo), quattro stelle per il 63% in Brianza e nei capoluoghi e per il 34% nel Basso e nel Centro Lago, tre stelle: di cui il 30% nell'area



Centro Lago ed il 37% in Brianza e a Como; mentre le categorie più basse sono distribuite sul territorio in modo più omogeneo (picchi in Centro Lago, Brianza, Alto Lago e Valle Intelvi)

Capacità EXTRALBERGHIERA per macroarea (posti letto 2006)

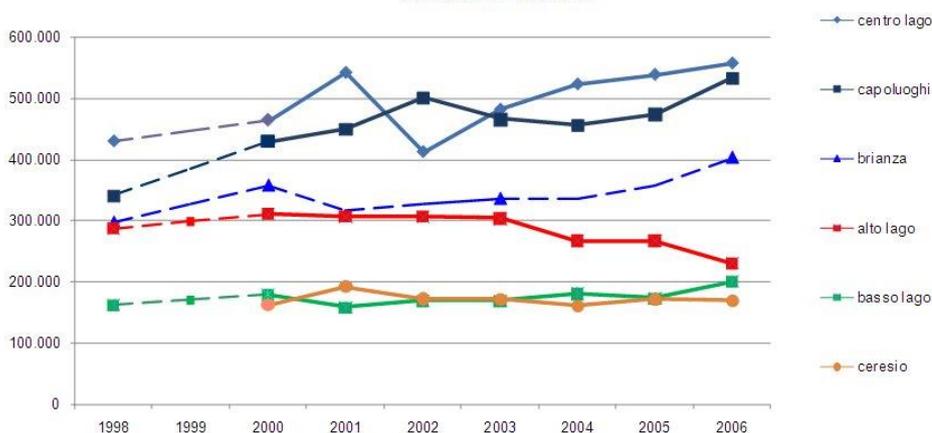


Comparto extralberghiero: i campeggi e i villaggi turistici sono concentrati nell'Alto Lago e nell'area del Ceresio, mentre gli affittacamere si trovano soprattutto nel capoluogo e nell'Alto Lago. Nel Basso Lago e in Brianza si ha la maggiore disponibilità di agriturismi; in Alto Lago e ancora in Brianza quella di ostelli della gioventù e case per ferie. I rifugi alpini e i bed and breakfast sono distribuiti su tutto il territorio.

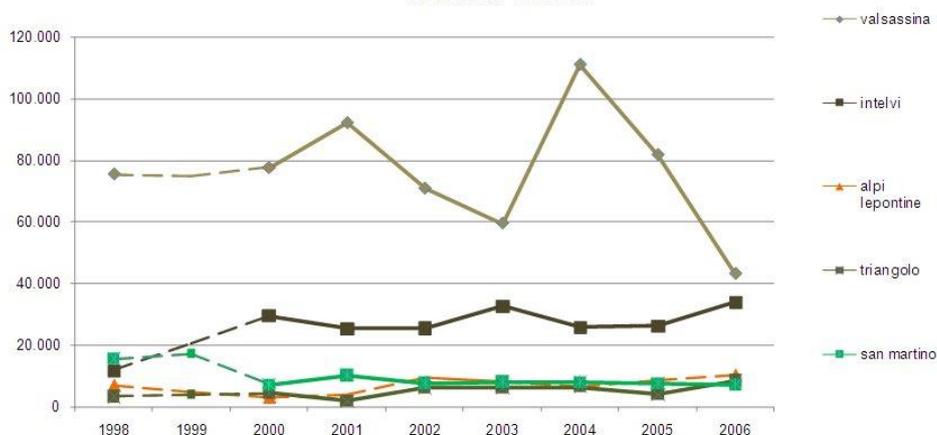
Tra il 1998 e il 2006 il STLC ha mantenuto sostanzialmente costante il rapporto tra arrivi e presenze - e la durata media del soggiorno dei turisti, che sono sempre - e sempre di più - prevalentemente stranieri.. La tendenza del settore nel STLC è positiva.

Il centro lago ha scontato gli effetti dell'11 settembre ma continua ad avere il maggior numero di presenze del STLC, come evidenziano i grafici successivi

STLC: ANDAMENTO AREE TURISTICHE CON PRESENZE MEDIA SUPERIORI ALLE 150.000  
UNITà. ANNI 1998/2006



STLC: ANDAMENTO AREE TURISTICHE CON PRESENZE MEDIA INFERIORE ALLE 150.000  
UNITà. ANNI 1998/2006



### **Da un'analisi dell'IRER effettuata nel 2008... (fonte dei dati indicati: IRER, 2008)**

...emerge che per essere più efficace un progetto dev'essere inserito all'interno di una strategia di sviluppo coordinata sul territorio e organicamente introdotta in un piano sistemico

Emerge inoltre che le tendenze in atto sono:

- crescita della ricerca della personalizzazione dell'"esperienza", che fa sì che la vacanza non sia più intesa solo come relax ma anche come possibilità di scoperta e arricchimento personale;
- crescita della sensibilità verso l'ambiente e il contatto con la natura e la ricerca di interazione con gli altri (residenti e non);
- tendenza a mescolare diversi tipi di prodotto nel corso della vacanza.

Questi cambiamenti hanno comportato e comportano la necessità di un ripensamento non solo dell'offerta invernale ma anche di quella estiva.

L'accentuarsi dei fenomeni di globalizzazione ha prodotto lo sviluppo di una maggiore consapevolezza dell'importanza delle specificità locali, che vengono quindi oggi interpretate quali volani dello sviluppo economico e sociale.

### **Analisi SWOT (fonte dei dati indicati : Politecnico di Milano, 2007)**

Concludiamo inserendo una tabella riassuntiva delle problematiche e delle potenzialità' del territorio: l'audit dell'area interessata dal progetto (rilevazione dati e interviste ai residenti) è stato realizzato dal Politecnico di Milano in occasione dell'elaborazione del piano di gestione per l'AQST Magistri Comacini nel 2007. L'analisi del contesto è stata relativa a tutti i fattori: territorio, popolazione, viabilità e collegamenti, economia, prodotti tipici, risorse culturali, e ha permesso di definire punti di forza, punti di debolezza, opportunità e minacce

Il turismo legato alla natura e alla riscoperta delle tradizioni locali sembra quello più adatto a creare uno sviluppo significativo e durevole dell'area, perché permette di valorizzare il patrimonio naturale esistente, di notevole pregio, e di favorire lo sviluppo economico senza causare grandi impatti sull'ambiente naturale né alterare le caratteristiche del tessuto sociale esistente.

La valorizzazione del territorio a fini turistici può essere basata sulla valorizzazione e la tutela del patrimonio naturale e culturale, attraverso iniziative caratterizzate dal denominatore comune della sostenibilità (ambientale, economica e sociale).



INDICATORE	PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA	MINACCE	OPPORTUNITA'
Beni Culturali	Presenza di numerosi ed importanti Beni Culturali	Scarsa valorizzazione e del Patrimonio Culturale Limitata accessibilità ai Beni Mancanza di materiale informativo adeguato	Discrepanza di numero di visitatori, alcuni monumenti sono molto visitati, altri sono invece non lo sono	Possibile valorizzazione dei Beni Culturali con impatti benefici sull'economia e la cultura locale
Cultura	Presenza di Enti e Fondazioni Internazionali	Scarso legame col territorio		Sviluppo della presenza di Enti e Fondazioni Internazionali e delle "reti" tra essi.
	Forte identità storico/culturale	Scarsa consapevolezza da parte dei residenti	Nascita di localismi e chiusura verso apporti esterni	Identità culturale locale Interesse da parte delle Amministrazioni locali
Turismo	Turismo Internazionale e Turismo legato a motivi di studio e di lavoro	Territorio molto sfruttato	Turismo di massa	Turismo culturale e di qualità
Paesaggio	Mitezza del clima e amenità del luogo		Sfruttamento ambientale	Incremento della varietà paesaggistica lungo l'asse Lago/Monti.
	Presenza di un territorio con una vocazione agricola specifica	Abbandono delle aree coltivate	Rischio idrogeologico Cultura microimprenditoriale	Incremento della specificità agricola Sviluppo di agriturismi
	Presenza di risorse naturali e ambientali	Scarsa valorizzazione e del patrimonio paesaggistico		Sviluppo di percorsi tematici Vocazione turistica del territorio
Viabilità	Possibilità di intraprendere una viabilità a mezzo Lago	Congestione della viabilità stradale e scarsità dei collegamenti		Ampliamento e organizzazione della viabilità lacuale
Eventi	Feste tradizionali (patronali e sagre)	Offerta culturale limitata: mancanza di cinema, biblioteche, teatri, librerie.	Difficoltà di coordinamento delle iniziative	Incremento dell'offerta culturale
Lavoro	Professioni legate alla ricettività Professioni legate all'edilizia			Professioni legate alla valorizzazione del Patrimonio culturale



## Obiettivi

Iniziative intraprese da CMLI :

- Accordo Quadro di Sviluppo Territoriale (AQST) "Magistri Comacini", (per la realizzazione degli interventi riguardanti la valorizzazione culturale del lago di Como) ha portato alla presentazione del Progetto Integrato d'Area "Ecolarius" (capofila Provincia di Como) sul Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) - POR Competitività -Asse 4
- Il grande progetto integrato di montagna (G.P.M.) "agricoltura e territorio", progetto di sviluppo per le prealpi comasche", (capofila Provincia di Como);
- Varie esperienze di cooperazione transfrontaliera tra cui Piano Integrato Transfrontaliero, (P.I.T.) "Saperi Alpini: percorsi di sostenibilità lungo lo spartiacque comasco-ticinese"

Il presente progetto si propone di intervenire nell'ambito del marketing territoriale al fine di perseguire la seguente idea forza

**"E' necessario prendersi cura del proprio patrimonio culturale e ambientale (heritage), in modo da aumentarne il valore"**

ed è costruito prendendo in considerazione i punti di forza e di debolezza, le opportunità e le minacce, basandosi sull'analisi del contesto ambientale, sociale ed economico (di cui abbiamo dato il sunto) e con l'intento preciso di promuovere il territorio e il turismo verso di esso con l'attenzione a salvaguardarne le caratteristiche.

Le attività del presente progetto sono volte a favorire la creazione di una proposta turistica sostenibile, un'offerta al turista di un'esperienza che implica la scoperta e l'interpretazione del territorio, l'interattività con esso, la condivisione di un sentimento di rispetto per le bellezze naturali, le preziose testimonianze artistiche, il gusto per la genuina cucina tradizionale, creando le premesse per una fidelizzazione.

Ci si propone di creare un'offerta turistico-culturale locale, un sistema di offerta coerente e competitivo, dotato di una propria identità e specificità, valorizzando le caratteristiche tipiche per fare del soggiorno nel territorio un'occasione di appagamento ad una pluralità di bisogni attraverso un sistema di offerta territoriale connotata da una cultura dell'accoglienza e dell'ospitalità.

**L'identità di un popolo è data dalla sua capacità di conservare la memoria del proprio passato:** vogliamo proseguire l'esperienza dei nostri antenati, che avevano cura del proprio territorio e del proprio paesaggio, delle proprie tradizioni e della propria cultura, che hanno per noi conservato: le montagne infatti, oltre a offrire scenari e paesaggi di meravigliosa bellezza, conservano un patrimonio unico di cultura e tradizioni.

Ma le montagne mostrano anche gli effetti nefasti provocati dallo spopolamento e sono caratterizzate dalla frammentazione della popolazione, che vede la presenza di molti piccoli comuni con pochi abitanti: è quindi più difficile che le amministrazioni possano mettere a disposizione la stessa varietà di servizi delle città, su cui sempre più i giovani gravitano per motivi di studio, lavoro e divertimento.

**È quindi fondamentale sviluppare nei giovani il senso di appartenenza al luogo,** l'apprezzamento delle ricchezze culturali storiche, artistiche e paesaggistiche del proprio territorio, per cercare di far sì che trovino motivi per evitare scelte di abbandono dei paesi, di fuga verso una rincorsa ad obiettivi che non sempre corrispondono poi ad una migliore qualità della vita.



Perché se è vero che a volte c'è da fare un po' più di strada per soddisfare alcune esigenze, in cambio si possono godere i privilegi di una vita di comunità ancora a misura d'uomo, ove non si perde di vista l'altro, si ha un rapporto più diretto con la natura: spesso questo è indicato come la ricetta per la cura di molti dei mali dell'uomo moderno.

Per poter fare scelte che permettano di godere appieno della vita è necessario conoscere il vero valore di ciò che si ha a disposizione, ed è **necessario coltivare valori non solo materiali, allo scopo di migliorare sia la qualità del modo di vivere e lo sviluppo socio-economico che le proprie qualità umane individuali.**

La valorizzazione del patrimonio culturale e dell'identità locale, il miglioramento dell'accessibilità ai beni culturali sono obiettivi che la Comunità Montana Lario Intelvese da sempre persegue e con questo progetto intende ulteriormente sviluppare, arricchendone gli aspetti educativi ed ambientali, per conseguire le seguenti finalità previste dal bando:

Valorizzazione dei beni ambientali, del patrimonio storico culturale (con particolare riferimento al miglioramento dell'accessibilità/fruibilità complessiva) delle realtà museali e delle biblioteche locali, dell'identità locale e delle lingue parlate locali

Ampliamento e miglioramento dell'offerta turistica con particolare attenzione alla sostenibilità, all'ecocompatibilità, alla destagionalizzazione dei flussi turistici, alla valorizzazione dei sentieri, dei rifugi alpini, e dell'impiantistica sportiva, alla realizzazione delle piste ciclabili oltre a interventi per campeggi e soggiorni didattico-educativi

## Un'idea per la destagionalizzazione del turismo nel lariointelvese: IL TURISMO- NATURA

**"Tutte le tipologie di turismo basato sulla natura per il quale le motivazioni principali dei turisti sono l'osservazione e l'apprezzamento della natura e delle culture tradizionali"**

(definizione World Tourism Organization)

Negli ultimi anni, il turismo natura è cresciuto del 20% a livello mondiale ed in misura significativa anche in Italia, dove sta attraversando un periodo di valorizzazione su tutto il territorio nazionale, creando reddito e occupazione (**fonte dei dati indicati : Osservatorio Turismo & Natura, WWF Italia - Ufficio Turismo**)

**Queste le caratteristiche del turista della natura:**

	TURISTA DEI PARCHI/ECOTURISTA	AGRITURISTA
ETA'	26 - 45 anni	25 - 40 anni
ISTRUZIONE	Diploma	Diploma o laurea
PROFESSIONE	Dirigenti Professionisti Impiegati	Impiegati Commercio Artigianato
CAPACITA' DI SPESA	Medio - alta	Medio - alta



Il turismo natura, presentando una pluralità di offerte, (Canoa, Vela, Bird Watching, Parapendio, Arrampicata, Mountain bike, Equitazione, Escursionismo/Trekking) ben si presta a arricchire l'offerta "fuori stagione", proponendo eventi culturali ed eventi enogastronomici, nonché eventi in occasione di ricorrenze tradizionali.

Gli utenti del turismo natura sono sia studenti che famiglie con bambini, sia giovani che adulti.: la maggior percentuale di fruitori proviene dalla stessa regione o da regioni limitrofe.

Le escursioni ed il trekking sono le attività prevalenti dal punto di vista dell'offerta ed anche quelle che riscontrano maggior gradimento tra i turisti: come abbiamo visto il nostro territorio ha le caratteristiche adatte per offrire una pluralità di scelte di itinerari.

Gli accorgimenti adottati per rendere "sostenibile" le offerte di Turismo Natura si basano su una non casuale Selezione degli itinerari e delle strutture ricettive e sull'Utilizzo di prodotti locali e/o biologici, senza tralasciare il Riciclaggio e lo smaltimento dei rifiuti e la scelta di Mezzi di trasporto ad impatto minimo.

E anche qui, come è emerso dall'analisi effettuata sul territorio, il turista non resta deluso né dalla varietà di percorsi disponibili (che vanno da percorsi relax per famiglie a percorsi più "tecnici" per il camminatore esperto) né dalla qualità delle offerte dei prodotti tipici del territorio (che soddisfano sia gli amanti della cacciagione e dei piatti di montagna che gli amanti della salubre cucina a base di pesce e olio)

Gli strumenti promozionali usati maggiormente nel turismo-natura sono il sito web, la diffusione attraverso mailing list e i contatti con la stampa, più basso il ricorso a campagne affissioni e fiere;

Internet è considerato largamente il mezzo più efficace mentre l'efficacia di strumenti più costosi, quali attività didattiche e fiere è reputata maggiore rispetto all'impiego che ne viene fatto, per via dei costi.

In questo progetto, tenendo conto che ognuno dei partner è già attivo con le attività di promozione più economiche, che sfruttano internet, si propongono proprio quelle attività didattiche che il rapporto dell'Osservatorio Turismo & Natura, WWF Italia - Ufficio Turismo identifica come più efficaci per "costruire" la fidelizzazione del "turista sostenibile": quindi la diffusione della conoscenza delle nostre peculiarità nell'architettura rurale e nell'arte della scagliola, emblemi significativi di un territorio, quindi l'educazione ai ragazzi residenti in collaborazione con le Scuole,

