



Città di Sondrio

---

COMUNICATO STAMPA N. 83/2021

## **IL TURISMO NEL MANDAMENTO DI SONDRIO: È L'UNICITÀ LA CHIAVE DI ACCESSO PER EMERGERE**

**Presentato il Piano di riposizionamento per sviluppare una vera e propria offerta turistica integrata e competitiva**

(Sondrio, 12 luglio 2021) - Avvio di un percorso per rendere il territorio un brand turistico, intercettazione di ambiti di domanda turistica finora inesplorati, sviluppo di segmenti attrattivi già oggi fruibili ma poco valorizzati, trasformazione di una proposta ricca ma frammentata in una vera e propria offerta turistica integrata e competitiva. Questi i capisaldi del Piano di riposizionamento e sviluppo turistico del mandamento di Sondrio sviluppato dalla Liuc Business School su iniziativa dell'Amministrazione comunale che ha coinvolto la Comunità Montana Valtellina di Sondrio e i Comuni di Chiesa in Valmalenco e Lanzada. Un lavoro partito da lontano che ha inevitabilmente risentito delle restrizioni imposte dall'emergenza sanitaria per quanto riguarda i tempi di realizzazione, ma che proprio la pandemia ha reso più completo, perché a seguito di quanto è avvenuto le preferenze dei turisti si sono indirizzate verso una fruizione più distanziata e intima. «Il nostro obiettivo - ha detto l'assessore al Turismo **Michele Diasio** - è quello di rappresentare le esigenze del territorio circostante, analizzando i bisogni degli operatori e di individuare un percorso di valorizzazione che faccia leva su tutte le peculiarità, affinché si possa distinguere grazie alle sue potenzialità». Per riuscire ad emergere bisogna essere unici e il Piano individua nel turismo trasformazionale, o emozionale, collegato alla dimensione interiore, in grado di indurre il turista alla riflessione, la via da seguire: un turismo non solo orientato al vedere e al fare, ma anche generatore di situazioni, esperienze, che diano modo al visitatore di trasformare e arricchire la propria dimensione interiore. La *mission* della rinnovata proposta turistica territoriale sarà pertanto quella di sviluppare contenuti ad alta intensità emotiva e di coinvolgere il visitatore coniugando il lato esperienziale con la dimensione psicologica, spirituale e culturale. Così lo ha definito l'autore, **Massimiliano Serati**, direttore della Divisione ricerca e advisory della Liuc Business School, durante la presentazione avvenuta stamattina in Sala Consiglio: «Si tratta di un Piano ambizioso pensato per sviluppare un'identità turistica ben definita in un territorio ricco di potenzialità così da metterlo in condizione di distinguersi dalle altre località. Ma è soprattutto un'occasione per sviluppare autocoscienza e consapevolezza in un territorio che ha tutte le carte in regola per attrarre turismo di qualità e favorire la nascita di una straordinaria enclave attrattiva che va dal lago di Como fino all'Alta Valtellina».

Un cambiamento che passa necessariamente dalla coesione del territorio. «Avevamo in mente di progettare qualcosa di nuovo per dare una visione a tutto il territorio - ha spiegato il presidente della Comunità Montana di Sondrio **Tiziano Maffezzini** - e serviva un professionista esterno che mettesse in evidenza lati negativi e peculiarità per indicarci la via da seguire. Un percorso di crescita e di apertura che ci renda tutti partecipi, enti pubblici e operatori privati, per offrire al turista in tutte le stagioni esperienze diverse in grado di regalare emozioni e quindi di rimanere impresse». «Abbiamo la necessità di fare sintesi per riuscire ad avere un'offerta completa e concorrenziale - ha aggiunto il sindaco di Chiesa in Valmalenco **Renata Petrella** -: abbiamo grandi potenzialità che dobbiamo imparare a sfruttare. Le basi sono state poste: ci attende un cammino lungo ma entusiasmante».

Seguendo questo approccio metodologico ad alta intensità emotiva, l'offerta turistica territoriale nei prossimi anni continuerà a puntare, innovandoli, sui filoni di attrattività ormai consolidati, l'enogastronomia, il cicloturismo, gli sport alpini, il trekking, la cultura, ma lavorerà soprattutto per sviluppare proposte innovative e originali nell'ambito di nuovi segmenti, tra i quali quelli del turismo fotografico, del team building aziendale e degli eventi motivazionali. Con un obiettivo: rafforzare la tradizione, ma al contempo raggiungere un profilo di visitatori più internazionale, più colto, più propenso alla spesa. Non mancano nel Piano proposte di confezionamento di nuovi prodotti turistici o di arricchimento dei contenuti di quelli già esistenti sempre nell'ottica di coniugare fruizione ed esperienza con una spiccata dimensione interiore. Tra queste proposte un percorso dedicato al tema della pietra sul territorio e alle

sue varie declinazioni, dal free climbing alle architetture romaniche, la realizzazione di percorsi di *landscape watching* sugli sci, lo street golf, la simulazione di dinamiche competitive tra aziende tra le trincee della prima guerra mondiale nel Parco delle Orobie, l'utilizzo dei percorsi ciclopedonali per attività ludiche come il *geocaching*, e il triathlon alla valtellinese, ovvero rafting, volo a vela e trekking, lungo un ipotetico filo rosso che lega aria, acqua e terra.