

IL TURISMO A LECCO LA VETRINA E I PROGETTI

di **GIANLUCA MORASSI**

Saremmo a cavallo se la ruota dell'economia girasse come quelle dei ciclisti che si sono sfidati sulle strade leccesi.

Di questi tempi basterebbe poco. Andrebbe di lusso se la ruota economica girasse al ritmo che le bici avevano sul muro di Sormano. Nessuno si lamenterebbe né pretende-

rebbe di più. Anche la Germania, la cui economia viene etichettata come la locomotiva d'Europa, sta incontrando qualche salita che la costringe a rallentare. Lasciamo la

Germania ai suoi affanni, perché noi siamo con il fiatone e in piena crisi lattacida. (...)

SEGUE A PAGINA 11

IL TURISMO A LECCO

segue dalla prima pagina

di **GIANLUCA MORASSI**

(...) Il ciclo della nostra economia arretra invece di avanzare. Cala il Pil: a fine anno dovremmo essere attorno al meno 2,3%, calano redditi, consumi e risparmi, aumentano solo disoccupazione e povertà. Abbiamo imboccato la scivolosa discesa del declino. Tante aziende si fermano e mettono il piede a terra. Il clima e l'umore brumoso del Lombardia ben si intonano al momento dell'economia. Anche di quella leccese, la cui salute (non buona) può essere rappresentata da due cifre: 5,7%. È il dato della disoccupazione che, prima della crisi, era del 3,2%. E al momento segnali di ripresa non se ne vedono. Tanti sperano che il 2013 porti qualcosa di diverso, ovvero un po' di ripresa, anche se per creare nuova occupazione servirebbero dosi massicce di ormone della crescita, quello di cui troppo spesso facevano (e forse fanno) uso i ciclisti.

Ci siamo arrampicati lungo la salita che dovrebbe portarci ad un parallelo tra ciclismo e economia perché l'arrivo a Lecco del Giro di Lombardia ha, o

dovrebbe avere, anche ricadute economiche immediate e di più lungo periodo. Immediate sono le conseguenze positive sugli incassi di bar, pizzerie, ristoranti, forse anche alberghi, che ieri hanno beneficiato di un maggior afflusso di clienti.

Poi ci sono le ricadute economiche sul medio-lungo periodo. Con Lecco erano collegate settanta televisioni di altrettanti Paesi: dall'Asia all'America, dalla Spagna alla Norvegia. Un'opportunità per Lecco e le sue bellezze paesaggistiche. Ma una bella vetrina non basta: quante volte ci fermiamo davanti ad un negozio senza entrare? Lecco dopo il passaggio televisivo di cui ha beneficiato, deve riuscire a far "entrare in negozio" i potenziali clienti. E poi bisogna vendere. Quindi, non si può sperare che la diretta tv basti a portare turisti, serve un impegno successivo. Un lavoro giorno per giorno al quale tutti i soggetti istituzionali ed economici devono contribuire. Solo così si può valorizzare la vocazione turistica del territorio. E non sprecare l'investimento fatto.

