

**OSSERVATORIO SUL TURISMO E I SISTEMI TURISTICI IN LOMBARDIA**

*Il turismo in Lombardia nel periodo della crisi (2008/2009)*

**LIUC – Università Carlo Cattaneo di Castellanza  
Prof. Massimiliano Serati**

**21 dicembre 2009**

## 1. Introduzione

Nello scorso settembre, di fronte a una platea di economisti riuniti presso il Peterson Institute for International Economics di Washington, Mike Mussa, ex capo economista del Fondo Monetario Internazionale, ha aperto la propria relazione dicendo: « Come vedete sono vestito di scuro, con la cravatta e le scarpe nere. Come si conviene a un funerale. Infatti - ha ripreso dopo una pausa ben studiata - vi sto annunciando la morte di qualcuno: è morta la recessione globale». Oggi, di fronte a segnali ulteriori che indicano il progressivo superamento del periodo più critico, il dibattito si concentra sulle previsioni relative al *timing* della ripresa e sulla valutazione dell'impatto complessivo che essa ha impresso negli ultimi 15 mesi ai sistemi economici.

Alcune "entità economiche" vengono tenute sotto particolare osservazione: si tratta di quei settori che per motivi diversi potrebbero trainare il processo di fuoriuscita dalla crisi e quindi agire da motori della ripresa. Il comparto delle grandi opere infrastrutturali, i settori del manifatturiero *high tech* con più alta propensione all'innovazione, le fasce "alto di gamma" dei settori tradizionali sono tra questi insieme ad alcune aree del terziario tra le quali la cosiddetta "Industria del Turismo" recita un ruolo di primo piano.

In tale quadro di contesto prende forma questo nuovo Rapporto Annuale sul turismo e i Sistemi turistici in Lombardia che, come già evidenziato in passato, nasce come strumento che intende fare sintesi e fungere da ponte tra un'analisi descrittiva basata sui dati statistici collezionati, monitorati e illustrati da Regione Lombardia, Istat e Isnart, nonché in precedenti studi di Unioncamere, e la complessa attività di elaborazione di scelte programmatiche in materia di sviluppo del turismo in Lombardia. Per tale motivo non è nostra intenzione fornire una rappresentazione eccessivamente capillare del fenomeno turismo in Lombardia, né riprodurre analisi disaggregate di estremo dettaglio che finirebbero per replicare informazioni già efficacemente fornite altrove (principalmente da Isnart). La finalità prevalente è bensì quella di selezionare in modo mirato le informazioni più rilevanti e mettere a sistema in un quadro possibilmente organico tutti gli spunti di significativa importanza, sovrapponendo le diverse risorse informative a nostra disposizione e focalizzandoci sugli aspetti interpretativi, al fine di estrapolare le principali tendenze in atto.

Preso atto del particolare scenario congiunturale in atto, il rapporto, come da tradizione, fa il punto sulle dinamiche turistiche consolidate dell'anno passato ma apre per la prima volta una significativa finestra dedicata all'andamento provvisorio dell'anno in corso, ossia quello riassunto nei dati di flusso relativi al primo semestre del 2009. La "pellicola" complessiva che nel suo insieme si delinea mette pertanto in sequenza un periodo precedente allo scoppio della bolla immobiliare americana (il primo semestre 2008), e una lunga fase critica, inizialmente di tono interlocutorio (il secondo semestre 2008), e poi decisamente più intensa e trasversale (il 2009).

Parlando di turismo, le oscillazioni del ciclo economico e le dinamiche puramente congiunturali vanno a sovrapporsi e talvolta mescolarsi con quelle tendenze strutturali di fondo che riassumono il percorso strategico che la Lombardia ha imboccato oramai da alcuni anni: lo alimentano, con intensità differenziata, l'inesorabile e progressiva diversificazione dell'offerta turistica, l'integrazione verticale e/o orizzontale dei prodotti e dei segmenti, l'individuazione di Sistemi territoriali e di progettualità omogenee, la ricerca della qualità del servizio e l'insistenza sull'internazionalizzazione e, ultima ma non ultima, l'estrema attenzione che le realtà istituzionali, Camere *in primis*, stanno dedicando al tema dello sviluppo dell'imprenditorialità e della integrazione delle filiere turistiche. Strumenti di supporto finanziario, progettuale, formativo, consulenziale, normativo sono state e saranno le leve operative per il completamento del percorso di valorizzazione e messa in rete dei patrimoni di attrattività e di imprenditorialità esistenti sul territorio. È muovendo da qui che diviene possibile sviluppare vocazioni originali e perfezionare il

*matching* tra territorio, attività imprenditoriale, progettualità e domanda turistica, facendo così del turismo un vero attivatore di sviluppo economico e occupazionale.

In sintonia con questa riflessione questo rapporto propone, accanto alla usuale analisi per Province e per Prodotti Isnart, anche lo spaccato per Sistemi Turistici, particolarmente evocativo laddove i Sistemi si caratterizzano per una dimensione territoriale sub-provinciale o trans-provinciale e per progettualità di offerta altamente “dedicate” e calibrate sul territorio.

Su scala mondiale, gli effetti della recessione, sono stati evidenti e hanno colpito negativamente sia i flussi di turisti in movimento, sia (e soprattutto) la loro propensione alla spesa, ridisegnando in modo coerente le preferenze in termini di destinazioni, durata delle permanenze, prodotto fruiti. Il nostro paese non è stato immune dal fenomeno, e ha pagato il suo dazio alla crisi, specialmente nel 2009, anche se complessivamente sembra aver rivelato una capacità di tenuta relativamente più elevata di buona parte dei *competitor* internazionali.

In Lombardia il quadro provvisorio è sostanzialmente analogo a quello nazionale, con un principio di rallentamento a fine 2008 e un’ulteriore frenata nel primo semestre 2009; ciò nonostante, in Lombardia il settore ha “tenuto” meglio che altrove e meglio di buona parte del comparto manifatturiero. Inoltre i segnali di difficoltà congiunturali sono stati mitigati da alcuni elementi strutturali di tono favorevole che hanno indotto a consuntivo di semestre un risultato negativo in termini di presenze, ma ancora positivo in termini di arrivi. Eterogeneo anche lo spaccato territoriale.

Proprio a questi fattori strutturali viene dedicato ampio spazio nel rapporto: in taluni casi vengono riproposte, come acquisite e consolidate, tendenze già presenti, ma in forma abbozzata, nella precedente edizione, altre dinamiche sono invece definibili come neo-emergenti.

- La Lombardia si propone come realtà multiforme, ma caratterizzata da una polarizzazione dei flussi, rispetto a territori e prodotti<sup>1</sup>, forte e in crescita rispetto a un passato già importante; sott’acqua continuano ad agire processi di trasformazione, che vanno lentamente ridisegnando assetti ed equilibri, senza però ribaltare in maniera significativa un impianto che pone al suo centro i prodotti città e lago e “di ritorno” la montagna. Due fasi temporali caratterizzano questa analisi: nel 2008, il recupero di prodotti più flessibili e innovativi (ad esempio il “verde”) è ancora evidente: ad esempio prosegue l’affermazione del prodotto codificato come “natura” che dietro una connotazione apparentemente vaga e sulla carta debole rispetto a etichette di maggiore *atout* turistico offren al turista la possibilità di consumare con estrema modularità e flessibilità beni turistici diversi e variegati. Diversamente, nel 2009 la recessione ha rallentato questi processi di trasformazione, riportando in auge alcuni prodotti tradizionali, come se si trattasse di “beni turistici rifugio”.
- Il sistema di offerta continua nel suo processo di progressiva diversificazione che appare quanto mai intenso e quindi premiante proprio nei territori a maggior crescita (Varese, Bergamo e Mantova). Tutte le aree territoriali capaci di uscire da una vocazione monoprodotta sembrano sviluppare un più alto grado di attrattività che nel medio periodo alimenta maggiori flussi e fidelizzazione del turista. Tuttavia, a fronte di questo ampliamento della gamma di prodotti e servizi proposti, che ha dilatato il bacino di utenza potenziale, consentendo una sostanziale “tenuta” anche in piena recessione, si evidenzia come principale fattore di criticità una non ottimale qualità dell’offerta, specialmente per quanto riguarda l’organizzazione del territorio. Ciò punta l’indice sulla necessità di aggiungere una terza dimensione all’offerta turistica lombarda accanto a quella territoriale,

---

<sup>1</sup> Purtroppo il monitoraggio ufficiale dei flussi continua a far riferimento a prodotti turistici standardizzati e mono-caratterizzati (la montagna, il lago, le terme) e non consente di oltrepassare categorie che rimangono puri riferimenti geomorfologici e ambientali, intercettando in maniera diretta le spinte che danno vita a un’offerta multidimensionale nella quale il contesto ambientale sia palcoscenico e non elemento condizionante.

riflessa in una sempre più ampia gamma di prodotti, e a quella progettuale che ha dato vita ai Sistemi turistici: si tratta della dimensione produttiva che evoca il ruolo dell'integrazione della proposta turistica in filiere compatte, complete ed efficienti.

- La connotazione stagionale dei flussi continua la tendenza al ridimensionamento; ciò riflette un processo progressivo di diversificazione e redistribuzione della domanda che rende merito al lavoro di riqualificazione e ampliamento del turismo in regione innescato sul fronte dell'offerta dall'azione congiunta delle realtà istituzionali e di quelle imprenditoriali private.
- Segnale tuttora allarmante anche perché in progressiva dilatazione è quello della contrazione continua dei periodi di permanenza media del turista. Ad alimentarlo sono senza dubbio fattori ciclici (in primis il vincolo di risorse disponibili) e culturali (è un turismo "irrequieto", votato a costruirsi da sé pacchetti vacanza multiformi nei quali la località raggiunta non costituisce la meta ultima, ma solo una tappa di passaggio), ma verosimilmente recita un ruolo rilevante la difficoltà nel proporre (e comunicare) al visitatore un territorio "chiavi in mano" nel quale esperienze e attività siano liberamente e agevolmente combinabili in mix di volta in volta diversi, senza la necessità di "trasferimenti" da una località all'altra. L'enfasi sulle filiere integrate rappresenta anche in questo caso un valido tentativo di risposta a patto di concepire la filiera stessa in chiave attuale e moderna, fino a includervi realtà produttive non tradizionalmente turistiche ma essenziali per una fruizione "chiavi in mano" del territorio: si pensi alle tecnologie dell'informazione<sup>2</sup> piuttosto che a quelle connesse con l'eco-sostenibilità.
- Infine si conferma la percezione che il turista medio che si reca in Lombardia, oltre a essere multi-provenienza, si caratterizzi per essere esigente e attento alla qualità.

Un quadro di sintesi, caratterizzato da molte luci e qualche ombra. Sono proprio queste ultime che in prospettiva potrebbero rappresentare un vincolo insormontabile all'ulteriore crescita del fenomeno turistico in Lombardia. Sono proprio queste ultime a esigere un ulteriore sforzo nella direzione della qualità e della sinergia tra tutti coloro che anche indirettamente abbiano a cuore lo sviluppo economico di questa regione.

## **2. Lo scenario di contesto internazionale tra trend positivi e crisi economica**

### **2.1 L'evoluzione del turismo nel mondo nel periodo 2007-2009 e i fenomeni tuttora in corso**

Per comprendere il ruolo chiave che il turismo, definito come "attività di persone che viaggiano fuori dal loro ambiente naturale, per non più di un anno, per divertimento, affari o altri motivi"<sup>3</sup>, gioca nell'economia mondiale, è sufficiente leggere i dati forniti dai più importanti Osservatori Internazionali<sup>4</sup>: nel 2008, nonostante i primi e non trascurabili effetti della crisi economica mondiale, gli introiti del turismo internazionale - generati dalla spesa all'estero in settori quali alloggio, cibo, divertimento, visite guidate e trasporti interni - sono aumentati dell'1,7% rispetto al 2007, raggiungendo gli 1,1 trilioni di dollari, l'equivalente di 3 miliardi di dollari al giorno.

Posto che ogni servizio che il turista paga quando viaggia all'estero è incluso tra le esportazioni del Paese visitato, il valore precedentemente espresso in termini assoluti, arriva nel 2008 a

---

<sup>2</sup> E, per esempio, alla realizzazione di micro-guide personalizzate per ogni turista, elaborabili e fruibili "in remoto" attraverso *smartphone*.

<sup>3</sup> Secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo (WTO), un gruppo intergovernativo di ricerca e azione con sede a Madrid.

<sup>4</sup> Gli Osservatori statistici di OECD, Eurostat e UNWTO, sotto la supervisione della *UN Statistics Commission*, hanno approvato, nel 2000, il *Tourism Satellite Account (TSA) Recommended Methodological Framework*, strumento che fornisce indicatori statistici utili alla stima, sia del peso del turismo all'interno dell'economia di un Paese, sia alla comprensione dell'importanza del settore turistico a livello internazionale.

rappresentare più del 30% dei servizi all'esportazione e circa il 6% delle esportazioni mondiali di beni e servizi, collocando il turismo al quarto posto fra le maggiori *export categories*, superando il commercio di prodotti alimentari e di abbigliamento<sup>5</sup>.

Misurando effetti più ampi, il *World Travel & Tourism Council* stima che il contributo del turismo al Prodotto Mondiale Lordo sia pari al 5% e che le attività direttamente o indirettamente legate al turismo generino e assorbano il 6-7% dell'occupazione mondiale.

Anche il numero di arrivi di turisti internazionali, attestandosi a 922 milioni di arrivi, ha fatto segnare un incremento nel 2008 rispetto al 2007 (+2% circa) pressoché identico a quello degli introiti sopra riportato. Tutte le regioni del mondo hanno riportato una crescita positiva nel numero degli arrivi, ad eccezione dell'Europa in cui si è registrata una situazione di sostanziale stagnazione (+0,3%), nonostante nelle prime dieci posizioni della *World's Top Tourism Destinations*<sup>6</sup> del 2008 figurino sette Paesi Europei<sup>7</sup>.

Le migliori performance si sono registrate nel Medio Oriente che, con i suoi 55 milioni di arrivi ha registrato un incremento del 18%, nettamente superiore ai valori riportati da Africa (+4%), America (+3%) e Asia Pacifico (+1%)<sup>8</sup>.

Più della metà dei turisti internazionali (il 51%, pari a 467 milioni di arrivi), viaggiano per vacanza, divertimento o ricerca di relax; circa il 15% è la percentuale di turisti le cui finalità sono di tipo *business*, il 27% è spinto a viaggiare per altri motivi, come visitare amici e parenti o per ragioni di salute o religiose<sup>9</sup>.

Scomponendo temporalmente alcuni dati, va detto che si fosse considerato solo il primo semestre del 2008, la crescita complessiva pari al del 2% degli arrivi sarebbe stata più consistente e pari al +5%. Il rallentamento del secondo semestre è espressione del collasso dei mercati finanziari e della conseguente fase di instabilità e recessione in cui è entrata l'economia mondiale. Pertanto, se da un lato l'incremento degli arrivi internazionali globali dimostra come il turismo, pur non immune agli effetti della crisi, abbia saputo reagire alle difficoltà del ciclo economico globale meglio di altri settori come l'immobiliare e l'industria automobilistica, dall'altro, confrontando il dato del 2008 con la media annuale di crescita degli arrivi registrata nel periodo compreso fra il 2004 e il 2007 (+7%), risulta evidente come la crisi non abbia risparmiato neppure questo settore.

Il rallentamento del "traffico" turistico internazionale è riscontrabile anche nei dati sul trasporto aereo, forniti da IATA<sup>10</sup>, che riportano un incremento dei flussi di passeggeri internazionali del solo 2,2% contro il +7,4 del 2007, e da quelli sull'occupazione delle strutture alberghiere, analizzati da *Deloitte*<sup>11</sup>, che segnala come tale indicatore, nel 2008, sia in pesante calo in tutte le regioni del mondo ad eccezione del Medio Oriente (+2%) e del Centro e Sud America (+0,6%).

La conferma di come anche il settore turistico internazionale sia entrato nel vortice della recessione si trae infine dai dati relativi ai primi otto mesi del 2009, durante i quali la domanda turistica internazionale è crollata del 7% rispetto ai dati del corrispondente periodo 2008 (in termini assoluti, nel periodo gennaio-agosto 2009 gli arrivi internazionali sono stati pari a 600 milioni contro i 643 del corrispondente periodo 2008<sup>12</sup>). Tuttavia, le previsioni sul numero internazionale di arrivi per l'intero 2009 indicano un calo degli arrivi compreso fra il 4-6%, a testimonianza della ripresa, avvenuta nei mesi di alta stagione di Luglio e Agosto, che gli esperti del UNWTO auspicano continui fino alla conclusione dell'anno. Oltre all'incertezza della situazione economica mondiale,

---

<sup>5</sup> Ai primi tre posti si collocano l'industria dei prodotti combustibili, seguita da quella farmaceutica e dell'*automotive*.

<sup>6</sup> Si tratta di due classifiche che, annualmente, l'UNWTO stila considerando i due principali indicatori del settore turistico: il numero di arrivi internazionali e gli introiti del turismo internazionale.

<sup>7</sup> Con riferimento al numero di arrivi internazionali, si tratta di Francia (al primo posto), Spagna, Italia, Regno Unito, Ucraina, Turchia e Germania; considerando gli introiti abbiamo Spagna, Francia, Italia, Germania, Regno Unito, Turchia e Austria.

<sup>8</sup> *UNWTO World Tourism Barometer, Volume 7, n.1, January 2009.*

<sup>9</sup> *Tourism Highlights, 2009, UNWTO World Tourism Barometer.*

<sup>10</sup> *International Air Transport Association.*

<sup>11</sup> E riportati da *STR Global*

<sup>12</sup> *UNWTO World Tourism Barometer, Volume 7, n.3, Ottobre 2009.*

un duro colpo ai flussi turistici internazionali è stato inferto dalla diffusione dell'influenza A(H1N1) che ha condizionato le scelte dei turisti relative alla durata e alla destinazione, amplificando le tendenze, già verificatesi in situazioni simili<sup>13</sup>, ai soggiorni più brevi e più vicini al Paese d'origine, anche in un'ottica prioritaria di contenimento delle spese. Gli esperti, infatti, stimano una flessione degli introiti del turismo internazionale compresa fra il 6-8% superiore, quindi, al calo del numero degli arrivi.

## 2.2 Le dinamiche italiane

In maniera analoga a quanto accade sullo scenario mondiale, anche per il turismo italiano, dopo un 2008 di tono sostanzialmente positivo, nel 2009 la crisi economica ha prodotto i suoi effetti negativi che vanno influenzato principalmente la durata media della permanenza e la propensione alla spesa, spingendo i turisti italiani e stranieri a ridurre il *budget* destinato alla vacanza e ad utilizzare maggiormente gli alloggi privati rispetto alle altre strutture ricettive<sup>14</sup>.

Se è innegabile che l'attrattività all'estero del nostro Paese si confermi molto elevata (nei primi mesi del 2009, 31,8 milioni di viaggiatori stranieri hanno varcato le frontiere italiane generando 12,4 miliardi di euro di spesa e oltre 134,8 milioni di pernottamenti<sup>15</sup>), è altrettanto vero che è in corso una modifica dei modelli di consumo rispetto al 2008: si assiste, infatti, ad un ridimensionamento della spesa del turismo *inbound*, che si contrae del 10% in misura uguale e condivisa sia al flusso *leisure*, sia a quello *business*<sup>16</sup>.

Come parziale controbilanciamento, va sottolineata la politica di ribasso dei prezzi (-7,2%) adottata dagli alberghi a maggiore vocazione internazionale, con cui le strutture ricettive alberghiere hanno arginato la perdita nel grado di occupazione dei posti letto (-2,9%) rispetto a quelle extralberghiere che, non adottando tale politica, hanno registrato una perdita maggiore e pari al -6,9%.

In controtendenza appare solo la spesa (+1,3%) dei turisti che hanno sostenuto viaggi per motivi personali fra cui è rilevante la componente di visite ad amici e parenti e quella dei viaggi studio.

Rispetto a quanto accaduto alla spesa, modesta è stata invece la contrazione del numero dei viaggiatori in Italia che in questi mesi del 2009 segna complessivamente un -2,8%, contrariamente alle stime dell'UNWTO, sopra citate, che prevedono un calo mondiale tra il 4% e il 6%.

Questa significativa differenza rispetto all'andamento del turismo mondiale è dovuta al fatto che nel primo trimestre 2009, grazie al vivace andamento del turismo sciistico, la montagna italiana ha trainato i risultati del comparto ricettivo verso il pareggio con il 2008, riuscendo ad occupare il 37% delle camere nelle strutture ricettive. Queste *performance* positive non si sono però confermate nei due trimestri successivi e, soprattutto nel mese di agosto: per gli alberghi l'occupazione camere è stata inferiore in tutte le aree geografiche del Paese (-6% nel Nord Ovest, -2,3% al Centro, -3,1% nel Sud e Isole) ad eccezione del Nord-Est (+1,7%). Tra le aree prodotte del turismo italiano, nel periodo di picco della stagione estiva, l'Italia ha avuto come protagonista il mare che, con l'84,3% delle camere occupate, eguaglia i risultati del 2008, seguito dalla montagna (+3,1%). Se, da un lato, sono cresciute le città d'arte (+4,6%), capaci di superare il periodo primaverile negativo, dall'altro è stata una stagione difficile per le destinazioni del turismo verde (-8,6%), del comparto termale (-1,1%) e dei laghi (-11,4%)<sup>17</sup>.

I fattori che incidono maggiormente sul calo occupazionale delle camere e sulla diminuzione dei flussi turistici sono da rintracciare, secondo gli operatori italiani, nella crisi economica e nelle

<sup>13</sup> Si pensi al periodo successivo all'11 settembre 2001 o alla diffusione della epidemia SARS.

<sup>14</sup> "Il turismo in Italia nel 2009: i fenomeni in corso", Osservatorio Nazionale del Turismo.

<sup>15</sup> Dati tratti dall'Indagine campionaria sul turismo internazionale della Banca d'Italia.

<sup>16</sup> I turisti del primo segmento di domanda hanno però ridotto il numero dei viaggi, mentre i viaggiatori d'affari hanno in primo luogo accorciato la durata media dei loro soggiorni.

<sup>17</sup> Dati tratti dall'Indagine sulle prenotazioni/presenze nelle aree turistiche e sui segmenti di prodotto di Unioncamere.

problematicità legate ai disservizi turistici che comprendono disagi alla mobilità, ritardi e disservizi nel sistema infrastrutturale dei trasporti, carenza di informazioni e servizi di assistenza ai turisti. Tutti questi elementi, unitamente a una dimensione politica caratterizzata da farraginose cornici normative e burocratiche generali, e alla questione della sicurezza nel Paese, posiziona l'Italia al 28° posto nella classifica generale stilata dal *World Economic Forum* sulla competitività turistica<sup>18</sup>, nonostante l'Italia sia dotata della maggior parte dei siti Unesco e di un patrimonio culturale e naturale ineguagliabile al mondo.

Luci ed ombre pertanto in questo scenario, ma in generale la sensazione che il settore turistico nel nostro paese stia sostanzialmente resistendo alle ripercussioni che la crisi mondiale ha innescato e che in altri settori hanno generato situazioni ben più drammatiche. E' in questo contesto, difficile ma non drammatico, che si delinea come ancor più degna di nota la situazione lombarda.

### 3. Il turismo in Lombardia nel periodo 2007-2008 e le evidenze provvisorie per il 2009: quale reazione alla crisi economica.

Prima di addentrarci nella analisi "statica" (si veda ultra Sezione 3) che "fotografi" la situazione al 2008, evidenziando situazioni di vantaggio comparato relativo di alcuni territori, Sistemi o Prodotti, è fondamentale ricostruire in chiave dinamica l'evoluzione dei fenomeni così come si è manifestata nei 18 mesi che vanno da gennaio 2008 a giugno 2009.

Accanto alle consuete chiavi di lettura, in questa occasione non si può prescindere da valutazioni in merito agli esiti che la recessione economica ha innescato e alle capacità del sistema di fronteggiare con successo o meno le turbolenze che inevitabilmente si sono generate anche nel comparto del turismo.

#### 3.1 Il quadro evolutivo generale 2007-2008

Confrontando i dati sul consuntivo dei flussi turistici<sup>19</sup> relativo all'anno del 2008 con quelli riferiti al 2007 (Tabelle 1a, 1b e 1c) si trae la sensazione di una reazione robusta e caratterizzata da sostanziale "tenuta" da parte del sistema lombardo rispetto alle insidie di un secondo semestre caratterizzato dalla crisi economica globale. Il temuto tracollo da molti paventato non si è verificato e gli arrivi hanno goduto addirittura di un lieve incremento (+0.5%); ciò non significa ovviamente che gli effetti di un contesto economico stagnante non si siano fatti sentire: tra i segnali meno positivi vi è l'andamento nel tempo delle presenze contraddistinto da un calo pari a circa l'1.2%.

**Tabella 1a**  
**Flussi turistici. Tassi di variazione 2008/2007. Province e tipologia di struttura ricettiva**

	BG	BS	CO	CR	LC	LO	MI	MN	PV	SO	VA	TOTALE
Arrivi Alberghi	7.7%	1.2%	2.8%	-4.3%	-2.0%	-15.1%	-0.3%	-1.3%	-24.3%	5.3%	7.2%	0.5%
Presenze Alberghi	3.3%	-1.6%	2.9%	5.0%	-6.6%	-22.1%	0.2%	-1.1%	-33.7%	5.0%	4.6%	-0.4%
Arrivi Complementari	-4.3%	-2.5%	-15.1%	30.2%	-7.4%	49.6%	9.2%	40.4%	-9.7%	27.8%	-0.6%	-0.2%
Presenze Complementari	-10.4%	-2.3%	-19.8%	5.3%	-23.8%	28.2%	-0.8%	33.0%	-1.9%	19.6%	-23.6%	-4.4%
Arrivi B&B	2.3%	11.5%	9.3%	15.3%	22.3%	1025.0%	-23.8%	40.3%	-32.1%	15.6%	41.4%	13.6%
Presenze B&B	0.0%	7.1%	7.7%	27.7%	21.5%	1950.0%	-21.4%	43.9%	-29.5%	18.7%	47.4%	13.1%
Arrivi totali	6.5%	0.3%	0.4%	-2.2%	-3.0%	-14.8%	-0.2%	6.5%	-23.9%	7.6%	7.1%	0.5%
Presenze totali	0.3%	-1.8%	-3.3%	5.1%	-13.6%	-21.7%	0.1%	8.3%	-32.1%	7.2%	0.3%	-1.2%

Anni di riferimento 2007-2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia - Istat

L'ovvia conseguenza, anch'essa di tono sfavorevole è una contrazione pressoché generalizzata del rapporto presenze/arrivi, ossia della durata media del soggiorno in terra lombarda, ad aggravare un fattore di relativa debolezza strutturale, quello del turismo "mordi e fuggi" che da tempo affligge le dinamiche turistiche non solo in Lombardia.

<sup>18</sup> Si tratta della classifica contenuta nella terza edizione de *The Travel&Tourism Competitiveness Report*.

<sup>19</sup> Fonte Istat e R.L.

**Tabella 1b**

**Flussi turistici. Tassi di variazione 2008/2007. Prodotti Isnart e tipologia di struttura ricettiva**

	ALTRO	CITTA'	LAGO	MONTAGNA	NATURA	TERME	N.A.	TOTALE
Arrivi Alberghi	-1.0%	1.2%	-2.0%	4.8%	1.3%	-5.3%	0.2%	0.5%
Presenze Alberghi	-4.1%	1.0%	-2.9%	3.0%	-8.0%	-7.3%	2.5%	-0.4%
Arrivi Complementari	6.0%	7.5%	-7.4%	10.9%	20.3%	-56.2%	16.0%	-0.5%
Presenze Complementari	-8.6%	-3.5%	-6.8%	2.3%	15.8%	-73.3%	8.1%	-4.6%
Arrivi B&B	13.6%	3.3%	10.1%	52.3%	39.9%	-28.8%	11.8%	13.6%
Presenze B&B	15.2%	2.2%	9.7%	75.2%	40.2%	-29.6%	6.5%	13.1%
Arrivi totali	-0.6%	1.4%	-3.7%	5.9%	2.3%	-6.4%	0.9%	0.5%
Presenze totali	-4.5%	0.8%	-4.7%	2.9%	-5.4%	-8.4%	3.0%	-1.2%

Anni di riferimento 2007-2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia - Istat

**Tabella 1c**

**Flussi turistici. Tassi di variazione 2008/2007. Sistemi turistici e tipologia di struttura ricettiva**

	A	B	C	D	E	F	FG	G	H	I	L	M	N	TOTALE
Arrivi Alberghi	7.2%	2.1%	5.3%	-6.5%	2.4%	5.7%	7.0%	-6.9%	10.2%	8.0%	-1.9%	-13.2%	-1.5%	0.5%
Presenze Alberghi	4.6%	1.5%	5.0%	-3.5%	1.7%	-0.2%	-15.1%	-11.3%	10.4%	7.3%	-4.0%	-17.5%	3.7%	-0.4%
Arrivi Complementari	-0.6%	-12.8%	27.8%	107.8%	4.3%	-10.3%	-1.7%	-7.3%	-11.5%	-0.4%	-2.5%	29.2%	41.3%	-0.5%
Presenze Complementari	-23.6%	-20.8%	19.6%	2.5%	-0.1%	-13.9%	-9.7%	-4.5%	-22.3%	-12.9%	-0.8%	20.1%	50.7%	-4.6%
Arrivi B&B	41.4%	14.9%	15.6%	17.0%	-51.5%	3.6%	25.2%	52.9%	-6.0%	98.7%	9.4%	28.3%	411.1%	13.6%
Presenze B&B	47.4%	13.6%	18.7%	-0.1%	-47.5%	1.3%	-26.3%	31.9%	-9.5%	101.0%	6.3%	30.9%	250.0%	13.1%
Arrivi totali	7.1%	-0.2%	7.6%	-6.4%	2.4%	0.7%	5.1%	-6.0%	9.6%	7.6%	-2.0%	-10.2%	7.1%	0.5%
Presenze totali	0.3%	-5.2%	7.2%	-3.4%	1.6%	-6.1%	-14.3%	-8.3%	6.9%	4.1%	-2.6%	-13.0%	14.2%	-1.2%

Anni di riferimento 2007-2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia - Istat

Entrando meglio nel dettaglio e nello spaccato delle tabelle [1a -1c] si possono avanzare alcune interessanti considerazioni:

- La montagna prosegue nel suo significativo trend di recupero già evidenziato nel 2007; il notevole risultato (+6% gli arrivi; +3% le presenze) conseguito nel 2008 a dispetto della crisi è il frutto di un *trend* strutturale di riposizionamento dell'offerta turistica di una parte della montagna lombarda, soprattutto quella dell'alta Valtellina e dell'alta Valcamonica, che vanno sempre più potenziando le proposte estive ed extra-sciistiche (ad esempio di natura termale, convegnistica e culturale). Ciò trova piena conferma anche nel risultato largamente positivo della Provincia di Sondrio e dei sistemi turistici "Valtellina" e "Adamello" che vedono accresciuti arrivi e presenze in misura ampiamente superiore al 7% il primo e rispettivamente al 7% e al 14% il secondo. Accanto alle dinamiche di medio-lungo periodo, il prodotto montagna ha anche beneficiato di fattori puramente congiunturali tra i quali un grado di innevamento nettamente superiore a quello dell'anno precedente, con esiti propizi sulla intensità, ma anche sulla durata temporale della stagione sciistica.
- Un risultato di segno positivo, anche se dimensionalmente limitato, caratterizza il prodotto città (+ 1.4% gli arrivi e +0.8% le presenze) ed è conseguenza principalmente della valida performance del sistema turistico "Città di Milano" (che spicca rispetto a quella molto meno brillante del "Sistema Metropolitano Luoghi da Vivere" e della Provincia di Milano nel suo complesso). Dai dati sembra emergere una sorta di effetto "drenante" per cui il polo cittadino milanese ha pressoché da solo sostenuto questo segmento, sottraendo quote non trascurabili di flussi ai poli di contorno, sia situati in provincia, sia in altre province (confinanti) e ad alta intensità di prodotto "città", come Lodi (-14.8% gli arrivi e -21.7% le presenze) o Pavia (-23.9% gli arrivi e -32.1% le presenze).
- I prodotti *leisure* più tradizionali in Lombardia, ossia lago e terme sono in significativo arretramento e coerentemente con essi le province di Lecco (ampiamente e diffusamente), Como e Brescia (solo in termini di presenze con cali rispettivamente del 3.3% e del 1.8%) e due sistemi turistici che rappresentano pilastri "storici" del turismo lombardo, ossia "Riviera del Garda Bresciano" e "Lago di Como".
- Contraddittoria la *performance* dinamica del prodotto "natura": + 2.3% gli arrivi e -5.4% le presenze). Questo prodotto, in termini di incidenza dei flussi sul totale, rileva soprattutto nelle Province di Varese e Pavia, tra le quali però esiste una forte discrasia: Varese è provincia la cui attrattività è in forte crescita (+7.1% gli arrivi e 0.3% le presenze) e si



posiziona al secondo posto nella graduatoria degli incrementi di flussi in arrivo dopo Sondrio, e parimenti in recupero è il suo sistema turistico di riferimento “Varese Land of Tourism”. Al contrario, Pavia soffre di un crollo verticale (-24% gli arrivi; -32% le presenze) che ha verosimilmente cause idiosincratice ben più complesse che non sono riconducibili al prodotto natura, ma, come si è già detto, al prodotto città.

- Sempre a livello territoriale sono da sottolineare anche le performance di Bergamo e soprattutto di Mantova che fa registrare un incremento di presenze superiore al 8%.
- **In sintesi le province a maggiore crescita appaiono Mantova e Sondrio, seguite a breve distanza da Varese e Bergamo. Pessima la situazione tendenziale di Lecco, Lodi e Pavia.**
- Rispetto alle tipologie di strutture ricettive l’andamento è alquanto differenziato: male i Campeggi, gli Ostelli e i Villaggi e in generale gli esercizi di tipo complementare; bene i B&B, interlocutorio e stabile l’andamento degli alberghi. Verosimilmente su questa diversificazione di effetti pesa il diverso impatto che la crisi economica produce sulle attitudini di spesa e sui profili economici della categorie di utenza che fruiscono delle diverse strutture: l’impatto è più restrittivo e significativo nei confronti dell’utenza *leisure*, giovane e familiare che è quella che fruisce relativamente di più delle strutture complementari.
- Significativo e chiaro campanello d’allarme è il contrarsi dei tempi medi di permanenza del turista (Tabella 2) che coinvolge trasversalmente tutti i prodotti, i territori e i sistemi, con rarissime eccezioni, seppur di rilievo: Cremona tra le province e “Adamello” tra i Sistemi.

**Tabella 2**

**Rapporto presenze/arrivi. Variazione 2008/2007. Sistemi turistici e tipologia di struttura**

PROVINCIA		PRODOTTO		SISTEMA TURISTICO	
BG	-0.14	ALTRO	-0.07	VARESE LAND OF TOURISM	-0.13
BS	-0.09	CITTA'	-0.01	LAGO DI COMO	-0.14
CO	-0.10	LAGO	-0.05	VALTELLINA	-0.02
				SISTEMA METROPOLITANO	
CR	0.14	MONTAGNA	-0.12	LUOGHI DA VIVERE	0.06
LC	-0.33	NATURA	-0.14	CITTA' DI MILANO	-0.02
LO	-0.14	TERME	-0.10	LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA	-0.26
				LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA,	
MI	0.01	N.A.	0.05	OROBIE BERGAMASCHE	-0.79
MN	0.04	TOTALE	-0.04	OROBIE BERGAMASCHE	-0.11
PV	-0.27			BERGAMO, ISOLA E PIANURA	-0.04
				LA VIA DEL FERRO DALLA VALLE	
SO	-0.02			TROMPIA A BRESCIA	-0.09
VA	-0.13			RIVIERA DEL GARDA BRESCIANO	-0.03
TOTALE	-0.04			PO DI LOMBARDIA	-0.07
				ADAMELLO	0.32
				N.D.	-0.03
				TOTALE	-0.04

Anni di riferimento 2007-2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia - Istat

Abbandonando i dati di consuntivo e scomponendo l’analisi dei flussi per frequenze mensili, l’impatto della crisi di fine 2008 risalta con maggiore evidenza: nei primi 5 mesi dell’anno i saldi presenze su base annua sono stati ampiamente positivi per ben 4 volte (una frenata c’è stata solo nel mese di aprile). Da giugno in poi, tuttavia, le presenze sono apparse in continua diminuzione e così anche gli arrivi, eccezion fatta per il mese di dicembre. Il rallentamento della seconda metà di anno risulta fenomeno comune a tutti i Sistemi turistici, per quanto “Adamello”, “Bergamo, Isola e Pianura”, “La sublimazione dell’acqua” e “La via del ferro” ne abbiano risentito in maniera meno drammatica. Circa i prodotti si osserva una frenata particolarmente brusca per “terme” e “lago”, mentre la montagna mostra un’evoluzione oscillante con qualche recupero non trascurabile a ottobre e dicembre.

**Tabella 3a**

## Flussi turistici. Tassi di variazione tendenziali mensili 2008/2007 per Sistema turistico

ARRIVI	MESI											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>SISTEMA TURISTICO</b>												
ADAMELLO	-3.7%	15.4%	29.8%	-35.0%	13.9%	-21.4%	-8.5%	11.9%	-1.8%	74.1%	-43.8%	16.3%
BERGAMO, ISOLA E PIANURA	19.4%	22.1%	11.5%	20.6%	14.8%	8.6%	9.5%	5.8%	2.8%	0.4%	2.2%	-0.4%
CITTA' DI MILANO	3.4%	5.6%	-1.8%	5.5%	0.0%	5.1%	2.9%	-1.8%	0.6%	1.5%	4.2%	4.2%
LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA	18.8%	13.0%	8.1%	-17.5%	8.4%	-6.7%	-2.7%	4.7%	-8.4%	12.7%	4.6%	2.2%
LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA, OROBIE BERGAMASCHE	35.9%	32.0%	9.8%	-61.3%	48.4%	8.3%	-12.8%	-1.7%	-32.3%	8.0%	-10.9%	39.4%
LA VIA DEL FERRO DALLA VALLE TROMPIA A BRESCIA	8.3%	12.1%	-11.6%	15.7%	-0.9%	5.9%	17.3%	19.7%	7.7%	9.4%	6.6%	14.7%
LAGO DI COMO	6.7%	14.2%	27.2%	-9.7%	7.2%	-5.1%	-5.0%	5.4%	-4.5%	-5.3%	-12.3%	-1.9%
OROBIE BERGAMASCHE	-10.9%	2.6%	27.8%	-16.5%	6.4%	-16.4%	-18.7%	11.7%	-14.9%	-4.3%	-27.7%	-15.6%
PO DI LOMBARDIA	-7.7%	-0.1%	-5.8%	-3.4%	-5.0%	-6.5%	-11.2%	-16.5%	-10.6%	-14.5%	-26.4%	-18.1%
RIVIERA DEL GARDA BRESCIANO	-1.7%	17.0%	35.5%	-20.1%	19.1%	-12.7%	-3.0%	5.3%	-13.4%	-0.9%	-15.0%	-1.8%
SISTEMA METROPOLITANO LUOGHI DA VIVERE	-11.1%	-1.9%	-12.1%	-4.8%	-9.2%	-12.1%	-11.0%	-11.7%	-2.4%	-2.4%	0.4%	2.6%
VALTELLINA	9.6%	13.8%	18.6%	-9.6%	68.7%	-11.9%	2.9%	10.8%	-8.7%	9.5%	-3.8%	7.7%
VARESE LAND OF TOURISM	9.7%	14.0%	16.8%	11.8%	14.8%	6.2%	8.8%	5.0%	-0.4%	-6.1%	-1.5%	13.4%
<b>TOTALE</b>	<b>1.9%</b>	<b>7.4%</b>	<b>3.9%</b>	<b>-1.7%</b>	<b>4.9%</b>	<b>-3.2%</b>	<b>-0.9%</b>	<b>1.9%</b>	<b>-3.8%</b>	<b>-1.8%</b>	<b>-2.4%</b>	<b>2.1%</b>

PRESENZE	MESI											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>SISTEMA TURISTICO</b>												
ADAMELLO	8.8%	13.0%	29.4%	-36.3%	-22.4%	0.2%	12.7%	9.2%	23.9%	261.5%	3.6%	24.7%
BERGAMO, ISOLA E PIANURA	9.2%	18.5%	10.0%	18.1%	10.6%	6.3%	10.8%	4.0%	0.0%	-0.6%	-2.7%	-4.1%
CITTA' DI MILANO	2.5%	5.9%	-1.4%	5.2%	2.6%	4.1%	4.9%	-0.3%	-1.8%	-4.1%	2.1%	0.4%
LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA	18.4%	11.7%	9.8%	-23.3%	-3.0%	-11.1%	-5.8%	-4.3%	-9.1%	-1.0%	-15.5%	-26.0%
LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA, OROBIE BERGAMASCHE	47.7%	-1.5%	-20.8%	-78.7%	-56.2%	-15.3%	-18.1%	-17.1%	-10.9%	15.9%	-59.3%	25.2%
LA VIA DEL FERRO DALLA VALLE TROMPIA A BRESCIA	5.7%	10.6%	-5.2%	14.9%	7.2%	9.9%	7.2%	-0.8%	-1.1%	-1.7%	-4.4%	10.9%
LAGO DI COMO	11.9%	23.5%	40.9%	-16.4%	4.4%	-8.6%	-11.0%	-8.3%	-4.4%	-9.3%	-16.2%	-11.7%
OROBIE BERGAMASCHE	-10.9%	-4.2%	22.9%	-17.8%	6.6%	-12.6%	-14.5%	-4.3%	-7.1%	5.2%	-40.3%	-22.1%
PO DI LOMBARDIA	-13.8%	12.6%	-9.2%	-2.3%	-7.1%	-11.8%	-12.1%	-24.7%	-14.1%	-14.3%	-31.9%	-26.0%
RIVIERA DEL GARDA BRESCIANO	0.3%	15.5%	72.4%	-25.7%	13.1%	-11.2%	3.5%	-3.0%	-8.3%	-7.5%	-23.6%	-13.7%
SISTEMA METROPOLITANO LUOGHI DA VIVERE	-10.3%	-0.1%	-11.2%	-2.1%	-4.0%	-8.4%	-3.8%	-3.1%	-2.9%	-2.9%	3.0%	8.2%
VALTELLINA	14.4%	14.1%	20.3%	-14.8%	52.4%	-7.8%	-3.1%	-2.2%	-11.3%	5.8%	-10.6%	18.6%
VARESE LAND OF TOURISM	9.2%	18.1%	15.2%	8.4%	8.1%	-5.1%	-9.3%	-2.6%	2.4%	-12.1%	-12.0%	1.2%
<b>TOTALE</b>	<b>3.0%</b>	<b>9.4%</b>	<b>8.5%</b>	<b>-6.1%</b>	<b>5.0%</b>	<b>-5.8%</b>	<b>-1.4%</b>	<b>-4.1%</b>	<b>-4.9%</b>	<b>-5.6%</b>	<b>-6.3%</b>	<b>-0.3%</b>

Anni di riferimento 2007-2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia - Istat

Tabella 3b

## Flussi turistici. Tassi di variazione tendenziali mensili 2008/2007 per Prodotto isart

ARRIVI	MESI											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>PRODOTTO</b>												
CITTA'	1.5%	6.2%	-1.5%	5.1%	0.6%	2.5%	1.5%	-1.2%	-0.9%	-0.2%	0.3%	3.3%
MONTAGNA	8.4%	14.6%	21.6%	-14.1%	45.1%	-11.3%	-4.7%	8.6%	-8.1%	9.2%	-2.8%	8.1%
TERME	-12.6%	43.3%	52.6%	-3.2%	-18.6%	1.8%	-24.3%	-4.4%	-13.9%	-0.2%	-39.9%	-28.6%
LAGO	4.9%	16.6%	38.4%	-22.4%	15.2%	-12.6%	-5.8%	3.3%	-13.0%	-3.7%	-13.4%	-6.6%
NATURA	15.9%	7.1%	16.3%	10.6%	5.9%	5.5%	9.3%	1.8%	-3.7%	-14.2%	-17.8%	-3.1%
ALTRO	-4.8%	5.0%	-4.1%	2.8%	1.2%	-3.9%	2.5%	1.5%	-4.0%	-1.0%	-2.5%	-0.4%
N.A.	0.2%	5.0%	-4.1%	3.9%	1.4%	-3.0%	-1.2%	1.5%	4.8%	-2.5%	1.3%	3.1%
<b>TOTALE</b>	<b>1.9%</b>	<b>7.4%</b>	<b>3.9%</b>	<b>-1.7%</b>	<b>4.9%</b>	<b>-3.2%</b>	<b>-0.9%</b>	<b>1.9%</b>	<b>-3.8%</b>	<b>-1.8%</b>	<b>-2.4%</b>	<b>2.1%</b>
<b>PRESENZE</b>												
<b>PRODOTTO</b>												
CITTA'	0.9%	8.4%	0.1%	5.4%	2.6%	2.3%	2.7%	-1.9%	-2.8%	-5.2%	-2.3%	-0.7%
MONTAGNA	12.1%	12.9%	22.3%	-23.7%	6.9%	-8.0%	-10.9%	-5.3%	-7.9%	14.1%	-16.0%	16.6%
TERME	-4.4%	30.3%	24.6%	8.4%	-14.0%	-2.7%	-13.8%	-17.4%	-10.4%	3.4%	-47.7%	-24.3%
LAGO	9.4%	20.0%	66.4%	-27.2%	11.4%	-13.0%	-1.3%	-5.1%	-8.9%	-7.9%	-20.9%	-16.1%
NATURA	5.2%	8.1%	5.0%	3.5%	-0.3%	-1.9%	3.3%	-5.0%	-8.5%	-22.2%	-29.3%	-18.1%
ALTRO	-2.4%	5.2%	-6.8%	-0.9%	-1.1%	-11.1%	-3.9%	-5.6%	-6.7%	-7.4%	-4.0%	-9.9%
N.A.	-3.0%	6.3%	0.2%	7.2%	5.3%	2.4%	3.2%	5.5%	5.9%	-0.3%	-2.0%	2.3%
<b>TOTALE</b>	<b>3.0%</b>	<b>9.4%</b>	<b>8.5%</b>	<b>-6.1%</b>	<b>5.0%</b>	<b>-5.8%</b>	<b>-1.4%</b>	<b>-4.1%</b>	<b>-4.9%</b>	<b>-5.6%</b>	<b>-6.3%</b>	<b>-0.3%</b>

Anni di riferimento 2007-2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia - Istat

Come è usuale, facili generalizzazioni risultano sconsigliabili, ma prudentemente va detto che:

- l'evidenza dei numeri suggerisce che la crisi abbia in primo luogo condizionato negativamente il turismo *leisure*, la cui funzione di domanda esibisce normalmente un'elasticità al reddito relativamente più alta; l'effetto è stato quello di un accorciamento delle durate-vacanza, con ripercussioni soprattutto sulle presenze e meno marcatamente sugli arrivi.
- All'interno del comparto *leisure* il turismo termale e di lago ha sofferto più di quello di montagna, essendosi la crisi manifestata dopo la chiusura dei mesi invernali più propizi per le attività sciistiche (Gennaio-Marzo) e al contrario in concomitanza con la parte finale della stagione lacuale (settembre-ottobre; ma le aspettative pessimistiche sulla crisi operavano già da giugno)
- Come confermato anche da studi internazionali, il turismo di città, che ha motivazioni più frequentemente *business*, ha assunto uno stile più sobrio, ma nel quadro di una sostanziale tenuta dei flussi sia in arrivo sia in presenza.
- Come già sottolineato nel rapporto dell'anno passato, la diversificazione del portafoglio di offerta turistica è stata premiata e si è rivelata strumento valido di ammortizzazione della crisi: Bergamo, Varese e Mantova, che erano e rimangono (si veda *ultra*) realtà territoriali

ad elevata differenziazione di prodotto, sono tra le migliori *performer* di crescita anche quest'anno, per quanto vada detto che Bergamo non ha brillato in ognuno dei propri prodotti (ad esempio la bassa montagna a vocazione più "tradizionale") e Varese ha invece beneficiato di eventi straordinari (ad esempio i campionati Mondiali di ciclismo).

### **3.2 Uno sguardo all'attualità. Le dinamiche del primo semestre 2009: baratro o semplice flessione?**

Allo scopo di valutare con maggiore completezza l'impatto della crisi, abbiamo voluto prendere in considerazione anche i dati relativi al primo semestre 2009, ponendoli a confronto con i numeri del primo semestre 2008. In un certo senso l'analisi dovrebbe essere "spietata" nelle sue implicazioni: infatti ci siamo posti nelle condizioni di incrociare il periodo probabilmente peggiore di questa recessione con il periodo immediatamente precedente al suo scoppio e avente un'intonazione diffusamente positiva.

Si tenga conto che i dati relativi al 2009 non sono ancora stati validati da Istat e presentano alcuni "buchi" di rilevazione, per alcune province. Pertanto è consigliabile una loro interpretazione non in senso puntuale, ma come rivelatori di macro-trend. Per questo motivo e anche per rispettare obblighi di riservatezza in merito a dati non validati, non si mostreranno in questa sede i numeri puntuali, che in taluni casi, potrebbero essere fuorvianti se interpretati in senso assoluto, ma si evidenzieranno le indicazioni qualitative che i numeri rivelano in merito alle macro-evoluzioni in corso.

Coerentemente con questa ottica, e ipotizzando la presenza di errori o incompletezze nei dati, si è optato per adottare criteri di presentazione "morbidi": pertanto, le variazioni di flusso inferiori in valore assoluto al 5% sono state etichettate come situazioni di "stabilità", le variazioni, positive o negative, comprese in valore assoluto tra il 5.01% e il 10% sono state definite rispettivamente situazioni di "crescita" e di "calo" e infine le variazioni, positive o negative, strettamente superiori in valore assoluto al 10% sono state definite situazioni di "forte crescita" o di "forte calo"

Il quadro, è riassunto nelle tabelle dalla 4a alla 8 e può essere così sintetizzato:

- Il temuto baratro sembra per ora essere stato scongiurato; in generale il quadro complessivo che abbiamo delineato come consuntivo regionale 2008 sembra infatti confermarsi, con una sostanziale tenuta dei flussi in entrata (che risultano addirittura ancora in crescita rispetto a un già ottimo primo semestre 2008) e una corrispondente diminuzione delle presenze, nel segno di un accorciamento dei tempi-vacanza. Stando alle indagini Isnart, la Lombardia avrebbe comunque subito un certo ridimensionamento della sua capacità di attrattività rispetto ad altre mete nazionali che offrono soluzioni più economiche
- Il calo (più o meno accentuato) delle presenze appare "universale" rispetto a prodotti, province e sistemi turistici con le sole eccezioni degli incroci Varese/Prodotto Città e Lecco/Prodotto montagna che appaiono in crescita e alcune "tenui" situazioni di stabilità sparse, per lo più riguardanti i prodotti lago e montagna.
- La ricerca di soluzioni più economiche, sempre secondo Isnart, verrebbe confermata da un più intensivo utilizzo delle case di proprietà site in zone turistiche e da un incremento dei flussi ospitati in casa di amici e parenti
- Sempre il *target* di una maggiore economicità avrebbe ridotto il raggio degli spostamenti, favorendo le mete vicine alle località di residenza e incrementando, pertanto, la quota di turisti provenienti dall'interno dei confini regionali.

Rispetto agli arrivi il quadro è misto con alcune conferme e alcune novità: sul fronte delle conferme continua l'accelerazione della montagna e l'andamento contraddittorio del prodotto "natura"; un sussulto di orgoglio sembra coinvolgere i prodotti "lago" e "terme" (ma come esito di una performance circoscritta, seppur molto positiva, propria della sola area di Brescia e del sistema turistico "Riviera del Garda Bresciano"). Si annuncia un rallentamento del prodotto "città" che,

dopo aver inizialmente resistito all'impatto della recessione, subisce solo ora l'onda lunga delle razionalizzazioni aziendali che hanno ridimensionato gli investimenti nel turismo d'affari. Tra le province spicca Brescia per *performance* positiva, tengono sostanzialmente Varese e Como, le altre appaiono tutte in ritardo.

**Tabelle 4a e 4b**

**Flussi turistici. Tassi di variazione 2009/2008 primo semestre. Arrivi per Provincia e Prodotto Isnart**

	ALTRO	CITTA'	LAGO	MONTAGNA	N.A.	NATURA	TERME	TOTALE
BG	FORTE CALO	FORTE CALO	CALO	FORTE CALO	CALO		CALO	FORTE CALO
BS	FORTE CRESOITA	FORTE CRESOITA	FORTE CRESOITA	FORTE CRESOITA	FORTE CRESOITA		FORTE CRESOITA	FORTE CRESOITA
CO	STABILE	FORTE CALO	STABILE	CALO	FORTE CRESOITA			STABILE
CR	STABILE	FORTE CALO			FORTE CRESOITA			CALO
LC	STABILE	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CRESOITA	CALO			CALO
LO	CRESOITA	FORTE CALO			CALO			FORTE CALO
MN	CALO	STABILE		FORTE CALO	FORTE CALO			CALO
MI	STABILE	FORTE CALO		CRESOITA	FORTE CRESOITA			FORTE CALO
PV		CALO		FORTE CALO	CRESOITA	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO
SO	STABILE	STABILE		CALO	STABILE	FORTE CALO		CALO
VA		FORTE CRESOITA	CRESOITA		FORTE CRESOITA	CRESOITA		CRESOITA
TOT	STABILE	FORTE CALO	CRESOITA	FORTE CRESOITA	FORTE CRESOITA	FORTE CALO	CRESOITA	CRESOITA

**Flussi turistici. Tassi di variazione 2009/2008 primo semestre. Presenze per Provincia e Prodotto Isnart**

	ALTRO	CITTA'	LAGO	MONTAGNA	N.A.	NATURA	TERME	TOTALE
BG	FORTE CALO	CALO	STABILE	CALO	CALO		FORTE CALO	FORTE CALO
BS	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	CALO	FORTE CALO		FORTE CALO	FORTE CALO
CO	CALO	FORTE CALO	STABILE	STABILE	CRESOITA			CALO
CR	CRESOITA	FORTE CALO			STABILE			CALO
LC	CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CRESOITA	STABILE			CALO
LO	FORTE CALO	FORTE CALO			CALO			FORTE CALO
MN	CALO	CALO			FORTE CALO	CALO		FORTE CALO
MI	CALO	FORTE CALO			STABILE	FORTE CRESOITA	FORTE CALO	FORTE CALO
PV		FORTE CALO		FORTE CALO	FORTE CRESOITA	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO
SO	STABILE	FORTE CALO		STABILE	FORTE CRESOITA	FORTE CALO		STABILE
VA		CRESOITA	STABILE		FORTE CRESOITA	STABILE		STABILE
TOT	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	CALO	CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO

Periodi di riferimento Anno 2008, primo semestre 2009  
Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia - Istat

**Tabelle 5a e 5b**

**Flussi turistici. Tassi di variazione 2009/2008 primo semestre. Arrivi per Sistema turistico e Prodotto Isnart**

	ALTRO	CITTA'	LAGO	MONTAGNA	N.A.	NATURA	TERME	TOTALE
ADAMELLO	FORTE CRESOITA			FORTE CRESOITA	FORTE CRESOITA			FORTE CRESOITA
BERGAMO, ISOLA E PIANURA	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	STABILE			FORTE CALO
CITTA' DI MILANO		FORTE CALO						FORTE CALO
LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA	FORTE CRESOITA		FORTE CRESOITA	FORTE CRESOITA	FORTE CRESOITA		FORTE CRESOITA	FORTE CRESOITA
LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA, OROBIE BERGAMASCHE				FORTE CALO	FORTE CRESOITA			FORTE CALO
LA VIA DEL FERRO DALLA VALLE TROMPIA A BRESCIA	STABILE	FORTE CRESOITA		FORTE CRESOITA	FORTE CRESOITA			FORTE CRESOITA
LAGO DI COMO	STABILE	FORTE CALO	STABILE	CALO	FORTE CRESOITA			STABILE
OROBIE BERGAMASCHE	STABILE			FORTE CALO	FORTE CALO		CALO	FORTE CALO
PO DI LOMBARDIA	STABILE	FORTE CALO		FORTE CALO	STABILE	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO
RIVIERA DEL GARDA BRESCIANO	FORTE CRESOITA		FORTE CRESOITA		FORTE CRESOITA			FORTE CRESOITA
SISTEMA METROPOLITANO LUOGHI DA VIVERE	STABILE				CRESOITA			STABILE
VALTELLINA	STABILE	STABILE		CALO	STABILE	FORTE CALO		CALO
VARESE LAND OF TOURISM		FORTE CRESOITA	CRESOITA		FORTE CRESOITA	CRESOITA		CRESOITA
TOTALE	STABILE	FORTE CALO	CRESOITA	FORTE CRESOITA	FORTE CRESOITA	FORTE CALO	CRESOITA	CRESOITA

**Flussi turistici. Tassi di variazione 2009/2008 primo semestre. Presenze per Sistema turistico e Prodotto Isnart**

	ALTRO	CITTA'	LAGO	MONTAGNA	N.A.	NATURA	TERME	TOTALE
ADAMELLO	CRESOITA			CALO	FORTE CALO			FORTE CALO
BERGAMO, ISOLA E PIANURA	FORTE CALO	CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	STABILE			CALO
CITTA' DI MILANO		FORTE CALO						FORTE CALO
LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA	FORTE CALO		FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO		FORTE CALO	FORTE CALO
LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA, OROBIE BERGAMASCHE				FORTE CALO	FORTE CRESOITA			FORTE CALO
LA VIA DEL FERRO DALLA VALLE TROMPIA A BRESCIA	FORTE CALO	FORTE CALO		FORTE CRESOITA	FORTE CALO			FORTE CALO
LAGO DI COMO	CALO	FORTE CALO	CALO	CRESOITA	CRESOITA			CALO
OROBIE BERGAMASCHE	CALO			CALO	FORTE CALO		CRESOITA	FORTE CALO
PO DI LOMBARDIA	CALO	FORTE CALO		FORTE CALO	STABILE	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO
RIVIERA DEL GARDA BRESCIANO	FORTE CALO		FORTE CALO		FORTE CALO			FORTE CALO
SISTEMA METROPOLITANO LUOGHI DA VIVERE	STABILE				STABILE	FORTE CRESOITA		STABILE
VALTELLINA	STABILE	FORTE CALO		STABILE	CRESOITA	FORTE CALO		STABILE
VARESE LAND OF TOURISM		CRESOITA	STABILE		FORTE CRESOITA	STABILE		STABILE
TOTALE	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	CALO	CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO

Periodi di riferimento Anno 2008, primo semestre 2009  
Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia - Istat

- In termini generali le dinamiche che caratterizzano i flussi di provenienza straniera nel primo semestre del 2009 appaiono abbastanza coerenti dal punto di vista qualitativo con quelle complessive (aumento degli arrivi e contrazione delle presenze), anche in termini di distribuzioni dei flussi per Prodotti Isnart, Province e Sistemi turistici. Ciò nonostante, per effetto di variazioni percentuali dimensionalmente differenti, per quanto di segno identico a

quelle complessive, i flussi di provenienza estera sembrano caratterizzati da una sorta di schizofrenia. La loro incidenza sul totale aumenterebbe infatti di quasi il 10% per quanto riguarda gli arrivi e al contrario calerebbe più o meno della medesima percentuale per quanto riguarda le presenze (Tabella 8). Questo fenomeno in precipua parte (ipotesi da verificare a consuntivo 2009 in virtù anche delle Indagini Isnart sull'orientamento della domanda) interessa verosimilmente il turismo *leisure* (quello *business-oriented* ha già tempi di permanenza in sé così limitati che non sembra esserci spazio per ulteriori significative contrazioni) ed è non è facilmente spiegabile nel caso del turista *leisure* di provenienza estera che sostiene un viaggio più lungo e faticoso per raggiungere le mete lombarde e opziona prevalentemente località di lago e termali più adatte a soggiorni di durata più lunga.

**Tabelle 6a e 6b**

**Flussi turistici di provenienza straniera.  
Tassi di variazione 2009/2008 1° semestre.  
Arrivi per Provincia e Prodotto Isnart**

	ALTRO	CITTA'	LAGO	MONTAGNA	N.A.	NATURA	TERME	TOTALE
<b>BG</b>	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	CALO		FORTE CALO	FORTE CALO
<b>BS</b>	FORTE CRESCITA	FORTE CRESCITA	FORTE CRESCITA	FORTE CRESCITA	FORTE CRESCITA		FORTE CRESCITA	FORTE CRESCITA
<b>CO</b>	FORTE CALO	FORTE CALO	STABILE	FORTE CALO	FORTE CRESCITA			CALO
<b>CR</b>	CALO	FORTE CALO			STABILE			FORTE CALO
<b>LC</b>	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	STABILE	CRESCITA			FORTE CALO
<b>LO</b>	FORTE CALO	FORTE CALO			FORTE CALO			FORTE CALO
<b>MN</b>	FORTE CALO	CALO			FORTE CALO	STABILE		FORTE CALO
<b>MI</b>	FORTE CALO	FORTE CALO			STABILE			FORTE CALO
<b>PV</b>		FORTE CALO		FORTE CRESCITA	FORTE CRESCITA	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO
<b>SO</b>	STABILE	FORTE CRESCITA		STABILE	STABILE	FORTE CALO		STABILE
<b>VA</b>		FORTE CRESCITA	CALO		FORTE CRESCITA	CALO		STABILE
<b>TOT</b>	FORTE CRESCITA	FORTE CALO	CRESCITA	FORTE CRESCITA	FORTE CRESCITA	CALO	FORTE CRESCITA	CRESCITA

**Flussi turistici di provenienza straniera.  
Tassi di variazione 2009/2008 1° semestre.  
Presenze per Provincia e Prodotto Isnart**

	ALTRO	CITTA'	LAGO	MONTAGNA	N.A.	NATURA	TERME	TOTALE
<b>BG</b>	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CRESCITA	FORTE CALO	STABILE		CALO	FORTE CALO
<b>BS</b>	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO		FORTE CALO	FORTE CALO
<b>CO</b>	FORTE CALO	FORTE CALO	STABILE	FORTE CALO	FORTE CALO			FORTE CALO
<b>CR</b>	FORTE CRESCITA	STABILE			FORTE CALO			STABILE
<b>LC</b>	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CRESCITA	FORTE CRESCITA			CALO
<b>LO</b>	FORTE CALO	FORTE CALO			FORTE CRESCITA			FORTE CALO
<b>MN</b>	FORTE CALO	FORTE CALO			FORTE CALO	FORTE CALO		FORTE CALO
<b>MI</b>	FORTE CALO	FORTE CALO			FORTE CALO			FORTE CALO
<b>PV</b>		FORTE CALO		FORTE CRESCITA	FORTE CRESCITA	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO
<b>SO</b>	CRESCITA	CRESCITA		STABILE	CRESCITA	FORTE CALO		STABILE
<b>VA</b>		FORTE CRESCITA	CALO		CALO	CALO		STABILE
<b>TOT</b>	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO

Periodi di riferimento Anno 2008, primo semestre 2009

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia - Istat

**Tabelle 7a e 7b**

**Flussi turistici di provenienza straniera.  
Tassi di variazione 2009/2008 primo  
semestre. Arrivi per Sistema Turistico e  
Prodotto Isnart**

	ALTRO	CITTA'	LAGO	MONTAGNA	N.A.	NATURA	TERME	TOTALE
ADAMELLO	FORTE CRESCITA			FORTE CRESCITA	FORTE CRESCITA			FORTE CRESCITA
BERGAMO, ISOLA E PIANURA	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	STABILE			FORTE CALO
CITTA' DI MILANO		FORTE CALO						FORTE CALO
LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA	FORTE CRESCITA		FORTE CRESCITA	FORTE CRESCITA			FORTE CRESCITA	FORTE CRESCITA
LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA, OROBIE BERGAMASCHE				FORTE CALO	CRESCITA			FORTE CALO
LA VIA DEL FERRO DALLA VALLE TROMPIA A BRESCIA	FORTE CRESCITA	FORTE CRESCITA		FORTE CRESCITA	FORTE CRESCITA			FORTE CRESCITA
LAGO DI COMO	FORTE CALO	FORTE CALO	STABILE	FORTE CALO	CRESCITA			CALO FORTE CALO
OROBIE BERGAMASCHE	FORTE CALO			FORTE CALO	FORTE CALO	CALO		FORTE CALO
PO DI LOMBARDIA	FORTE CALO	FORTE CALO		FORTE CRESCITA	STABILE	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO
RIVIERA DEL GARDA BRESCIANO	FORTE CRESCITA		FORTE CRESCITA		FORTE CRESCITA			FORTE CRESCITA
SISTEMA METROPOLITANO LUOGHI DA VIVERE	STABILE			STABILE				STABILE
VALTELLINA	STABILE	FORTE CRESCITA		STABILE	STABILE	FORTE CALO		STABILE
VARESE LAND OF TOURISM		FORTE CRESCITA	CALO		FORTE CRESCITA	CALO		STABILE
TOTALE	FORTE CRESCITA	FORTE CALO	CRESCITA	FORTE CRESCITA	FORTE CRESCITA	CALO	FORTE CRESCITA	FORTE CRESCITA

## semestre. Presenze per Sistema Turistico e Prodotto Isnart

	ALTRO	CITTA'	LAGO	MONTAGNA	N.A.	NATURA	TERME	TOTALE
ADAMELLO	FORTE CALO			FORTE CALO	FORTE CALO			FORTE CALO
BERGAMO, ISOLA E PIANURA	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	CRESCITA			FORTE CALO
CITTA' DI MILANO		FORTE CALO						FORTE CALO
LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA	FORTE CALO		FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO		FORTE CALO	FORTE CALO
LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA, OROBIE BERGAMASCHE				FORTE CALO	FORTE CRESCITA			FORTE CALO
LA VIA DEL FERRO DALLA VALLE TROMPIA A BRESCIA	FORTE CALO	FORTE CALO		FORTE CALO	FORTE CALO			FORTE CALO
LAGO DI COMO	FORTE CALO	FORTE CALO	CALO	STABILE	FORTE CALO			FORTE CALO
OROBIE BERGAMASCHE	FORTE CALO			FORTE CALO	FORTE CALO		CRESCITA	FORTE CALO
PO DI LOMBARDIA	FORTE CALO	FORTE CALO		FORTE CRESCITA	FORTE CRESCITA	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO
RIVIERA DEL GARDA BRESCIANO	FORTE CALO		FORTE CALO		FORTE CALO			FORTE CALO
SISTEMA METROPOLITANO LUOGHI DA VIVERE	STABILE				FORTE CALO			FORTE CALO
VALTELLINA	CRESCITA	CRESCITA		STABILE	CRESCITA		FORTE CALO	STABILE
VARESE LAND OF TOURISM		FORTE CRESCITA	CALO		CRESCITA	CALO		STABILE
TOTALE	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO	FORTE CALO

### Flussi turistici di provenienza straniera.

#### Tassi di variazione 2009/2008 primo

Periodi di riferimento Anno 2008, primo semestre 2009

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia - Istat

#### Tabella 8

### Flussi turistici di provenienza straniera. Incidenza sul totale Tassi di variazione 2009/2008 primo semestre. Presenze per Sistema Turistico e Prodotto Isnart

Incidenza stranieri	
<b>2008</b>	
arrivi	46.4%
presenze	52.3%
<b>2009</b>	
arrivi	56.4%
presenze	43.3%

Periodi di riferimento Anno 2008, primo semestre 2009

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia - Istat

### 3.3 Alcune brevi considerazioni

Distinguere i puri effetti della crisi congiunturale da altre dinamiche sottostanti e già in atto da tempo è operazione quanto mai complessa. Tuttavia, in prima analisi sembra ragionevole affermare che gli sforzi compiuti nell'ultimo decennio dalle realtà istituzionali e dall'imprenditoria privata, la creazione dei Sistemi Turistici in quanto contenitori di progettualità innovative e di sistemi di offerta differenziati, le più recenti politiche di sostegno all'irrobustimento e alla integrazione delle filiere turistiche abbiano favorevolmente concorso a rafforzare l'attrattività e la produttività del comparto turistico lombardo, rendendolo strutturalmente meglio attrezzato ad affrontare le crisi economiche e meno esposto alle turbolenze dei mercati internazionali.

- Rispetto ai dati, più allarmanti, che emergono dal quadro internazionale e (in misura inferiore) nazionale e in risposta alle diffuse manifestazioni di forte preoccupazione sull'attrattività del sistema Italia, la Lombardia sembra aver attraversato i primi sei mesi del 2009, con uno stato di sofferenza inevitabile ed evidente, ma caratterizzano da limitati scossoni negativi.
- Il protrarsi della pesante crisi economica non sembra aver compresso il desiderio di vacanza *leisure* a favore delle mete lombarde, piuttosto che la necessità di viaggiare in Lombardia per esigenze d'affari, ma semmai ha agito da vincolo di bilancio, inducendo il turista medio ad accorciare i tempi medi di permanenza e a ridurre la propria propensione alla spesa (si vedano le analisi Isnart).
- Gli esiti principali del clima congiunturale negativo del primo semestre 2009 si sono semmai visti in un parziale e temporaneo rimescolamento delle tendenze di medio-lungo

periodo (gli ultimi 5 anni). A parte le positive conferme di Varese, turisticamente in crescita oramai da 7 anni senza soluzione di continuità, e del prodotto montagna, teatro di profonde trasformazioni e oggi in lento recupero, la crisi ha plasmato le attitudini di scelta e gli orientamenti dei turisti, riproponendo nel 2009 come “beni turistici rifugio” alcuni prodotti tradizionali (terme e lago) e riportando in auge alcune mete geografiche che potremmo definire di lungo corso (ad esempio il Lago di Como che nel 2008 aveva relativamente perso terreno), oppure economicamente più accessibili (come le Orobie bergamasche).

- Inoltre, la recessione sembra aver schiacciato il turismo spesso costoso e “fuori stagione” nelle città e aver finito per penalizzare alla lunga anche il turismo *business* che usualmente ha reazioni ben più inerziali e ritardate rispetto a quello *leisure* e che per questo aveva sostanzialmente “tenuto” nel 2008.
- Tutti questi fenomeni, nella loro episodicità, non sembrano caratterizzati da differenze di rilievo tra comportamenti misurati su scala nazionale piuttosto che a livello di provenienze estere.

Riteniamo, comunque, che questi effetti alimentino una parentesi del tutto interlocutoria destinata a sfumare ai primi segnali di ripresa, per ridare fiato alle dinamiche strutturali più profonde (nuove destinazioni diverse dalle tradizionali, nuovi prodotti o meglio mix di prodotti, diversificazione delle vocazioni, enfasi sul prodotto natura, Varese, Bergamo, Mantova come province più dinamiche, in quanto più diversificate).

#### **4. La “fotografia” statica del turismo in Lombardia nel 2008: novità e conferme.**

##### **4.1 I flussi turistici annuali: quale *matching* tra domanda e offerta**

Nella precedente edizione di questo rapporto era stata ampiamente sottolineata la caratteristica, tipica del sistema turistico lombardo nel suo complesso, di essere teatro di un’offerta diversificata ed eterogenea a livello “micro”, a cui corrisponde tuttavia una domanda fortemente polarizzata sul piano macro, ossia in termini di distribuzione percentuale dei flussi in arrivo per territori e macro-prodotti Isnart.

Il processo di polarizzazione nel 2008 è sembrato consolidarsi e in taluni casi anche rafforzarsi, come emerge dalle Tabelle 9a e 9b che riassumono la distribuzione percentuale dei flussi di arrivi e presenze rispetto alle province e ai prodotti Isnart e quindi mostrano qual è l’incidenza relativa (e non l’attrattività assoluta) di territori e prodotti. Quasi il 50% degli arrivi annuali e il 40% delle presenze sono stati catalizzati dalle località **cittadine**, dato perfettamente in linea con quello del 2007. Anche il secondo attrattore, ossia il **lago**, continua ad assorbire circa il 18% dei flussi e il 30% delle presenze.

Accanto ai due poli principali, la domanda che si sviluppa nei confronti degli altri prodotti (**montagna, natura e terme**) appare più frammentata e ciascuno di essi esibisce livelli di attrattività inferiori, pur se va segnalato il graduale e lento recupero della montagna.

Resiste infine la significativa componente dei flussi che interessano il prodotto codificato come “altro” (più del 17% di arrivi complessivi e circa 12% presenze), ossia una costellazione di realtà territoriali che non hanno una spiccata identità turistica, ma catalizzano flussi, in quanto satelliti cuscinetto di poli cittadini o semplici snodi di passaggio.

**Il grado di concentrazione dei flussi per prodotto** risulta in lieve crescita tra 2007 e 2008 in particolare per quanto riguarda i 3 prodotti più “pesanti” che a consuntivo 2008 pesano per l’82.4%

**Tabella 9a**  
**Distribuzione percentuale degli arrivi per Prodotto Turistico e Provincia**

PROVINCIA	ALTRO	CITTA'	LAGO	MONTAGNA	NATURA	TERME	Totale complessivo
BERGAMO	1.49%	2.20%	0.55%	1.46%	0.00%	0.16%	5.85%
BRESCIA	1.98%	1.69%	12.28%	0.96%	0.00%	0.33%	17.24%
COMO	0.39%	3.57%	3.28%	0.28%	0.00%	0.00%	7.51%
CREMONA	0.39%	1.01%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	1.40%
LECCO	0.08%	0.51%	0.62%	0.14%	0.00%	0.00%	1.34%
LODI	0.30%	0.47%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.77%
MANTOVA	0.85%	0.89%	0.00%	0.00%	0.20%	0.00%	1.94%
MILANO	11.41%	36.01%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	47.42%
PAVIA	0.00%	0.43%	0.00%	0.03%	1.43%	0.22%	2.11%
SONDRIO	0.32%	0.12%	0.00%	5.54%	0.12%	0.00%	6.11%
VARESE	0.00%	2.13%	1.06%	0.00%	5.11%	0.00%	8.30%
Totale complessivo	17.20%	49.03%	17.79%	8.41%	6.87%	0.71%	100.00%

Anno di riferimento 2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia

Per quanto riguarda gli arrivi, la panoramica per province evidenzia rispetto al 2007 una perdita di incidenza da parte di Bergamo e Pavia, e un'avanzata di Sondrio e soprattutto di Varese che diventa la 3° provincia lombarda, scavalcando Como.

Nel complesso cresce lievemente il grado di polarizzazione territoriale poiché il peso sul totale flussi delle prime 3 province (Milano, Brescia e Varese) passa da 72.3% a 72.9%.

**Tabella 9b**

**Distribuzione percentuale delle presenze per Prodotto Turistico Isnart e Provincia**

PROVINCIA	ALTRO	CITTA'	LAGO	MONTAGNA	NATURA	TERME	Totale complessivo
BERGAMO	0.96%	1.74%	0.37%	1.68%	0.00%	0.18%	4.93%
BRESCIA	1.91%	1.88%	23.45%	1.76%	0.00%	0.75%	29.76%
COMO	0.30%	2.57%	4.36%	0.34%	0.00%	0.00%	7.57%
CREMONA	0.37%	0.77%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	1.13%
LECCO	0.12%	0.39%	0.76%	0.17%	0.00%	0.00%	1.44%
LODI	0.17%	0.34%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.51%
MANTOVA	0.87%	0.71%	0.00%	0.00%	0.21%	0.00%	1.78%
MILANO	6.84%	29.01%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	35.85%
PAVIA	0.00%	0.43%	0.00%	0.05%	1.01%	0.27%	1.76%
SONDRIO	0.22%	0.11%	0.00%	8.99%	0.09%	0.00%	9.42%
VARESE	0.00%	1.45%	1.22%	0.00%	3.17%	0.00%	5.84%
Totale complessivo	11.76%	39.39%	30.17%	12.98%	4.49%	1.21%	100.00%

Anno di riferimento 2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia

Nel caso delle presenze le situazioni di maggior crescita dell'incidenza caratterizzano Brescia, Sondrio e Varese, mentre Bergamo, Milano e Como appaiono in discesa. Cresce in misura ancor più evidente che nel caso degli arrivi la polarizzazione dei flussi, col peso delle prime 3 province (Milano, Brescia e Sondrio) che passa dal 73% al 75%.

I Sistemi Turistici che incidono di più sul totale dei flussi (tabelle 10a e 10b) sono "Città di Milano", "Lago di Como", "Riviera del Garda bresciano" e "Sistema metropolitano luoghi da vivere". La quinta posizione è coperta da "Varese land of Tourism" se si parla di arrivi o da "Valtellina" se si fa riferimento alle presenze.

**Tabella 10a**

**Distribuzione percentuale degli arrivi per Prodotto Turistico Isnart e Sistema Turistico**

SISTEMA TURISTICO	ALTRO	CITTA'	LAGO	MONTAGNA	N.A.	NATURA	TERME	Totale complessivo
ADAMELLO	0.04%	0.00%	0.00%	0.52%	0.12%	0.00%	0.00%	0.68%
BERGAMO, ISOLA E PIANURA	1.31%	2.01%	0.30%	0.55%	1.60%	0.00%	0.00%	5.77%
CITTA' DI MILANO	0.00%	32.95%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	32.95%
LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA	0.33%	0.00%	1.31%	0.36%	0.88%	0.00%	0.38%	3.26%
LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA, OROBIE BERGAMASCHE	0.00%	0.00%	0.00%	0.06%	0.00%	0.00%	0.00%	0.06%
LA VIA DEL FERRO DALLA VALLE TROMPIA A BRESCIA	0.27%	1.55%	0.00%	0.01%	0.68%	0.00%	0.00%	2.70%
LAGO DI COMO	0.43%	3.73%	3.56%	0.38%	1.63%	0.00%	0.00%	9.93%
OROBIE BERGAMASCHE	0.05%	0.00%	0.00%	0.66%	0.29%	0.00%	0.07%	1.07%
PO DI LOMBARDIA	1.41%	2.56%	0.00%	0.03%	1.11%	1.49%	0.20%	6.81%
RIVIERA DEL GARDA BRESCIANO	1.09%	0.00%	9.96%	0.03%	0.00%	0.00%	0.00%	11.08%
SISTEMA METROPOLITANO LUOGHI DA VIVERE	7.06%	0.00%	0.00%	0.00%	4.96%	0.00%	0.00%	12.02%
VALTELLINA	0.29%	0.11%	0.00%	5.07%	0.27%	0.11%	0.00%	5.86%
VARESE LAND OF TOURISM	0.00%	1.95%	0.97%	0.00%	0.22%	4.68%	0.00%	7.82%
Totale complessivo	12.28%	44.85%	16.10%	7.64%	12.19%	6.28%	0.65%	100.00%

Anno di riferimento 2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia

**Tabella 10b**

**Distribuzione percentuale delle presenze per Prodotto Turistico e Sistema Turistico**



SISTEMA TURISTICO	▼ALTRO	CITTA'	LAGO	MONTAGNA	N.A.	NATURA	TERME	Totale complessivo
ADAMELLO	0.05%	0.00%	0.00%	1.08%	0.19%	0.00%	0.00%	1.32%
BERGAMO, ISOLA E PIANURA	0.79%	1.59%	0.13%	0.23%	1.13%	0.00%	0.00%	3.88%
CITTA' DI MILANO	0.00%	26.56%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	26.56%
LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA	0.41%	0.00%	1.98%	0.54%	0.78%	0.00%	0.77%	4.48%
LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA, OROBIE BERGAMASCHE	0.00%	0.00%	0.00%	0.08%	0.00%	0.00%	0.00%	0.08%
LA VIA DEL FERRO DALLA VALLE TROMPIA A BRESCIA	0.23%	1.72%	0.00%	0.02%	0.63%	0.00%	0.00%	2.60%
LAGO DI COMO	0.38%	2.71%	4.69%	0.47%	1.63%	0.00%	0.00%	9.88%
OROBIE BERGAMASCHE	0.08%	0.00%	0.00%	1.12%	0.37%	0.00%	0.09%	1.66%
PO DI LOMBARDIA	1.29%	2.05%	0.00%	0.05%	0.76%	1.12%	0.25%	5.51%
RIVIERA DEL GARDA BRESCIANO	0.97%	0.00%	19.27%	0.00%	0.04%	0.00%	0.00%	20.27%
SISTEMA METROPOLITANO LUOGHI DA VIVERE	4.10%	0.00%	0.00%	0.00%	5.35%	0.00%	0.00%	9.45%
VALTELLINA	0.21%	0.10%	0.00%	8.23%	0.20%	0.09%	0.00%	8.82%
VARESE LAND OF TOURISM	0.00%	1.33%	1.12%	0.00%	0.15%	2.90%	0.00%	5.50%
Totale complessivo	8.50%	36.06%	27.19%	11.81%	11.23%	4.11%	1.11%	100.00%

Anno di riferimento 2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia

Alcune interessanti considerazioni nascono proprio dall'analisi delle incidenze relative dei Sistemi Turistici. In diversi casi, sul piano meramente territoriale, la giurisdizione dei sistemi non corrisponde con quella amministrativa delle Province e, specialmente nell'ambito di province multi-vocazionali e che offrono prodotti diversi, possono essere presenti più Sistemi, ciascuno espressione di uno specifico segmento dell'offerta e di un paniere più ristretto di prodotti. E' pertanto arricchente considerare come l'analisi per sistemi consenta di intercettare casi in cui il comportamento aggregato di un territorio (ad esempio una provincia) è il risultato della complessa combinazione di dinamiche controverse che coinvolgono le sue diverse anime.

Incrociando l'analisi per Province con quella per Sistemi si può notare che, al di là della supremazia del sistema turistico imperniato sul Garda, nel bresciano la Valle Trompia attrae relativamente più dell'Alta Valcamonica (Sistema Adamello). Nei territori bergamaschi gli ambiti lacuali e quelli di pianura cittadina catalizzano flussi maggiori rispetto alle valli e i primi spiccano per durata media della permanenza. Sul fronte milanese emerge con chiarezza che la provincia ha una sua forza attrattiva che va ben al di là del capoluogo, poiché il Sistema Metropolitano Luoghi da Vivere (seppur in arretramento nel 2008) incide per ben il 28-30% dei flussi complessivi che si indirizzano alla provincia di Milano. Infine va sottolineato il fatto che il Sistema Po di Lombardia, coerentemente con lo spirito che anima l'idea stessa di Sistema Turistico, funge da strumento che, aggregando 4 province singolarmente poco incisive sul totale dei flussi regionale, conferisce loro massa critica rilevante (quasi il 7% degli arrivi totali in Lombardia); anche in questo caso, tuttavia, non mancano le disomogeneità interne se si tiene conto che nella sezione precedente abbiamo già enfatizzato il trend di forte crescita di Mantova e il rilevante rallentamento di Lodi e Pavia.

Ulteriori informazioni vengono dalla disaggregazione dei flussi rispetto alle strutture ricettive (Tabella 11) e alle tipologie alberghiere (Tabella 12).

Gli alberghi continuano ad essere la tipologia ricettiva più gettonata in modo uniforme e a prescindere dal tipo di prodotto offerto o dalla specifica area territoriale.

I complementari si affermano per lo più nelle aree di lago e di montagna, mentre i B&B trovano una sorta di *habitat* naturale laddove viene proposto il prodotto natura.

Coerente è lo spaccato territoriale: sia per arrivi, sia per presenze, i complementari e i B&B pesano particolarmente nelle aree di Brescia, Lecco e Mantova, gli uni, Bergamo, Lecco, Mantova e Varese i secondi. Considerazioni del tutto affini valgono per i Sistemi Turistici "Sublimazione dell'acqua", "Orobie bergamasche", "Riviera del Garda" e "Adamello" più intensivi di altri nell'utilizzo di esercizi complementari (specialmente campeggi e nell'ultimo caso Rifugi Alpini), nonché "Varese land of tourism" e "Po di Lombardia" per i B&B.

**Tabella 11**  
**Distribuzione arrivi e presenze rispetto alle strutture ricettive**

	BG	BS	CO	CR	LC	LO	MI	MN	PV	SO	VA	TOTALE			
Arrivi Alberghi	90.3%	73.6%	87.7%	91.9%	70.4%	99.2%	98.8%	75.3%	96.0%	87.4%	93.8%	91.0%			
Arrivi B&B	1.1%	0.5%	0.7%	0.5%	2.9%	0.1%	0.1%	4.4%	0.4%	0.6%	1.1%	0.5%			
Arrivi Complementari	8.5%	25.9%	11.6%	7.7%	26.8%	0.7%	1.1%	20.3%	3.6%	12.0%	5.2%	8.5%			
Arrivi totali	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%			
Presenze Alberghi Totale	79.9%	58.8%	76.7%	87.1%	59.1%	99.0%	96.3%	67.1%	92.2%	83.1%	86.0%	80.4%			
Presenze B&B	1.2%	0.3%	0.5%	0.6%	2.3%	0.1%	0.1%	3.9%	0.4%	0.3%	1.3%	0.4%			
Presenze Complementari	18.9%	40.9%	22.8%	12.3%	38.5%	1.0%	3.6%	29.1%	7.3%	16.6%	12.6%	19.2%			
Presenze totali	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%			
	ALTRO	CITTA'	LAGO	MONTAGNA	NATURA	TERME	N.A.	TOTALE							
Arrivi Alberghi	95.4%	97.1%	68.6%	82.1%	94.6%	98.9%	95.6%	91.0%							
Arrivi B&B	0.6%	0.3%	0.6%	0.3%	1.2%	0.2%	0.7%	0.5%							
Arrivi Complementari	4.0%	2.6%	30.8%	17.6%	4.2%	0.9%	3.6%	8.5%							
Arrivi totali	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%							
Presenze Alberghi Totale	88.7%	93.6%	53.7%	77.0%	87.7%	99.5%	93.2%	80.4%							
Presenze B&B	0.8%	0.3%	0.3%	0.2%	1.5%	0.1%	0.7%	0.4%							
Presenze Complementari	10.6%	6.0%	45.9%	22.8%	10.8%	0.5%	5.9%	19.2%							
Presenze totali	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%							
	A	B	C	D	E	F	FG	G	H	I	L	M	N	N.D.	TOTALE
Arrivi Alberghi	93.8%	84.9%	87.4%	99.7%	98.5%	70.9%	74.6%	68.2%	95.7%	93.9%	70.2%	89.8%	73.4%	93.8%	91.0%
Arrivi B&B	1.1%	1.0%	0.6%	0.2%	0.0%	1.1%	2.1%	1.1%	1.0%	0.3%	0.4%	1.4%	0.1%	0.3%	0.5%
Arrivi Complementari	5.2%	14.1%	12.0%	0.1%	1.4%	28.0%	23.3%	30.7%	3.0%	5.8%	29.4%	8.8%	26.5%	5.9%	8.5%
Arrivi totali	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	99.7%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Presenze Alberghi Totale	86.0%	73.8%	83.1%	98.8%	96.0%	59.2%	79.8%	62.2%	89.7%	85.9%	55.3%	83.7%	70.6%	79.0%	80.4%
Presenze B&B	1.3%	0.8%	0.3%	0.2%	0.0%	0.7%	1.1%	0.6%	1.2%	0.3%	0.2%	1.5%	0.0%	0.4%	0.4%
Presenze Complementari	12.6%	25.4%	16.6%	1.0%	3.9%	40.0%	19.1%	37.3%	8.5%	13.7%	44.5%	14.7%	29.4%	20.5%	19.2%
Presenze totali	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	99.4%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Anno di riferimento 2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia

In base ai dati Isnart (Osservatorio Turistico della Lombardia, Report Congiunturali febbraio e luglio 2009) si osserva inoltre che nel caso dei campeggi la gran parte dei turisti opta prevalentemente per la soluzione in camper nei mesi estivi e autunnali, e per appartamenti e maxicaravan in quelli invernali. Emerge inoltre l'ampio utilizzo di strutture informali che spesso sfuggono, almeno parzialmente, alle rilevazioni ufficiali: particolarmente diffusa è tra queste l'opzione di "essere ospitati in casa di amici e parenti".

Rispetto alla fruizione delle strutture alberghiere il primato dei flussi che potremmo considerare di qualità perché si orientano a strutture a 4 o 5 stelle spetta a Varese (più del 75% dei flussi in arrivo e 64% delle presenze alberghiere si orienta a questo tipo di strutture). Seguono Cremona, Lodi e Milano che superano tutte il 60% per quanto riguarda gli arrivi, ma non vanno oltre il 50% in termini di presenze. Mantova, Pavia e Sondrio stanno in coda.

Mantova, Sondrio e Cremona (e in termini di presenze anche Bergamo e Lecco) assorbono invece le percentuali più elevate (sempre superiori al 10%) di flussi orientati a strutture di basso profilo (1 o 2 stelle). Particolarissimo il caso di Cremona che presenta un'utenza dall'orientamento bipolare che sembra sottoutilizzare le strutture di fascia media (3 stelle) le quali pesano sul totale arrivi per meno del 30%.

In un quadro generale di sostanziale tenuta degli arrivi e di arretramento del numero complessivo di presenze è banale attendersi una permanenza media del turista in lieve calo. Come la Tabella 13 conferma, la situazione a consuntivo 2008 rivela effettivamente una lieve diminuzione di natura generalizzata. In questo panorama complessivamente sotto-teno cresce Cremona rispetto al 2007 (pur incidendo molto poco sul dato aggregato), mentre diminuiscono Pavia, Lodi e Lecco. In termini assoluti primeggiano Brescia e Sondrio, nettamente al di sopra della media regionale, grazie a una domanda turistica in parte ancora di tipo vacanziero e familiare e quindi stanziale.

**Tabella 12**  
**Distribuzione arrivi e presenze rispetto alle tipologie alberghiere**

	ARRIVI							(4+5) stelle	(1+2) stelle
	Alberghi 5 stelle	Alberghi 4 stelle	Alberghi 3 stelle	Alberghi 2 stelle	Alberghi 1 stella	Residence	TOTALE		
BG	0.0%	57.5%	35.8%	4.8%	1.3%	0.6%	100.0%	57.5%	6.2%
BS	2.8%	44.8%	41.1%	4.8%	2.0%	4.5%	100.0%	47.6%	6.8%
CO	4.7%	51.1%	34.5%	7.4%	1.3%	1.0%	100.0%	55.8%	8.7%
CR	0.0%	60.5%	27.0%	1.6%	10.9%	0.0%	100.0%	60.5%	12.5%
LC	0.0%	36.9%	54.6%	2.6%	5.1%	0.8%	100.0%	36.9%	7.8%
LO	0.0%	62.3%	33.7%	1.0%	3.0%	0.0%	100.0%	62.3%	4.0%
MI	4.8%	57.5%	29.4%	3.9%	2.9%	1.4%	100.0%	62.4%	6.8%
MN	0.5%	19.6%	66.1%	8.3%	5.0%	0.4%	100.0%	20.1%	13.4%
PV	0.0%	29.5%	65.7%	4.1%	0.7%	0.0%	100.0%	29.5%	4.7%
SO	3.2%	16.9%	59.4%	11.9%	2.4%	6.2%	100.0%	20.1%	14.3%
VA	0.0%	75.7%	19.8%	2.7%	1.0%	0.9%	100.0%	75.7%	3.7%
<b>TOTALE</b>	<b>3.4%</b>	<b>53.2%</b>	<b>34.3%</b>	<b>4.7%</b>	<b>2.5%</b>	<b>1.9%</b>	<b>100.0%</b>	<b>56.6%</b>	<b>7.2%</b>

	PRESENZE							(4+5) stelle	(1+2) stelle
	Alberghi 5 stelle	Alberghi 4 stelle	Alberghi 3 stelle	Alberghi 2 stelle	Alberghi 1 stella	Residence	TOTALE		
BG	0.0%	46.0%	42.8%	6.8%	3.5%	0.7%	100.0%	46.0%	10.4%
BS	3.3%	40.8%	38.4%	4.6%	2.8%	10.1%	100.0%	44.1%	7.5%
CO	6.1%	43.5%	35.4%	8.3%	1.6%	5.2%	100.0%	49.5%	9.9%
CR	0.0%	59.9%	29.4%	2.3%	8.5%	0.0%	100.0%	59.9%	10.7%
LC	0.0%	32.4%	52.9%	4.1%	8.3%	2.3%	100.0%	32.4%	12.4%
LO	0.0%	48.7%	42.7%	2.0%	6.6%	0.0%	100.0%	48.7%	8.6%
MI	4.8%	51.2%	26.5%	3.4%	3.0%	11.2%	100.0%	56.0%	6.4%
MN	0.4%	19.1%	55.8%	12.9%	8.3%	3.5%	100.0%	19.5%	21.2%
PV	0.0%	26.5%	66.5%	4.6%	1.5%	0.9%	100.0%	26.5%	6.1%
SO	1.8%	17.2%	57.4%	12.0%	2.3%	9.2%	100.0%	19.0%	14.3%
VA	0.0%	64.0%	22.4%	4.6%	2.5%	6.5%	100.0%	64.0%	7.1%
<b>TOTALE</b>	<b>3.4%</b>	<b>44.9%</b>	<b>34.7%</b>	<b>5.2%</b>	<b>3.0%</b>	<b>8.8%</b>	<b>100.0%</b>	<b>48.3%</b>	<b>8.2%</b>

Anno di riferimento 2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia

**Tabella 13. Rapporto presenze/arrivi**

	PROVINCE												TOTALE		
	BG	BS	CO	CR	LC	LO	MI	MN	PV	SO	VA				
<b>Presenze/Arrivi Alberghi</b>	1.96	3.45	2.30	1.87	2.28	1.61	2.04	2.25	2.16	3.80	1.71	2.32			
<b>Presenze/Arrivi complementari</b>	4.92	6.82	5.14	3.16	3.90	2.15	6.60	3.61	4.52	5.53	4.58	5.94			
<b>Presenze/Arrivi B&amp;B</b>	2.26	2.34	2.17	2.77	2.21	1.82	2.60	2.23	2.64	1.96	2.35	2.29			
<b>Presenze/Arrivi totali</b>	2.21	4.32	2.63	1.98	2.71	1.61	2.09	2.53	2.25	4.00	1.87	2.63			
	PRODOTTI TURISTICI								TOTALE						
	ALTRO	CITTA'	LAGO	MONTAGNA	NATURA	TERME	N.A.								
<b>Presenze/Arrivi Alberghi</b>	1.69	2.06	3.54	3.85	1.61	4.56	2.34	2.32							
<b>Presenze/Arrivi complementari</b>	4.84	5.00	6.73	5.33	4.45	2.25	3.99	5.94							
<b>Presenze/Arrivi B&amp;B</b>	2.31	2.22	2.21	2.59	2.23	1.79	2.43	2.29							
<b>Presenze/Arrivi totali</b>	1.82	2.14	4.51	4.11	1.74	4.53	2.40	2.63							
	SISTEMI TURISTICI														
	A	B	C	D	E	F	FG	G	H	I	L	M	N	n.d.	TOTALE
<b>Presenze/Arrivi Alberghi</b>	1.71	2.30	3.80	2.07	2.09	3.06	3.72	3.81	1.67	2.34	3.83	2.01	4.94	1.66	2.32
<b>Presenze/Arrivi complementari</b>	4.58	4.75	5.53	15.50	5.95	5.22	2.84	5.08	5.15	6.08	7.36	3.61	5.69	6.84	5.94
<b>Presenze/Arrivi B&amp;B</b>	2.35	2.18	1.96	2.80	2.22	2.32	1.86	2.12	2.19	2.46	2.34	2.30	1.37	2.85	2.29
<b>Presenze/Arrivi totali</b>	1.87	2.64	4.00	2.09	2.14	3.66	3.47	4.17	1.79	2.56	4.86	2.15	5.14	1.97	2.63

Anno di riferimento 2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia

Sgranando l'analisi si può osservare che:

- Si conferma (dato storico) una permanenza media relativamente più elevata negli esercizi complementari rispetto agli alberghi, in particolare in provincia di Brescia e Milano.
- Spicca l'atteggiamento del turismo "mordi e fuggi" negli alberghi di Lodi, Varese e Cremona.

- Anche rispetto ai prodotti la permanenza media è in lieve calo o sostanziale stabilità; sono terme, lago e montagna quelli che trattengono più a lungo il turista
- In merito ai sistemi turistici le permanenze medie più prolungate si registrano nei sistemi “Adamello” e “Riviera del Garda” (che insieme determinano il record della provincia di Brescia), seguiti da “Orobie bergamasche” e “Valtellina”, mentre, coerentemente con quanto visto in altre parti di questo rapporto, tutti i sistemi con vocazione prevalentemente cittadina (secondo le codifiche Isnart), ossia “Bergamo isola e pianura”, “Sistema metropolitano luoghi da vivere”, “Città di Milano” e “Po di Lombardia” faticano a trattenere il turista per periodi prolungati.

#### 4.2 La crescente diversificazione dell’offerta

Già nella precedente edizione di questo rapporto è stato dedicato un momento di approfondimento al tema della differenziazione dell’offerta turistica, misurata su scala provinciale e rispetto ai tradizionali prodotti Isnart. Nel corso del 2007, anno a cui si riferiva la precedente analisi, emergeva con relativa chiarezza un legame diretto tra diversificazione dell’offerta e *performance* turistica territoriale. Poiché è nostra opinione che il tema della sapiente combinazione di diversi moduli ed elementi di offerta in un paniere integrato orizzontalmente e verticalmente sia determinante per il successo di una proposta turistica, e che, pur essendo tema ampiamente dibattuto, abbia ancora bisogno di adeguato supporto empirico, abbiamo ripetuto l’analisi per il 2008. In questo modo, tra l’altro, esiste la possibilità di dare supporto o smentita alle evidenze del precedente rapporto, valutandone la robustezza rispetto a mutate condizioni di contesto e ponendoci in un quadro congiunturale diverso dal passato poiché afflitto per un semestre dagli effetti della crisi.

Lo strumento utile a tale scopo è rappresentato dalle *deviazioni standard* dei valori che descrivono la distribuzione percentuale dei flussi di arrivi e presenze rispetto a ciascun prodotto per ogni provincia e sistema turistico (Tabella 14). Basse *deviazioni standard* implicano una distribuzione relativamente più bilanciata dei flussi tra diversi prodotti e quindi un’offerta turistica maggiormente differenziata; al contrario *deviazioni standard* più elevate segnalano situazioni più simili a una configurazione di tipo mono-vocazionale dell’offerta provinciale.

**Tabella 14**  
**Diversificazione flussi rispetto ai prodotti. Province e Sistemi turistici**

PROVINCIA	DEV,STD/MEDIA		SISTEMA TURISTICO	DEV,STD/MEDIA	
	ARRIVI	PRESENZE		ARRIVI	PRESENZE
BERGAMO	0.89	0.92	ADAMELLO	2.25	2.32
BRESCIA	1.63	1.83	BERGAMO, ISOLA E PIANURA	1.16	1.38
COMO	1.35	1.43	CITTA' DI MILANO	2.45	2.45
CREMONA	1.76	1.69	LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA	1.21	1.19
LECCO	1.21	1.22	LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA, OROBIE BERGAMASCHE	2.45	2.45
LODI	1.61	1.66	LA VIA DEL FERRO DALLA VALLE TROMPIA A BRESCIA	2.04	2.10
MANTOVA	1.33	1.32	LAGO DI COMO	1.32	1.39
MILANO	1.84	1.94	OROBIE BERGAMASCHE	2.01	2.06
PAVIA	1.58	1.33	PO DI LOMBARDIA	1.10	1.04
SONDRIO	2.18	2.32	RIVIERA DEL GARDA BRESCIANO	2.17	2.31
VARESE	1.46	1.30	SISTEMA METROPOLITANO LUOGHI DA VIVERE	2.45	2.45
TOTALE	1.03	0.90	VALTELLINA	2.18	2.32
			VARESE LAND OF TOURISM	1.46	1.30
			TOTALE	1.07	0.93

Anno di riferimento 2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia

L’evidenza è più che mai significativa: rispetto ai flussi di arrivi Bergamo, Lecco, Mantova e Varese sono le province più diversificate; d’altro canto nuovamente Bergamo, Lecco e Varese guidano la graduatoria per quanto riguarda le presenze.

Queste province, e soprattutto Bergamo, Varese e Mantova (considerato che Lecco non arriva a coprire singolarmente il 1.5% né degli arrivi, né delle presenze totali regionali) che già nel 2007

eccellevano per diversificazione, si confermano anche quest'anno come le realtà meglio attrezzate in termini di multidimensionalità dell'offerta (e dei flussi che ne usufruiscono). Ed ebbene, si è già sottolineato nella sezione 3 che tre delle quattro province che più sono cresciute turisticamente nel 2008 sono per l'appunto Varese, Bergamo e Mantova; Varese in termini assoluti è anche la provincia che ha accresciuto maggiormente la propria incidenza sui flussi totali regionali di turisti in arrivo.

La multidimensionalità dell'offerta sembra pertanto condizione sufficiente (anche se non necessaria) a garantire a un territorio un significativo vantaggio competitivo.

Al contrario, le province con offerta più concentrata e polarizzata sono Milano, Sondrio, Cremona e Brescia e tra queste solo Sondrio ha mostrato *performance* di crescita significativamente brillanti nel 2008.

Si noti che, seppur di poco, i Sistemi turistici presentano un grado di diversificazione mediamente inferiore rispetto alle province, caratteristica del tutto ragionevole se si pensa che i Sistemi sono il risultato di progettualità applicate ad ambiti territoriali ritenuti più o meno omogenei e quindi più orientati a un'offerta specializzata e focalizzata. Tra i più diversificati compaiono tutti quelli che, seppur con le debite differenze, pongono al centro della propria proposta, o comunque in una posizione rilevante, il tema dell'acqua<sup>20</sup>; sono "Bergamo Isola e pianura", "La sublimazione dell'acqua", "Lago di Como", "Varese Land of Tourism" e "Po di Lombardia". L'acqua agisce pertanto come fattore di coinvolgimento turistico in modo diretto, ma anche indiretto, poiché attrae intorno a sé industria, ambiente, emozioni, agricoltura ed enogastronomia e consente insomma un portafoglio veramente variegato di *asset* spendibili.

#### **4.3 La Dinamica e i profili stagionali in corso d'anno**

L'evoluzione dei flussi lungo i diversi mesi dell'anno (Grafico 1) fornisce alcune interessanti indicazioni, specie se posta a confronto con quanto evidenziato nella precedente edizione di questo rapporto in merito ai dati 2007. Trova conferma il fatto che gli arrivi abbiano un andamento crescente nei primi 7 mesi dell'anno, una flessione in agosto e un contro-picco in settembre per poi decrescere in modo continuo, raggiungendo i valori minimi d'anno a dicembre. In un territorio non bagnato dal mare e per il quale il turismo *business* risulta un pilastro essenziale il flesso di agosto è del tutto fisiologico. Tuttavia, nel 2008 la flessione agostana appare relativamente più contenuta: il dato di agosto è inferiore di meno di 10000 unità rispetto a quello di luglio, mentre nel 2007 la differenza era di 13000 unità circa; inoltre esso è sostanzialmente in linea con quello di aprile e nettamente superiore a quello di ottobre (e di tutti i mesi invernali), mentre nel 2007 aprile batteva chiaramente agosto e ottobre lo affiancava.

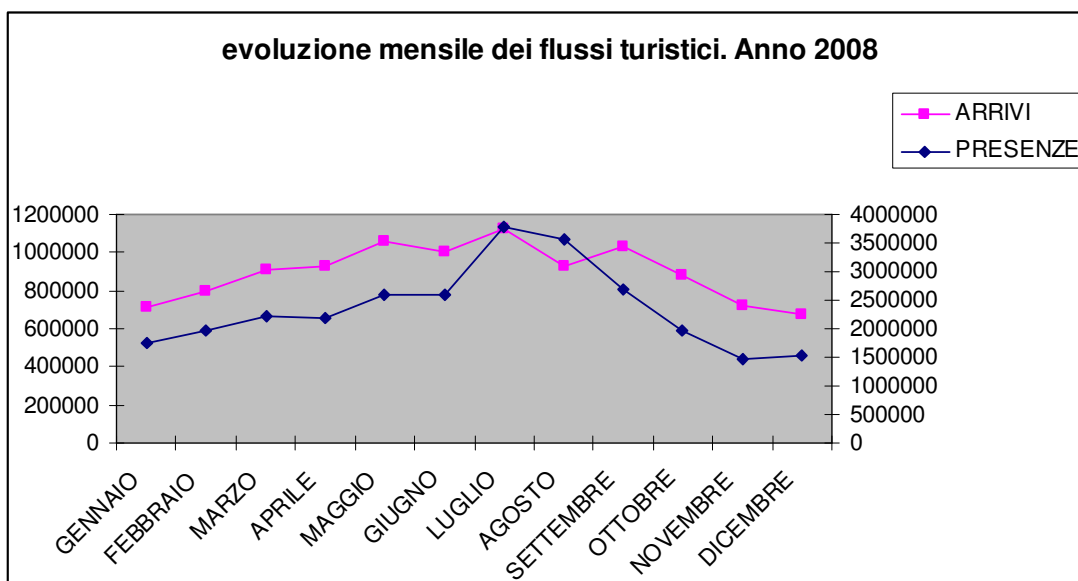
Flessione di agosto ancor meno evidente per le presenze, e andamento coerente con il 2007, eccezion fatta per il mese di dicembre che non è più il mese meno brillante, sostituito in questo ruolo da novembre.

I mesi invernali, soprattutto dicembre e gennaio, rimangono i mesi più "difficili" per il turismo lombardo ma, nonostante una crisi economica già acuta a dicembre, mostrano segnali di recupero, a riprova di un effetto rimbalzo positivo di cui la montagna invernale sembra aver goduto nel 2008.

### **Grafico 1**

---

<sup>20</sup> La sola eccezione è "Riviera del Garda Bresciano"



Anno di riferimento 2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia

Il quadro di insieme e le “sparse” osservazioni appena riportate generano la sensazione che la dinamica dei flussi turistici in Lombardia abbia avuto nel 2008 un’evoluzione meno fortemente contraddistinta da fattori stagionali rispetto al passato. Si tratterebbe di un segnale alquanto positivo e anche un risultato significativo degli sforzi compiuti a tutti i livelli per rafforzare l’attrattività della regione nei periodi dell’anno storicamente “deboli”.

Per approfondire il tema, sono stati prodotti 3 tipi di analisi, basati su 3 diversi indicatori:

- 1) La deviazione standard dei flussi turistici mensili che offre una misura sintetica del loro bilanciamento in corso d’anno.
- 2) Il rapporto tra picco massimo dei flussi (mese di punta) e gola minima (mese stagnante) che evidenzia l’ampiezza del gap tra momenti ad alta e momenti a bassa attrattività.
- 3) Il peso percentuale della stagionalità sui flussi complessivi.

I risultati sono riassunti nella Tabella 15.

**Tabella 15**  
**Misure di stagionalità**

	Arrivi		Presenza	
	2007	2008	2007	2008
dev std flussi	155659	146257	776202	732393
Max/MIN	1.73	1.68	2.54	2.49
incidenza stagionalità	4.5%	4.2%	8.3%	7.9%

Anni di riferimento 2007 e 2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia

Il quadro di sintesi parla chiaro: nel passaggio dal 2007 al 2008 il grado di stagionalità dei flussi si è evidentemente ridotto e il fenomeno interessa uniformemente arrivi e presenze.

Per ulteriore approfondimento abbiamo calcolato i 3 indicatori di stagionalità (Tabelle 16a, 16b e 16c) per singole Province, Prodotti e Sistemi Turistici.

**Tabella 16a.**

### Stagionalità: deviazione standard/media flussi turistici mensili

PROVINCIA	ARRIVI	PRESENZE	SISTEMA TURISTICO	ARRIVI	PRESENZE	PRODOTTO	ARRIVI	PRESENZE
BERGAMO	0.116	0.302	ADAMELLO	0.709	0.745	CITTA'	0.140	0.145
BRESCIA	0.513	0.812	BERGAMO, ISOLA E PIANURA	0.117	0.123	MONTAGNA	0.457	0.690
COMO	0.457	0.656	CITTA' DI MILANO	0.141	0.151	TERME	0.326	0.517
CREMONA	0.120	0.151	LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA	0.373	0.711	LAGO	0.738	0.992
LECCO	0.411	0.727	LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA, OROBIE	0.714	1.076	NATURA	0.132	0.143
LODI	0.258	0.274	BERGAMASCHE	0.140	0.126	ALTRO	0.109	0.119
MANTOVA	0.242	0.221	LA VIA DEL FERRO DALLA VALLE TROMPIA	0.449	0.664	N.D.	0.139	0.126
MILANO	0.143	0.149	A BRESCIA	0.386	0.931			
PAVIA	0.271	0.282	LAGO DI COMO	0.180	0.175			
SONDRIO	0.494	0.725	OROBIE BERGAMASCHE	0.715	0.981			
VARESE	0.154	0.232	PO DI LOMBARDIA	0.155	0.142			
			RIVIERA DEL GARDA BRESCIANO	0.494	0.725			
			SISTEMA METROPOLITANO LUOGHI DA VIVERE	0.154	0.232			
			VALTELLINA					
			VARESE LAND OF TOURISM					

Anno di riferimento 2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia

Le indicazioni risultano tra loro del tutto coerenti, a prescindere dall'indicatore utilizzato: esistono ambiti ed *enclave* territoriali ad elevata stagionalità, ma i diversi profili stagionali risultano tra loro complementari, così da dar vita ad un sistema regionale che nel suo complesso si caratterizza per un valido bilanciamento dei flussi in corso d'anno.

Il Lago emerge come il prodotto a fruizione più stagionale seguito dalla Montagna e dalle Terme. Coerentemente con questa evidenza le province più connotate stagionalmente sono le province di Brescia, Sondrio, Lecco, Como. Al contrario, soffrono poco del fenomeno le province a più forte vocazione cittadina come Milano, Bergamo e Cremona, le province con qualche inclinazione al prodotto natura, come Pavia e Mantova, e le province dall'offerta diversificata come Varese.

E' immediato constatare che il fenomeno stagionale riemerge guardando a quei sistemi turistici che in un certo senso sono l'incrocio di aree (sub)-provinciali e di prodotti tipicamente più stagionali: è il caso principalmente di "Riviera del Garda bresciano" e di "Adamello", ma anche di "Valtellina" e "Lago di Como". In evidenza anche "Orobie bergamasche", specialmente per quanto riguarda le presenze, concentrate per circa il 50% nei mesi di luglio e agosto.

**Tabella 16b.**

### Stagionalità: Picco massimo / Gola minima flussi turistici

PROVINCIA	ARRIVI	PRESENZE	SISTEMA TURISTICO	ARRIVI	PRESENZE	PRODOTTO	ARRIVI	PRESENZE
BERGAMO	1.436	2.349	ADAMELLO	23.214	22.373	CITTA'	1.586	1.665
BRESCIA	4.367	10.899	BERGAMO, ISOLA E PIANURA	1.421	1.415	MONTAGNA	4.675	12.306
COMO	4.231	7.261	CITTA' DI MILANO	1.714	1.823	TERME	2.835	4.208
CREMONA	1.468	1.723	LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA	3.011	7.060	LAGO	13.274	29.942
LECCO	3.392	7.316	LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA, OROBIE	22.263	81.583	NATURA	1.520	1.558
LODI	2.178	2.405	BERGAMASCHE	1.609	1.461	ALTRO	1.471	1.470
MANTOVA	2.107	1.900	LA VIA DEL FERRO DALLA VALLE TROMPIA	4.070	7.110	N.D.	1.575	1.524
MILANO	1.784	1.822	A BRESCIA	4.242	13.161			
PAVIA	2.623	2.678	LAGO DI COMO	1.785	1.798			
SONDRIO	4.661	10.910	OROBIE BERGAMASCHE	11.972	29.339			
VARESE	1.551	1.901	PO DI LOMBARDIA	1.968	1.760			
			RIVIERA DEL GARDA BRESCIANO	4.661	10.910			
			SISTEMA METROPOLITANO LUOGHI DA VIVERE	1.551	1.901			
			VALTELLINA					
			VARESE LAND OF TOURISM					

Anno di riferimento 2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia

**Tabella 16c.**

### Stagionalità: Incidenza % sui flussi turistici complessivi

PROVINCIA	ARRIVI	PRESENZE	SISTEMA TURISTICO	ARRIVI	PRESENZE	PRODOTTO	ARRIVI	PRESENZE
BERGAMO	3.0%	7.9%	ADAMELLO	16.2%	16.2%	CITTA'	1.7%	3.9%
BRESCIA	11.3%	19.2%	BERGAMO, ISOLA E PIANURA	2.9%	2.8%	MONTAGNA	2.4%	16.1%
COMO	10.9%	15.3%	CITTA' DI MILANO	4.0%	4.3%	TERME	1.6%	11.8%
CREMONA	3.3%	4.5%	LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA	9.2%	18.6%	LAGO	3.5%	23.2%
LECCO	9.7%	19.4%	LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA, OROBIE			NATURA	1.9%	3.7%
LODI	5.9%	7.1%	BERGAMASCHE	19.1%	26.3%	ALTRO	1.6%	3.1%
MANTOVA	6.4%	5.2%	LA VIA DEL FERRO DALLA VALLE TROMPIA			N.D.	1.5%	3.4%
MILANO	4.2%	4.3%	A BRESCIA	3.8%	3.2%			
PAVIA	7.3%	7.1%	LAGO DI COMO	10.7%	15.9%			
SONDRIO	10.8%	15.2%	OROBIE BERGAMASCHE	11.8%	25.5%			
VARESE	3.7%	5.4%	PO DI LOMBARDIA	4.5%	4.5%			
			RIVIERA DEL GARDA BRESCIANO	16.0%	22.3%			
			SISTEMA METROPOLITANO LUOGHI DA VIVE	4.7%	4.2%			
			VALTELLINA	10.8%	15.2%			
			VARESE LAND OF TOURISM	3.7%	5.4%			

Anno di riferimento 2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia

Uno stilizzato tentativo di quantificare l'incidenza del fenomeno stagionalità (Tabella 16c), conferma l'identikit di prodotti, province e sistemi più esposti alle dinamiche stagionali e rivela che in queste aree territoriali o di prodotto gli arrivi e le presenze imputabili esclusivamente a dinamiche di tipo stagionale sono rispettivamente più del 10% e tra il 15% e il 20%. Il record assoluto spetta ai sistemi "Orobie bergamasche" e "Riviera del Garda Bresciano".

#### 4.4 L'utilizzo delle strutture ricettive

Secondo il Rapporto annuale 2008 dell'Isnart sul turismo in Lombardia il grado di occupazione % delle camere disponibili sul territorio è stato valido e invidiabile nel corso di tutto l'anno, attestandosi tra il 40% circa dei mesi già profondamente colpiti dalla crisi (dicembre ad esempio) e il 55-60% dei mesi estivi e di quelli primaverili, teatro delle ondate più consistenti di turismo d'affari nelle città. In virtù di questi numeri la Lombardia si pone al di sopra della media nazionale, tranne che nei mesi estivi di luglio e agosto, penalizzati dalla concorrenza di altri territori sul fronte del turismo balneare. Rispetto al 2007 la situazione appare in evidente miglioramento nel periodo gennaio-agosto per poi flettere, sia per effetto della recessione, sia di un autunno molto piovoso tra settembre e novembre per poi riallinearsi con l'anno precedente in dicembre.

Sempre secondo Isnart, il grado di saturazione dell'offerta ricettiva varia ovviamente a seconda dei prodotti: è mediamente elevato nelle città (tra il 43% e il 73% a seconda del mese dell'anno), che tuttora garantiscono uno "zoccolo duro" di fruizione, leggermente inferiore nelle località di montagna (tra il 34% e il 66%), che soffrono di un relativo sotto-utilizzo delle strutture in primavera e in autunno, ancor più contenuto ma con forti picchi stagionalmente connotati tra giugno e ottobre ai laghi (tra il 25% e il 72%), uniformemente distribuito con valori medi intorno al 47% e ottimi risultati tra gennaio e aprile nei territori verdi.

Sul fronte dei territori i dati di fonte Istat sul rapporto presenze/letti<sup>21</sup> (Tabella 17) mettono in evidenza alcune situazioni di sovra o sotto capacità ricettiva rispetto alle necessità espresse dalla domanda.

Rispetto ai dati relativi al 2007, riportati nella precedente edizione di questo rapporto, l'intensità di utilizzo dei letti disponibili risulta per l'aggregato regionale in diminuzione, sia per il totale strutture, sia per le sole strutture alberghiere, a conferma di un anno di tono comunque positivo, ma parzialmente segnato dagli effetti della crisi, ma anche come risultato di una crescita non trascurabile della dotazione complessiva di strutture e della loro capienza (si veda la sezione 5). Il calo è generalizzato, con situazioni particolarmente delicate a Lodi e a Pavia, e con la sola eccezione di Sondrio che cresce leggermente.

<sup>21</sup> che appare fortemente correlato con quello presenze/camere.



**Tabella 17**  
**Rapporto presenze/letti**

<b>SISTEMA TURISTICO</b>	<b>presenze/letto (alberghi)</b>	<b>presenze/letto (totali)</b>
ADAMELLO	118.9	99.5
BERGAMO, ISOLA E PIANURA	161.1	155.5
CITTA' DI MILANO	144.0	125.3
LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA	89.8	55.3
LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA, OROBIE BERGAMASCHE	51.0	40.1
LA VIA DEL FERRO DALLA VALLE TROMPIA A BRESCIA	113.0	104.5
LAGO DI COMO	112.6	56.8
OROBIE BERGAMASCHE	50.2	37.2
PO DI LOMBARDIA	97.6	77.2
RIVIERA DEL GARDA BRESCIANO	124.4	83.5
SISTEMA METROPOLITANO LUOGHI DA VIVERE	118.4	115.2
VALTELLINA	105.9	81.5
VARESE LAND OF TOURISM	123.9	79.1
<b>TOTALE</b>	<b>120.7</b>	<b>87.0</b>
<b>PROVINCIA</b>		
BERGAMO	100.0	74.4
BRESCIA	116.4	78.2
COMO	122.1	65.9
CREMONA	125.3	102.9
LECCO	74.9	33.6
LODI	99.9	94.6
MANTOVA	92.6	75.8
MILANO	135.7	122.6
PAVIA	87.0	62.5
SONDRIO	105.9	81.5
VARESE	123.9	79.1
<b>TOTALE</b>	<b>120.7</b>	<b>87.0</b>

*Anno di riferimento 2008*

*Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia*

Per presenze/letto totali si collocano sopra la media regionale Milano, Cremona e Lodi, ossia le realtà territoriali che hanno maggiore vocazione al turismo di città, tipologia di domanda che per effetto di una limitata componente stagionale e di una multidimensionalità delle vocazioni (commerciale, fieristica, convegnistica, sanitaria, artistico-culturale eccetera) innesca flussi uniformi e sostenuti lungo tutto l'anno.

In coda stanno rispettivamente una provincia che attraversa una crisi forse strutturale della propria identità turistica come Pavia e due province a maggiore connotazione stagionale, ossia Lecco e Como che scontano anche un relativo sovradimensionamento dell'offerta ricettiva complessiva.

Se ci limitiamo a considerare le sole strutture alberghiere la geografia rimane simile con Pavia e Lecco in coda e Milano e Cremona in testa, ma viene ridefinita verso l'alto la posizione di Como e (in misura minore) di Varese che evidentemente fronteggiano una domanda che con il tempo ha modificato la propria natura e le proprie preferenze muovendo da un turismo giovane, vacanziero, connotato in modo fortemente *leisure* e con inclinazioni verso strutture campeggistiche a un turismo più maturo, differenziato, con un'anima più orientata in senso *business* e quindi con preferenze più spiccate verso strutture di tipo alberghiero.

Per quanto riguarda la classificazione per sistemi turistici emerge una evidenza interessante per quanto attesa: quei sistemi la cui giurisdizione territoriale o la cui "vocazione" turistica prevalente si sovrappongono a quelle delle province di riferimento (ad esempio "Lago di Como" o "Varese land of Tourism") evidenziano comportamenti che non si discostano da quelli della provincia medesima; al contrario i sistemi che più esprimono una vocazione turistica peculiare e con limitate parentele con le circoscrizioni amministrative si caratterizzano per un DNA specifico. Così accade che, mentre la provincia di Bergamo nel suo complesso esibisce un utilizzo poco intensivo delle strutture disponibili, il sistema "Bergamo, Isola e Pianura" si pone in cima alla relativa graduatoria, mentre il sistema "Orobie bergamasche" si colloca in coda. Quest'ultimo caso specifico conferma l'idea che alcune mete turistiche più "tradizionali", che meno compiutamente si sono adattate ai nuovi profili di domanda, vanno perdendo terreno, ma d'altro canto lascia anche intendere quanto può essere

rilevante in alcuni territori e al contempo sfuggire ai monitoraggi istituzionali il fenomeno delle seconde case.

#### 4.5 La componente straniera

La nostra regione esibisce una forte carica di attrattività nei confronti del turismo di provenienza estera che rappresenta quasi il 47% dei flussi di arrivi complessivi e più del 52% delle presenze (Tabella 18).

**Tabella 18**  
**Incidenza dei flussi turistici di provenienza estera sul totale flussi**

PROVINCIA	arrivi	presenze	PRODOTTO	arrivi	presenze	SISTEMA TURISTICO	arrivi	presenze
BERGAMO	38.7%	34.7%	ALTRO	25.1%	30.3%	VARESE LAND OF TOURISM	48.1%	50.6%
BRESCIA	49.7%	61.9%	CITTA'	55.4%	55.8%	LAGO DI COMO	59.3%	65.7%
COMO	62.7%	71.0%	LAGO	64.3%	72.3%	VALTELLINA	32.1%	41.5%
CREMONA	27.4%	31.2%	MONTAGNA	30.1%	36.3%	SISTEMA METROPOLITANO LUOGHI DA VIVERE	28.2%	32.7%
LECCO	41.6%	39.0%	NATURA	41.9%	43.4%	CITTA' DI MILANO	58.6%	59.2%
LODI	30.8%	27.5%	TERME	21.4%	16.7%	LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA	30.2%	33.8%
MANTOVA	25.2%	27.9%	N.A.	32.3%	38.2%	LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA, OROBIE BERGAMASCHE	6.7%	5.8%
MILANO	48.3%	50.8%	TOTALE	46.4%	52.4%	OROBIE BERGAMASCHE	19.4%	13.4%
PAVIA	17.7%	26.2%				BERGAMO, ISOLA E PIANURA	42.5%	44.5%
SONDRIO	32.1%	41.5%				LA VIA DEL FERRO DALLA VALLE TROMPIA A BRESCIA	28.6%	31.0%
VARESE	48.1%	50.6%				RIVIERA DEL GARDA BRESCIANO	61.3%	73.0%
TOTALE	46.4%	52.4%				PO DI LOMBARDIA	24.4%	28.1%
						ADAMELLO	32.7%	35.1%
						TOTALE	46.4%	52.4%

Anno di riferimento 2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia

A livello di aggregato regionale rispetto al 2007 si osserva un lievissimo calo nella incidenza straniera sul totale arrivi e una lieve crescita sul fronte presenze. Solo Lecco e Pavia esibiscono una tendenza speculare rispetto all'aggregato regionale, mentre Lodi, a fronte di un calo nei flussi complessivi, registra un recupero sul fronte estero. Tutte le variazioni sono comunque di entità limitata e si conferma la buona propensione della regione ai mercati esteri (circa un turista su due non è italiano) con punte di assoluta eccellenza a Brescia (62% delle presenze sono di provenienza estera) e Como (71%) e in misura più contenuta a Milano e Varese (51% in entrambi i casi).

Nell'ordine sono il lago, la città e la natura i prodotti che in termini assoluti più attraggono l'utenza straniera; tuttavia, da un punto di vista tendenziale, lago e natura proseguono un trend storicamente positivo, mentre la città appare in lieve frenata. Tra i sistemi turistici spiccano per vocazione internazionale "Lago di Como", "Città di Milano" e "Riviera del Garda"; appaiono più ripiegati su sé stessi e sul turismo di provenienza nazionale "Orobie bergamasche", "Po di Lombardia" e "Adamello".

Molto confortante è il quadro relativo alle provenienze sia rispetto agli arrivi come alle presenze: tra le prime venti provenienze dieci sono costituite da territori stranieri. In termini di pesi percentuali si osserva un ottimo equilibrio e una omogenea distribuzione dei flussi (eccezion fatta per la provenienza "interna", ossia lombarda che assorbe quasi il 25% degli arrivi e il 22% delle presenze). Sono rappresentate infatti in graduatoria tutte le principali aree mondiali: l'Europa occidentale *in primis*, soprattutto con Germania, Regno Unito, Francia, Svizzera, Paesi Bassi e Spagna, l'Europa dell'est con la Russia, e ancora gli Stati Uniti e il Giappone.

**Tabella 19**  
**Principali mercati esteri di provenienza. % sul totale strutture**

	Provenienza	arrivi	Provenienza	presenze
1	Lombardia	24.8%	Lombardia	21.7%
2	Germania	7.3%	Germania	11.4%
3	Lazio	4.2%	Regno Unito	5.3%
4	Regno Unito	4.0%	Paesi Bassi	4.9%
5	Veneto	3.5%	Lazio	3.6%
6	Francia	3.3%	Veneto	2.9%
7	Emilia Romagna	3.2%	Stati Uniti d'America	2.8%
8	Piemonte	3.2%	Piemonte	2.7%
9	Stati Uniti d'America	2.8%	Francia	2.6%
10	Paesi Bassi	2.6%	Emilia Romagna	2.6%
11	Toscana	2.6%	Campania	2.4%
12	Giappone	2.3%	Toscana	2.2%
13	Spagna	2.1%	Puglia	2.1%
14	Campania	2.1%	Sicilia	1.9%
15	Svizzera (incluso Liechtenstein)	1.9%	Svizzera (incluso Liechtenstein)	1.8%
16	Puglia	1.7%	Giappone	1.8%
17	Sicilia	1.6%	Spagna	1.7%
18	Liguria	1.5%	Liguria	1.4%
19	Russia	1.3%	Russia	1.2%
20	Altri paesi Europei	1.2%	Altri paesi Europei	1.2%

Anno di riferimento 2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia

## 5. Le Strutture ricettive in Lombardia

L'efficace spendibilità sul mercato di un patrimonio turistico, per quanto ricco e variegato, presuppone una adeguata strutturazione della filiera dell'offerta, perno della quale sono evidentemente le strutture ricettive. Si tratta di un segmento di filiera la cui evoluzione assume evidentemente connotati strutturali ed è in grado di condizionare in maniera significativa la performance di un territorio, imprimendo distorsioni (in senso potenzialmente positivo come negativo) alla specifica profilazione dell'utenza, alle sue scelte di comportamento, alle attitudini di consumo. La configurazione della dotazione ricettiva (la distribuzione delle strutture sul territorio, il loro livello qualitativo, la numerosità, la dimensione, l'offerta di servizi accessori) è in grado inoltre di produrre effetti di attivazione o disattivazione significativi nei confronti della domanda, influenzando anche immagine e prestigio di una località.

Infine, rimanendo nell'ambito di un ragionamento che pone al centro il concetto di filiera turistica la dotazione di strutture ricettive va intesa anche come espressione della capacità imprenditoriale del settore e rappresenta uno dei luoghi fisiologicamente deputati a costruire e diffondere una cultura del turismo, nonché il contesto fisiologico in cui sviluppare innovazioni nel campo dei servizi offerti al turista.

Rispetto alla precedente edizione di questo rapporto che faceva riferimento a dati aggiornati al 2006, in questa sede valuteremo le caratteristiche dell'offerta ricettiva in Lombardia prendendo in esame i dati di consuntivo 2008 con un *flash* di aggiornamento al primo semestre 2009.

La Tabella 20 fornisce un primo e generale spaccato della situazione regionale: dal punto di vista dei volumi la dotazione di strutture ricettive regionale appare imponente e decisamente adeguata ai flussi di domanda esistenti. Si registrano a consuntivo 2008 quasi 5500 strutture di cui circa 3000 alberghiere per un totale di quasi 326000 posti letto dei quali 189000 offerti da alberghi. A livello complessivo il territorio in assoluto più "dotato" è costituito dalla Provincia di Brescia, prima in graduatoria rispetto al numero di esercizi per tutte le macro-tipologie prese in esame: alberghi,

esercizi complementari e B&B. Milano occupa la seconda posizione, seguita da Sondrio. All'ultimo posto, molto staccata, Lodi preceduta da Cremona.

Il primato di Brescia viene meno, a favore di Milano, nella graduatoria relativa al numero di letti disponibili nelle strutture alberghiere: più di 75000 per Milano, ossia quasi il doppio rispetto a Brescia (circa 40000). Anche in questo caso Lodi chiude la graduatoria con meno di 2000 posti letto.

**Tabella 20**  
**Dotazione di strutture ricettive per provincia**

STRUTTURE RICETTIVE												
	BERGAMO	BRESCIA	COMO	CREMONA	LECCO	LODI	MANTOVA	MILANO	PAVIA	SONDRIO	VARESE	TOTALE
<b>Totale strutture</b>	<b>498</b>	<b>1399</b>	<b>488</b>	<b>106</b>	<b>243</b>	<b>41</b>	<b>381</b>	<b>952</b>	<b>264</b>	<b>754</b>	<b>358</b>	<b>5484</b>
Alberghi	285	749	254	47	96	27	104	667	125	402	170	2926
Complementari	73	509	159	43	92	8	175	189	106	298	85	1737
B&B	113	138	74	16	54	6	98	95	33	52	102	781
LETTI												
	BERGAMO	BRESCIA	COMO	CREMONA	LECCO	LODI	MANTOVA	MILANO	PAVIA	SONDRIO	VARESE	TOTALE
<b>Totale strutture</b>	<b>22281</b>	<b>101638</b>	<b>34107</b>	<b>3389</b>	<b>13420</b>	<b>1990</b>	<b>6445</b>	<b>86393</b>	<b>7690</b>	<b>29573</b>	<b>19011</b>	<b>325937</b>
Alberghi	13238	40132	14133	2424	3564	1866	3538	75192	5094	18926	10444	188551
Complementari	8297	60806	19595	887	9535	103	2401	10758	2414	10380	8079	133255
B&B	542	691	378	78	319	21	503	442	182	265	486	3907
GIORNATE LETTO												
	BERGAMO	BRESCIA	COMO	CREMONA	LECCO	LODI	MANTOVA	MILANO	PAVIA	SONDRIO	VARESE	TOTALE
<b>Totale strutture</b>	<b>601777</b>	<b>2099525</b>	<b>793510</b>	<b>94518</b>	<b>347386</b>	<b>59491</b>	<b>188073</b>	<b>2540869</b>	<b>2E+05</b>	<b>749481</b>	<b>511080</b>	<b>8211918</b>
Alberghi	367479	964881	357513	68848	96936	55869	106500	2222811	2E+05	455080	306966	5153474
Complementari	214980	1118404	427196	23475	243004	3021	68496	305008	70492	287070	191731	2952877
B&B	14070	16202	8778	2189	7436	599	13064	13036	5117	7316	12371	100178

Anno di riferimento 2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia

L'articolazione dell'offerta per tipologie ricettive (Tabella 21) riflette sia le vocazioni dei territori, sia le caratteristiche della domanda che essi fronteggiano. Laddove si concentra il turismo d'affari il peso dei letti alberghieri sul totale letti è nettamente dominante (per Lodi il 94%, per Milano il 87%), mentre all'opposto queste percentuali si riducono drasticamente nelle aree a vocazione prevalente lacuale o termale (Lecco 26.6%, Brescia 39.5%, Como 41.4%). In posizione intermedia le province con offerta diversificata (Bergamo 60%; Varese 55%), montana (Sondrio 64%) o naturalistica e culturale (Pavia 66%, Mantova 55%). Mantova spicca inoltre per presenza di B&B (quasi l'8%)

Rispetto ai Sistemi Turistici (Tabella 22) la maggiore "potenza di fuoco" ricettiva in termini assoluti e di incidenza sul totale spetta nel complesso a "Riviera del Garda Bresciano" (20.4% dei letti del totale sistemi turistici), seguita da "Città di Milano", "Lago di Como" e "Valtellina". Nel comparto alberghi si affermano i sistemi che propongono un'offerta di tipo "cittadino": si invertono così le posizioni tra "Riviera del Garda" e "Città di Milano", e si affaccia il "Sistema metropolitano luoghi da vivere" seguito da "Valtellina".

**Tabella 21**

## Articolazione delle strutture ricettive per Provincia

	STRUTTURE RICETTIVE											TOTALE
	BERGAMO	BRESCIA	COMO	CREMONA	LECCO	LODI	MANTOVA	MILANO	PAVIA	SONDRIO	VARESE	
<b>Totale strutture</b>	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Alberghi	60.5%	53.7%	52.2%	44.3%	39.7%	65.9%	27.6%	70.1%	47.3%	53.5%	47.6%	53.7%
Complementari	15.5%	36.5%	32.6%	40.6%	36.0%	19.5%	46.4%	19.9%	40.2%	39.6%	23.6%	31.9%
B&B	24.0%	9.9%	15.2%	15.1%	22.3%	14.6%	26.0%	10.0%	12.5%	6.9%	28.6%	14.3%

	LETTI											TOTALE
	BERGAMO	BRESCIA	COMO	CREMONA	LECCO	LODI	MANTOVA	MILANO	PAVIA	SONDRIO	VARESE	
<b>Totale strutture</b>	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Alberghi	60.0%	39.5%	41.4%	71.5%	26.6%	93.8%	54.9%	87.0%	66.2%	64.0%	54.9%	57.9%
Complementari	37.6%	59.8%	57.5%	26.2%	71.1%	5.2%	37.3%	12.5%	31.4%	35.1%	42.5%	40.9%
B&B	2.5%	0.7%	1.1%	2.3%	2.4%	1.1%	7.8%	0.5%	2.4%	0.9%	2.6%	1.2%

	ALBERGHI											TOTALE
	BERGAMO	BRESCIA	COMO	CREMONA	LECCO	LODI	MANTOVA	MILANO	PAVIA	SONDRIO	VARESE	
<b>Totale</b>	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
5 stelle	0.0%	1.2%	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%	2.3%	0.0%	0.3%	0.0%	1.0%
4 stelle	11.6%	15.5%	15.0%	25.5%	9.5%	18.5%	6.7%	27.0%	13.6%	7.8%	25.3%	16.8%
3 stelle	52.1%	42.8%	35.4%	42.6%	50.5%	44.4%	43.3%	31.9%	36.8%	49.8%	40.0%	41.4%
2 stelle	17.6%	17.8%	22.8%	8.5%	13.7%	11.1%	22.1%	13.3%	19.2%	23.5%	15.9%	17.7%
1 stelle	18.0%	16.0%	21.7%	23.4%	25.3%	25.9%	25.0%	16.4%	28.8%	11.5%	14.1%	17.4%
Residence	0.7%	6.7%	3.9%	0.0%	1.1%	0.0%	1.9%	9.2%	1.6%	7.3%	4.7%	5.7%

	LETTI IN ALBERGHI											TOTALE
	BERGAMO	BRESCIA	COMO	CREMONA	LECCO	LODI	MANTOVA	MILANO	PAVIA	SONDRIO	VARESE	
<b>Totale</b>	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
5 stelle	0.0%	3.1%	5.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	6.2%	0.0%	0.5%	0.0%	3.6%
4 stelle	27.3%	34.7%	36.5%	52.4%	23.5%	42.9%	12.9%	50.5%	25.2%	13.1%	57.7%	39.1%
3 stelle	51.2%	39.4%	33.3%	34.0%	45.5%	45.0%	57.0%	22.8%	47.4%	53.9%	24.7%	34.4%
2 stelle	12.2%	7.6%	11.2%	3.7%	10.4%	2.5%	13.8%	3.9%	12.3%	15.8%	6.2%	7.6%
1 stelle	8.5%	6.0%	8.3%	9.9%	16.1%	9.6%	13.3%	3.6%	13.4%	5.7%	4.6%	5.9%
Residence	0.8%	9.3%	5.3%	0.0%	4.5%	0.0%	2.7%	13.1%	1.6%	11.0%	6.8%	9.3%
4 + 5 stelle	27.3%	37.8%	41.9%	52.4%	23.5%	42.9%	13.3%	56.7%	25.2%	13.5%	57.7%	42.7%
1 + 2 stelle	20.7%	13.6%	19.5%	13.6%	26.5%	12.1%	27.0%	7.4%	25.7%	21.6%	10.8%	13.5%

Anno di riferimento 2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia

## Tabella 22

### Articolazione delle strutture ricettive per Sistema Turistico

SISTEMA TURISTICO	ALTRO	CITTA'	LAGO	MONTAGNA	N.A.	NATURA	TERME	TOTALE					
<b>ADAMELLO</b>	Totale strutture: 0.6%	Alberghi: 0.0%	Complementari: 2.7%	B&B: 0.0%	Altri Alloggi privati: 0.0%	Altro: 0.0%	Citta': 6.1%	Lago: 1.3%	Montagna: 0.0%	N.A.: 0.0%	Natura: 0.0%	Terme: 1.1%	Totale: 1.1%
<b>BERGAMO, ISOLA E PIANURA</b>	Totale strutture: 6.2%	Alberghi: 0.5%	Complementari: 2.2%	B&B: 0.0%	Altri Alloggi privati: 52.9%	Altro: 0.0%	Citta': 73.4%	Lago: 0.0%	Montagna: 0.0%	N.A.: 0.0%	Natura: 0.0%	Terme: 0.4%	Totale: 12.1%
<b>CITTA' DI MILANO</b>	Totale strutture: 0.0%	Alberghi: 0.0%	Complementari: 0.0%	B&B: 0.0%	Altri Alloggi privati: 0.0%	Altro: 0.0%	Citta': 74.5%	Lago: 0.0%	Montagna: 0.0%	N.A.: 0.0%	Natura: 0.0%	Terme: 0.0%	Totale: 25.7%
<b>LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA</b>	Totale strutture: 7.4%	Alberghi: 4.2%	Complementari: 18.5%	B&B: 0.0%	Altri Alloggi privati: 0.0%	Altro: 0.0%	Citta': 9.4%	Lago: 10.9%	Montagna: 10.9%	N.A.: 14.3%	Natura: 0.0%	Terme: 83.4%	Totale: 68.8%
<b>LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA, OROBIE BERGAMASCHE</b>	Totale strutture: 0.0%	Alberghi: 0.0%	Complementari: 0.0%	B&B: 0.0%	Altri Alloggi privati: 0.0%	Altro: 0.0%	Citta': 0.0%	Lago: 0.0%	Montagna: 0.9%	N.A.: 0.2%	Natura: 0.0%	Terme: 0.0%	Totale: 0.2%
<b>LA VIA DEL FERRO DALLA VALLE TROMPIA A BRESCIA</b>	Totale strutture: 2.1%	Alberghi: 2.4%	Complementari: 1.0%	B&B: 1.6%	Altri Alloggi privati: 0.0%	Altro: 4.6%	Citta': 0.0%	Lago: 0.0%	Montagna: 0.0%	N.A.: 0.9%	Natura: 3.0%	Terme: 0.0%	Totale: 2.9%
<b>LAGO DICOMO</b>	Totale strutture: 5.8%	Alberghi: 2.0%	Complementari: 19.6%	B&B: 2.0%	Altri Alloggi privati: 0.0%	Altro: 7.5%	Citta': 23.8%	Lago: 12.7%	Montagna: 11.9%	N.A.: 17.5%	Natura: 0.0%	Terme: 0.0%	Totale: 14.6%
<b>OROBIE BERGAMASCHE</b>	Totale strutture: 1.9%	Alberghi: 2.0%	Complementari: 1.7%	B&B: 1.3%	Altri Alloggi privati: 47.1%	Altro: 0.0%	Citta': 0.0%	Lago: 0.0%	Montagna: 16.7%	N.A.: 5.9%	Natura: 0.0%	Terme: 13.7%	Totale: 3.7%
<b>PO DI LOMBARDIA</b>	Totale strutture: 16.3%	Alberghi: 12.3%	Complementari: 26.1%	B&B: 36.2%	Altri Alloggi privati: 0.0%	Altro: 7.4%	Citta': 0.0%	Lago: 0.0%	Montagna: 2.8%	N.A.: 7.0%	Natura: 33.3%	Terme: 23.0%	Totale: 60.0%
<b>RIVIERA DEL GARDA BRESCIANO</b>	Totale strutture: 7.4%	Alberghi: 6.8%	Complementari: 9.4%	B&B: 8.9%	Altri Alloggi privati: 0.0%	Altro: 0.0%	Citta': 56.9%	Lago: 0.0%	Montagna: 0.0%	N.A.: 0.0%	Natura: 0.0%	Terme: 0.0%	Totale: 20.4%
<b>SISTEMA METROPOLITANO LUOGHIDA VIVERE</b>	Totale strutture: 34.5%	Alberghi: 43.9%	Complementari: 4.1%	B&B: 16.5%	Altri Alloggi privati: 0.0%	Altro: 0.0%	Citta': 0.0%	Lago: 0.0%	Montagna: 0.0%	N.A.: 41.8%	Natura: 0.0%	Terme: 0.0%	Totale: 11.4%
<b>VALTELLINA</b>	Totale strutture: 3.3%	Alberghi: 3.1%	Complementari: 2.4%	B&B: 15.0%	Altri Alloggi privati: 0.0%	Altro: 0.4%	Citta': 0.0%	Lago: 63.7%	Montagna: 2.4%	N.A.: 0.0%	Natura: 3.4%	Terme: 0.0%	Totale: 10.0%
<b>VARESE LAND OF TOURISM</b>	Totale strutture: 0.0%	Alberghi: 0.0%	Complementari: 0.0%	B&B: 0.0%	Altri Alloggi privati: 0.0%	Altro: 3.6%	Citta': 7.9%	Lago: 0.0%	Montagna: 0.0%	N.A.: 2.3%	Natura: 85.0%	Terme: 0.0%	Totale: 5.8%
<b>TOTALE</b>	Totale strutture: 100.0%	Alberghi: 100.0%	Complementari: 100.0%	B&B: 100.0%	Altri Alloggi privati: 100.0%	Altro: 100.0%	Citta': 100.0%	Lago: 100.0%	Montagna: 100.0%	N.A.: 100.0%	Natura: 100.0%	Terme: 100.0%	Totale: 100.0%

Anno di riferimento 2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia

Un tema di estrema importanza è quello relativo alla qualità delle strutture ricettive (Tabella 23), in particolar modo di quelle alberghiere. Da questo punto di vista il primato per quanto riguarda il peso relativo delle strutture a 4 o 5 stelle (indicatore ovviamente stilizzato della qualità) spetta a Varese (quasi il 57.7% dei letti alberghieri totali in 4 o 5 stelle), seguita a brevissima distanza da Milano (56.7%) e poi da Cremona (52.4%) e Lodi (43%), mentre tutte le altre province si

posizionano al di sotto della media regionale. Mantova e Sondrio stanno in coda e non vanno oltre il 14% precedute da Lecco, Pavia e Bergamo.

Naturalmente le posizioni in questo *ranking* sono il risultato di peculiari specificità territoriali e differiscono da zona a zona: a Milano l'ottimo risultato è positivamente legato al primato nelle strutture a 5 stelle che invece sono completamente assenti a Varese, cui spetta la *leadership* su scala regionale nelle strutture a 4 stelle, conquistata anche a seguito di una strategia consolidata di sviluppo dell'offerta ricettiva congressuale.

In maniera per certi versi prevedibile, la geografia dell'offerta più "popolare" (alberghi 1 o 2 stelle) è quasi del tutto speculare a quella *premium*: il primato spetta a Mantova (27%), seguita da Lecco (26.5%) e Pavia (24.7%). Milano e Varese si posizionano nelle ultime posizioni.

Per quanto possa apparire scontato, è comunque da sottolineare che esiste una forte influenza reciproca tra orientamento qualitativo e tipologico dell'offerta e orientamento della domanda, la cui sintesi esprime un fenomeno di *matching* più o meno riuscito a seconda dei territori. Nel caso lombardo l'articolazione per fasce delle strutture alberghiere si riflette pienamente negli orientamenti dei flussi in entrata per ogni provincia: non esistono cioè evidenze di fenomeni significativi di *missmatching* tali da generare situazioni di sovra o sottoutilizzo sistematico di specifiche categorie di strutture.

**Tabella 23**  
**Qualità, tipologia e dimensione delle strutture ricettive**

	DIMENSIONE MEDIA		TIPOLOGIA E QUALITA'	
	A	B	C	D
	letti/strutture totali	letti/strutture alberghi	alberghi/letti totali	letti 4 e 5 stelle/letti tot
BERGAMO	44.7	46.4	59.4%	27.3%
BRESCIA	72.7	53.6	39.5%	37.8%
COMO	69.9	55.6	41.4%	41.9%
CREMONA	32.0	51.6	71.5%	52.4%
LECCO	55.2	37.1	26.6%	23.5%
LODI	48.5	69.1	93.8%	42.9%
MANTOVA	16.9	34.0	54.9%	13.3%
MILANO	90.7	112.7	87.0%	56.7%
PAVIA	29.1	40.8	66.2%	25.2%
SONDRIO	39.2	47.1	64.0%	13.5%
VARESE	53.1	61.4	54.9%	57.7%
<b>TOTALE</b>	<b>59.4</b>	<b>64.4</b>	<b>57.8%</b>	<b>42.7%</b>
<b>correlazione</b>	<b>B con D</b>		<b>0.71</b>	

Anno di riferimento 2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia

Alcune riflessioni sono doverose anche in merito alla dimensione media delle strutture (Tabella 23): nel complesso spiccano, posizionandosi al di sopra della media regionale, Milano, Brescia e Como con 91, 73 e 70 letti per struttura rispettivamente, mentre agli antipodi si trovano Mantova (17), Pavia (29) e Cremona (32). Si tratta di numeri condizionati chiaramente dal diverso peso relativo che le strutture ad elevata ricettività (Campeggi, Ostelli, grandi Alberghi) hanno sul territorio; infatti, concentrando l'analisi sulle sole strutture alberghiere, Milano rimane al primo posto (113 letti per struttura contro i 64 della media regionale) e si fanno avanti Lodi (69) e Varese (61), caratterizzate da numerose strutture di taglia medio-grande, la prima in quanto satellite di Milano per la ricettività connessa con gli eventi fieristici, la seconda poiché votata al turismo congressuale. Una correlazione positiva ed elevata (+0.71) conferma l'intuizione stilizzata per cui esiste un legame positivo tra dimensione delle strutture alberghiere e qualità media; ciò è riscontrabile anche a carico delle strutture lombarde ma, naturalmente, questa non va interpretata come un'evidenza a

sostegno del banale argomento “grande è bello”; il concetto di qualità veicolato dalla dotazione di stelle è asettico, standardizzato e connesso solo con aspetti infrastrutturali e con la gamma di servizi offerti. Come è noto questo paradigma, per quanto utile, non può catturare altri aspetti che definiscono la qualità a 360°, e di cui talora a difettare sono proprio le grandi strutture: tra questi la qualità della cucina (dove presente), la cortesia del personale, l’atmosfera creata all’interno della struttura, la qualità e la bellezza del contesto ambientale, piuttosto che una configurazione flessibile dedicata a soddisfare particolari esigenze (si pensi al concetto di albergo diffuso) o a prendersi cura di specifiche categorie di utenza (ad esempio i bambini).

In estrema sintesi, possono essere riproposte alcune tipizzazioni territoriali:

- Milano e Lodi: grandi strutture ricettive quasi esclusivamente alberghiere
- Province del sud della regione molto sbilanciate sull’alberghiero con dimensione medio-piccola
- Bergamo, Brescia, Como e Lecco che combinano in proporzioni diverse lago e montagna hanno minore incidenza alberghiera, alta dimensione totale, ma medio-bassa dimensione degli alberghi
- Varese peculiare: ben bilanciata tra alberghiero e extra-alberghiero. Terza dopo Milano per dimensione alberghi.

E anche tre tipologie di offerta molto connotate.

- a) La città, intesa come meta di turismo per lo più d’affari e caratterizzata da elevata offerta alberghiera di significative dimensioni e di più elevata qualità. Milano e, in minor misura, Lodi sintetizzano questa tipologia.
- b) La combinazione Montagna + lago con maggiore vocazione extra-alberghiera, strutture alberghiere medio-piccole e di qualità più elevata nelle aree di lago e strutture extra-alberghiere molto grandi. Bergamo, Brescia, Como e Lecco sono esempi di tale tipologia.
- c) Pianura e Collina, o prodotto “natura”, con offerta essenzialmente alberghiera, di piccole dimensioni e livello di qualità intermedio: Cremona, Mantova, Pavia esemplificano tale offerta.

Seppur per motivi contrapposti, Sondrio e Varese risultano difficilmente ascrivibili a una o l’altra di queste tipologie di offerta codificate. La prima ha vocazione turistica quasi mono-specializzata (montagna), per lo più alberghiera, di dimensioni e fascia qualitativa intermedie. Varese sta agli antipodi, con offerta turistica molto diversificata (lago, montagna, natura, congressuale), elevata incidenza di alberghi e tra questi numerose strutture di alta fascia qualitativa.

A completamento del quadro, è interessante osservare quale sia il rapporto tra dotazione di strutture ricettive e popolazione residente (Tabelle 24a e 24b); si tratta di un indicatore anch’esso stilizzato che cattura l’incidenza del fenomeno turistico sull’economia del territorio e quindi sommariamente la vocazione più o meno prevalente di quest’ultimo a “fare turismo”. Questo schema di ragionamento premia la provincia di Sondrio, il cui numero di letti disponibili per il turista ogni mille abitanti è 5 volte quello medio regionale (tra i Sistemi, “Valtellina” è in terza posizione) e doppio rispetto a quello di Brescia, seconda provincia per intensità (e i cui Sistemi “Adamello” e “Riviera del Garda” occupano le prime due posizioni). Como, Lecco, Milano e Varese occupano le altre posizioni medio-alte in graduatoria. Seppur con alcuni aggiustamenti, il quadro complessivo non si altera nella sostanza limitandosi alla dotazione procapite di letti alberghieri. Emerge il fatto che Milano, pur proponendosi come catalizzatore principale dei flussi turistici in arrivo in regione, abbia una vocazione turistica<sup>22</sup> meno spiccata rispetto a realtà, come Sondrio, dove il turismo è uno dei principali motori dell’economia, ma anche rispetto a realtà il cui portafoglio produttivo è molto più sgranato e pur caratterizzato da un prevalente ruolo dell’industria manifatturiera, come nelle province di Brescia, di Como e di Varese.

---

<sup>22</sup> E’ evidente da come si è costruito l’indicatore che qui non si parla di vocazione turistica “assoluta”, ma “relativa”, ossia

**Tabella 24a**

		DOTAZIONE STRUTTURE PER 1000 ABITANTI							
		TOTALE STRUTTURE	ALBERGHI					RESIDENZE	TOTALE
			5 STELLE	4 STELLE	3 STELLE	2 STELLE	1 STELLE		
STRUTTURE RICETTIVE	BERGAMO	0.46	0.00	0.03	0.14	0.05	0.05	0.00	0.26
	BRESCIA	1.14	0.01	0.09	0.26	0.11	0.10	0.04	0.61
	COMO	0.83	0.01	0.06	0.15	0.10	0.09	0.02	0.43
	CREMONA	0.29	0.00	0.03	0.06	0.01	0.03	0.00	0.13
	LECCO	0.72	0.00	0.03	0.14	0.04	0.07	0.00	0.29
	LODI	0.18	0.00	0.02	0.05	0.01	0.03	0.00	0.12
	MANTOVA	0.93	0.00	0.02	0.11	0.06	0.06	0.00	0.25
	MILANO	0.24	0.00	0.05	0.05	0.02	0.03	0.02	0.17
	PAVIA	0.49	0.00	0.03	0.09	0.04	0.07	0.00	0.23
	SONDRIO	4.14	0.01	0.17	1.09	0.52	0.25	0.16	2.21
VARESE	0.41	0.00	0.05	0.08	0.03	0.03	0.01	0.20	
LETTI	BERGAMO	20.72	0.00	3.36	6.30	1.50	1.05	0.10	12.31
	BRESCIA	82.62	1.00	11.33	12.84	2.47	1.95	3.03	32.62
	COMO	58.33	1.30	8.82	8.06	2.70	2.00	1.29	24.17
	CREMONA	9.41	0.00	3.52	2.29	0.25	0.67	0.00	6.73
	LECCO	40.01	0.00	2.50	4.83	1.11	1.71	0.48	10.63
	LODI	8.90	0.00	3.58	3.75	0.21	0.80	0.00	8.34
	MANTOVA	15.73	0.03	1.12	4.92	1.19	1.14	0.23	8.63
	MILANO	21.98	1.19	9.65	4.37	0.74	0.68	2.51	19.13
	PAVIA	14.26	0.00	2.38	4.48	1.16	1.27	0.15	9.45
	SONDRIO	162.41	0.49	13.59	55.99	16.45	5.97	11.43	103.94
VARESE	21.82	0.00	6.91	2.97	0.75	0.55	0.81	11.98	
<b>TOTALE STRUTTURE</b>		<b>0.56</b>	<b>0.00</b>	<b>0.05</b>	<b>0.12</b>	<b>0.05</b>	<b>0.05</b>	<b>0.02</b>	<b>0.30</b>
<b>TOTALE LETTI</b>		<b>33.45</b>	<b>0.69</b>	<b>7.57</b>	<b>6.67</b>	<b>1.48</b>	<b>1.14</b>	<b>1.80</b>	<b>19.35</b>

Anno di riferimento 2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia

**Tabella 24b**

		DOTAZIONE STRUTTURE PER 1000 ABITANTI							
		TOTALE	ALBERGHI					RESIDENZE	TOTALE
			5 STELLE	4 STELLE	3 STELLE	2 STELLE	1 STELLE		
STRUTTURE RICETTIVE	ADAMELLO	10.12	0.00	0.66	2.99	0.66	1.49	0.83	6.64
	BERGAMO, ISOLA E PIANURA	0.28	0.00	0.03	0.06	0.02	0.02	0.00	0.13
	CITTA' DI MILANO	0.45	0.01	0.08	0.09	0.04	0.06	0.04	0.33
	LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA	0.97	0.00	0.06	0.18	0.09	0.11	0.02	0.46
	LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA, OROBIE BERGAMASCHE	4.10	0.00	0.00	0.68	0.46	0.91	0.00	2.05
	LA VIA DEL FERRO DALLA VALLE TROMPIA A BRESCIA	0.24	0.00	0.02	0.06	0.02	0.04	0.00	0.15
	LAGO DI COMO	0.79	0.00	0.05	0.15	0.08	0.09	0.01	0.38
	OROBIE BERGAMASCHE	0.92	0.00	0.02	0.37	0.10	0.14	0.00	0.64
	PO DI LOMBARDIA	0.52	0.00	0.03	0.08	0.04	0.05	0.00	0.20
	RIVIERA DEL GARDA BRESCIANO	7.11	0.06	0.72	1.76	0.69	0.25	0.32	3.83
	SISTEMA METROPOLITANO LUOGHI DA VIVERE	0.15	0.00	0.03	0.04	0.01	0.01	0.00	0.10
	VALTELLINA	4.14	0.01	0.17	1.09	0.52	0.25	0.16	2.21
	VARESE LAND OF TOURISM	0.41	0.00	0.05	0.08	0.03	0.03	0.01	0.20
	LETTI	ADAMELLO	600.80	0.00	110.34	130.25	13.94	29.70	70.85
BERGAMO, ISOLA E PIANURA		9.04	0.00	3.82	2.97	0.59	0.30	0.14	7.83
CITTA' DI MILANO		44.73	3.52	18.47	8.19	1.38	1.55	4.27	37.38
LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA		53.00	0.39	4.98	9.05	2.10	2.17	0.65	19.34
LA SUBLIMAZIONE DELL'ACQUA, OROBIE BERGAMASCHE		124.97	0.00	0.00	31.41	17.30	29.82	0.00	78.53
LA VIA DEL FERRO DALLA VALLE TROMPIA A BRESCIA		10.03	0.16	3.61	2.51	0.59	0.88	0.22	7.97
LAGO DI COMO		51.65	0.82	6.52	6.88	2.12	1.90	0.99	19.23
OROBIE BERGAMASCHE		56.42	0.00	1.77	17.26	3.79	3.12	0.00	25.94
PO DI LOMBARDIA		12.73	0.01	2.49	3.98	0.82	1.03	0.12	8.43
RIVIERA DEL GARDA BRESCIANO		631.65	7.52	85.35	92.84	15.85	5.99	26.93	234.51
LUOGHI DA VIVERE		12.45	0.06	6.34	2.68	0.50	0.30	2.08	11.96
VALTELLINA		162.41	0.49	13.59	55.99	16.45	5.97	11.43	103.94
VARESE LAND OF TOURISM		21.82	0.00	6.91	2.97	0.75	0.55	0.81	11.98
<b>TOTALE STRUTTURE</b>		<b>0.60</b>	<b>0.00</b>	<b>0.05</b>	<b>0.13</b>	<b>0.06</b>	<b>0.06</b>	<b>0.02</b>	<b>0.32</b>
<b>TOTALE LETTI</b>		<b>35.78</b>	<b>0.75</b>	<b>8.09</b>	<b>7.14</b>	<b>1.58</b>	<b>1.23</b>	<b>1.93</b>	<b>20.72</b>

Anno di riferimento 2008

Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia

Infine uno sguardo ai fenomeni di più stretta attualità 2009. Nonostante una congiuntura economica particolarmente difficile, l'iniziativa imprenditoriale nel campo della ricettività sembra essere stata



sostenuta anche nel primo semestre del 2009, aiutata anche dalle numerose misure di accompagnamento finanziario messe in campo dall'attore pubblico e dagli Enti camerali. Rispetto al consuntivo 2008, i dati provvisori segnalerebbero un incremento del numero totale di strutture pari al 8% per un corrispondente aumento dei letti del 2%. Disaggregando il dato, si osserva una situazione quasi uniformemente positiva ma differenziata:

- il numero di esercizi complementari è in aumento ma con una diminuzione del numero letti, il che segnala un processo di sostituzione di strutture medio-grandi con strutture più piccole e rafforza la sensazione di un trend di progressiva contrazione dei campeggi a favore di altre forme di ricettività.
- Gli alberghi continuano un lento ma progressivo trend di crescita, con prevalenza di strutture di elevata dimensione media e quindi un più che proporzionale aumento del numero di letti
- I B&B si segnalano per una straordinaria *performance* di crescita, che riflette (accanto a fattori di tipo istituzionale, fiscale, normativo) una domanda turistica che sempre più vuole flessibilità ma senza rinunciare a confort.

**Tabella 25**  
**Strutture ricettive. Tassi di Variazione stock. Periodo: 2009 1°sem. su 2008**

	numero strutture	numero letti
Totale strutture ricettive	8.0%	2.0%
Alberghi	1.7%	4.7%
Complementari	8.9%	-2.5%
B&B	30.1%	20.5%

*Periodi di riferimento: anno 2008, primo semestre 2009*  
*Fonte: nostra rielaborazione dati Regione Lombardia*

## 6. La domanda di turismo: caratteristiche del turista e suggestioni strategiche

Le statistiche ufficiali che forniscono lo spaccato dei flussi di fruizione delle località turistiche purtroppo descrivono esclusivamente dimensione e orientamento della domanda, senza qualificarne l'identikit, inteso come insieme delle caratteristiche oggettive del turista (età, titolo di studio, professione eccetera) e delle sue caratteristiche comportamentali (motivazione e finalità della vacanza, abitudini di spesa, prodotti effettivamente fruiti eccetera)

Svariate indagini campionarie prodotte da Isnart ovviano efficacemente a questa carenza di informazioni e consentono di arricchire il patrimonio informativo disponibile sulla domanda di turismo fornendo elementi di riflessione utili ad una ottimale (ri)calibrazione dell'offerta, ad una più efficace azione di marketing e promozione e a una razionalizzazione delle filiere imprenditoriali operanti nel settore del turismo. Le informazioni veicolate dai prodotti<sup>23</sup> Isnart sono numerose e ammettono svariate chiavi di lettura: qui se ne riprendono solo alcune con una duplice e precisa finalità:

- da un lato si intende ulteriormente supportare l'idea che questa regione abbia raggiunto un ventaglio di offerte turistiche più che mai completo e alimentato un catalogo di attività/prodotti fruibili pressoché infinito.
- secondariamente si vogliono portare elementi a sostegno della tesi che il turista che sceglie la Lombardia è mediamente un turista consapevole, culturalmente preparato, dinamico e con buona propensione alla spesa.

### Una domanda turistica di qualità...

<sup>23</sup> Qui si farà riferimento principalmente ai prodotti: "Osservatorio Turistico della Lombardia:Rapporto Annuale 2008", "Gli italiani in vacanza in Lombardia nel I semestre 2008", "Gli italiani in vacanza in Lombardia nel II semestre 2008", "Gli italiani in vacanza in Lombardia nel I semestre 2009", "Osservatorio Turistico della Lombardia: Indagine sul turismo organizzato internazionale" e "Osservatorio Turistico della Lombardia: la soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo".

L'identikit del turista medio che fruisce delle località lombarde si contraddistingue per caratteristiche che nella visione tradizionale solitamente evocano la sensazione di un turismo di "qualità":

- In maggior parte si tratta di turisti di età medio-giovane (circa il 40% ha tra 25 e 44 anni), anche se un peso non trascurabile è rappresentato da anziani oltre i 65 anni (circa il 20%) che prediligono le località termali e di lago.
- Nel 2008, più del 85%-90% dei turisti (era poco più del 70% nel 2007) sia italiani, sia stranieri possiede almeno un titolo di scuola media superiore; il 40% risulta essere laureato.
- Più del 30% dei turisti svolge professioni nel campo impiegatizio o dell'insegnamento e un 20% complessivo è costituito da imprenditori, dirigenti o liberi professionisti; pertanto più del 50% dei turisti (e senza particolari differenze in corso d'anno) svolge professioni che richiedono livelli di qualifica medi o medio-alti
- Per gli italiani il mezzo più frequentemente utilizzato per raggiungere le località di destinazione è costituito dall'automobile (più del 60%) seguita dall'aereo (19%); per quanto riguarda gli stranieri il 50% di essi si muove in aereo, il 35% in auto.
- Il 55% circa dei turisti italiani come stranieri è costituito da single o coppie senza bambini.
- La spesa turistica attivata dal turismo si attesta intorno ai 5.3 miliardi di Euro, con un contributo dei mercati esteri pari al 53%.

#### **..a cui (cor)risponde un ventaglio di offerte variegato...**

Per quanto riguarda le attività svolte dai turisti in Lombardia il quadro supporta fortemente l'immagine di una regione multiforme che offre al turista un'ampia gamma di prospettive e possibilità.

Per il turista straniero l'attività principale è lo *shopping* seguita dalle attività sportive, binomio che riempie anche le vacanze degli italiani ma con priorità invertite.

La fruizione del patrimonio culturale, museale, archeologico e ambientale, ossia il pacchetto di attività che potremmo riassumere col termine "green" si colloca al terzo posto, suscitando maggiormente l'attenzione e la sensibilità del turista straniero.

Fiere, congressi e convegni rappresentano un'altra opzione molto frequente (per quasi il 10% dei turisti italiani e il 13% degli stranieri), coerentemente con la vocazione *business* del capoluogo e delle province del nord della regione.

Le degustazioni eno-gastronomiche, sono infine attrattori "trasversali", per ogni tipo di utenza e per ogni periodo dell'anno.

Anche le motivazioni della vacanza sono estremamente multiformi nelle dichiarazioni degli intervistati e direttamente riconducibili al panel delle attività svolte. Quelle legate alle bellezze naturali e alle esigenze di lavoro sostanzialmente rivestono la medesima importanza e si collocano ai primi posti. Seguono per gli stranieri lo shopping e la fruizione del patrimonio artistico e per gli italiani lo sport e la vicinanza ai luoghi di residenza.

E' rilevante osservare che:

- La percentuale di italiani mossa da obiettivi di turismo commerciale nel 2008 è salita al 10.5% dal 4%-7%.del 2007
- Circa il 2% degli italiani e il 1.5% degli stranieri è spinto in Lombardia da motivazioni di tipo religioso o con obiettivi di pellegrinaggio.
- Quasi il 3% insegue obiettivi legati al *wellness* o al *fitness*

#### **...ma non del tutto adeguato qualitativamente...**

Intervistati in merito al loro giudizio sulla qualità dell'offerta turistica, gli utenti del territorio lombardo valutano positivamente la qualità dell'offerta enogastronomia (7.6 il voto medio), l'ospitalità (7.4), la pulizia e l'accoglienza del luogo e degli alloggi (7.3) e l'offerta culturale (7.3). Ancora più indicativo è il voto più che discreto attribuito alla "offerta turistica nel suo complesso" (7.4). Emergono tuttavia alcuni elementi di evidente criticità riguardanti tra l'altro le informazioni turistiche (7), il rispetto per l'ambiente (6.9), il traffico (6.5) e l'organizzazione del territorio (6.9).

### **..il che suggerisce una ricalibrazione delle strategie...all'insegna del concetto di filiera...**

L'antinomia tra un'offerta turistica complessiva che riscuote ampio apprezzamento e una organizzazione del territorio che invece suscita qualche perplessità costituisce il punto di partenza di una possibile riflessione di natura generale. Molti elementi sin qui acquisiti sembrano suggerire che il processo di sviluppo "estensivo" della gamma delle vocazioni e delle potenzialità lombarde abbia raggiunto probabilmente la maturazione e che ora si richieda altresì uno sviluppo di tipo intensivo, consistente principalmente, a nostro modo di vedere, nel potenziamento e nella integrazione delle filiere turistiche. Il ciclo di vita del turismo lombardo ha raggiunto una fase avanzata nella quale condizione necessaria e sufficiente per catturare nuovi spezzoni di domanda non è più il puro ampliamento dell'offerta (combinato con la valorizzazione delle vocazioni), ma il suo consolidamento nel nome dell'efficienza e della qualità del servizio complessivo.

Ciò è più che mai imprescindibile se si tiene conto che il turista fruitore di questo territorio, per motivazioni culturali, reddituali e professionali è un turista esigente e disposto a essere fidelizzato e a prolungare i tempi vacanza solo se adeguatamente "coccolato" e reso partecipe non tanto di un'offerta asettica, per quanto ramificata, ma di un vero e proprio sistema, una sorta di industria turistica complessiva i cui ingredienti siano sempre ben dosati e adeguatamente armonizzati. Questo turista non solo insegue solo il "tutto", ma il "tutto e bene"; ad esempio aspira a permanenze nelle quali le attività di tipo *business* siano alleggerite non mediante semplici diversivi, ma attraverso attività *leisure* coerenti con quelle professionali e intonate al suo profilo specifico, che si tratti di attività sportive, di *shopping*, o di digressioni naturalistiche.

Per questo motivo, le filiere turistiche non possono più essere soltanto sequenze di imprese, collegate da un rapporto cliente-fornitore o da un qualche schema orizzontale, ma devono riflettere una progettualità organica e condivisa, nonché differenziata sulla base delle caratteristiche dell'utenza e porsi nelle condizioni di offrire un mix turistico veramente "chiavi in mano".

Alcuni elementi diventano imprescindibili per lo sviluppo di questo processo, tra i quali la capacità di estendere le filiere anche a settori che usualmente non vengono associati al turismo in via immediata. In questo senso vanno intesi: l'impiego intensivo delle tecnologie (ad esempio quelle per la realizzazione di micro-guide personalizzate inviabili via *smartphone*), l'attenzione ai temi della eco-sostenibilità, l'agilità delle strutture di collegamento a corto raggio, la capillarità dei punti informativi e di assistenza e molti altri. Sono queste le linee portanti di un'ulteriore fase di sviluppo del turismo lombardo, che faccia seguito a quelle già incisive che sin dall'inizio del 21° secolo hanno condotto alla riqualificazione e alla diversificazione dell'offerta, alla creazione dei Sistemi Turistici e alla messa a sistema delle progettualità e dei patrimoni di investimento pubblico e privato.

Su questo fronte il 2008 e il 2009 sono stati anni importanti anche per quanto riguarda l'impegno dell'Attore pubblico: alcune iniziative, sia di matrice regionale, sia e soprattutto camerale e Unioncamerale, hanno proprio posto l'attenzione sulla individuazione di filiere turistiche "naturali", in quanto espressione di un patrimonio imprenditoriale già attivo e operante sul territorio, e sulla definizione di strategie finalizzate al consolidamento di tali filiere e alla massimizzazione della loro efficienza operativa. Come era facile prevedere in un contesto così variegato come quello lombardo, il processo ha favorito l'emersione di una enorme gamma di potenziali filiere turistiche rispetto alle quali è in corso tuttora una rilevante attività di monitoraggio e ricostruzione. Alcuni "punti fermi" tuttavia sono stati individuati, anche nell'ottica di una profonda integrazione con le finalità a loro tempo definite nell'ambito dei Sistemi Turistici di riferimento, e hanno alimentato un set di "azioni

pilota” orientate allo sviluppo della competitività e all’integrazione delle attività imprenditoriali nel settore del turismo.

Le realtà territoriali che abbiamo imparato a conoscere come più diversificate e dinamiche e che sanno combinare efficacemente offerta *business* con offerta *leisure* hanno scommesso sullo sviluppo e il potenziamento di filiere operanti nel campo del turismo congressuale. Bergamo e Varese sono protagoniste di questo processo, pur avendo connotato le proprie progettualità in modo differente: Bergamo ha puntato i riflettori su un turismo congressuale connotato nei contenuti (tematiche collegate con il turismo religioso, commerciale, e culturale, accanto alla usuale congressualità d’affari) e fortemente supportato da una consistente attività di promozione; Varese ha invece optato per lo sviluppo di nuove modalità di svolgimento e realizzazione di eventi congressuali il cui filo conduttore è il concetto di eco-sostenibilità da applicarsi non solo alle strutture coinvolte e all’organizzazione dei Convegni medesimi, ma anche al contesto in cui gli eventi si sviluppano fino a concepire Varese come territorio “green” per eccellenza.

Le aree di Como e Lecco cavalcano il Brand trainante del “Lago di Como”, valorizzando la filiera della turismo nautico (ricca anche di cantieri e produttori) e propongono la riedizione di un “Portolano” della navigazione lacuale, con l’idea di raccordare l’iniziativa ad altri circuiti turistici di pregio del territorio, tra cui quelli naturali e della ristorazione.

Il territorio pavese sta lavorando su un progetto trasversale, una sorta di filiera delle filiere, con l’obiettivo di integrare mini-segmenti di offerta (quello agroalimentare e quello culturale in prevalenza, ma anche quello cicloturistico, quello termale, quello connesso con la fruizione del Po e dei suoi *asset*) nel nome di una “fruizione lenta del territorio”. Al territorio inteso nel senso più “hard” si ricollega anche la progettualità della neonata provincia di Monza-Brianza (insieme a Lecco) che sta lavorando sullo sviluppo dell’asse enogastronomico secondo un’ottica nella quale il concetto di “filiera corta” sia fedelmente rispettato anche attraverso il coinvolgimento e la messa in rete di produttori agricoli, distributori alimentari, ristoratori e organizzatori di eventi dedicati all’enogastronomia di qualità; agroalimentare e natura sono le parole chiave di questo progetto.

Lodi e Cremona scommettono, al contrario, su ipotesi fortemente specializzate. La prima apre ad una forte iniziativa di sviluppo del turismo ciclistico, facendo leva sulla propria dotazione di piste e su un contesto adeguato in quanto poco urbanizzato e pianeggiante, e pertanto godibile anche dal cicloturista amatoriale; tra gli obiettivi quelle di estendere la filiera anche agli imprenditori della ricettività business al fine di integrare sapientemente momenti d’affari con momenti ludici. Cremona, fa leva sulla propria tradizione e scommette sul turismo avente motivazioni e obiettivi connessi con la passione per la musica: si tratta di un progetto destinato a combinare “rami” importanti del tessuto imprenditoriale locale in un mix che tiene insieme, tra l’altro, imprese della ricettività, imprese culturali, imprese dell’intrattenimento e produttori di strumenti musicali.

### **...e anche la promozione è chiamata a svolgere un ruolo nuovo e diverso...**

Tra il 2007 e il 2008 la quota di Tour Operator europei che ha venduto la regione Lombardia è drasticamente diminuita passando dal 62% al 35%. Ridimensionata anche la quota che si rivolge ai turisti americani (dal 79% al 60%). Solo in parte questo trend è stato controbilanciato da una maggiore apertura ai mercati del Giappone e soprattutto dell’India. Maggiormente praticate sono la “vendita” delle città d’arte lombarde (per il 59% dei T.O.) agli utenti americani e indiani, la vendita di itinerari ai turisti giapponesi (25%), il lago (38%) a europei e americani e il segmento *business* indifferenziatamente a tutti i fruitori. Varese, Pavia, Sondrio e Lodi sono le province meno vendute dai T.O.; Milano, Como e Brescia le più vendute, anche grazie al fatto di godere di un *brand* affermato.

Ignorare questa dinamica di complessivo arretramento potrebbe avere conseguenze preoccupanti: per quanto le Agenzie tradizionali siano state affiancate da altri canali di commercializzazione e organizzazione della vacanza, più del 23% dei turisti stranieri continua infatti ad affidarsi ad esse.

Occorre pertanto un cambio di passo:

- rafforzando sul nostro territorio il ruolo delle Agenzie di Incoming che rappresentano un anello fondamentale di un'efficace filiera turistica.
- Aggiungendo alla promozione delle Province e dei Prodotti tradizionali quella dei Sistemi Turistici che possono più facilmente proporsi come “brand” e risultare visibili al turista per effetto di una offerta turistica meglio integrata.
- Intensificando le attività (non solo strettamente commerciali) di divulgazione del prodotto negli eventi fieristici
- Realizzando accordi commerciali con località straniere che si caratterizzano per complementarità dell'offerta.

## 7. Conclusioni

Nelle intenzioni, peraltro dichiarate, di questo Osservatorio sul turismo e i Sistemi turistici in Lombardia, vi è sempre stata e con un peso prevalente quella di esaminare criticamente le informazioni statistiche in nostro possesso al fine di elaborare alcune proposte di policy e di supporto allo sviluppo della Lombardia come regione turistica.

Peraltro, i gradi di libertà disponibili sul fronte delle strategie di sviluppo sono in un certo senso limitati; la Lombardia è territorio “maturo” sul fronte turistico e in un ipotetico ciclo di vita del prodotto ha raggiunto verosimilmente fasi molto avanzate di crescita, sviluppo e consolidamento.

Molti sono i fronti su cui l'interazione tra iniziativa privata e ruolo dell'attore pubblico sono già intervenuti: l'ampliamento e la diversificazione dell'offerta, la riqualificazione dei servizi al turista, il superamento della vecchia ottica centrata su monoproducti tradizionali, la riduzione della stagionalità, l'individuazione di ambiti omogenei e caratterizzati da progettualità condivise.

La sensazione prevalente che chi scrive ha tratto dalle pagine precedenti è che l'ultimo possibile salto di qualità sia legato alla capacità di rendere tridimensionale l'approccio (anche di *policy*) alle problematiche del turismo.

Oggi l'immagine che sembra emergere è quella di una “figura piana” a due dimensioni: da un lato quella territoriale e dall'altro quella progettuale.

Territorio significa vocazioni, prodotti, ambiente, specificità; si tratta di variabili concettuali che sono state diffusamente e capillarmente esplorate fino a generare ambiti turistici omogenei, delineati, chiaramente connotati, robusti per vocazioni e per spettro di offerta.

Sugli “ambiti” è stata innestata la dimensione progettuale; la nascita dei Sistemi turistici rappresenta il punto d'arrivo di questo processo e dà vita a realtà che superano i confini territoriali e fisici per farsi spazi di fruizione del territorio inteso come capitale sociale, ossia nelle sue multiformi implicazioni turistiche. I Sistemi fanno cioè da ponte tra l'offerta, espressa dagli “ambiti” e la domanda declinata per segmenti: *business* piuttosto che *leisure* e, più nel dettaglio, domanda di turismo sportivo, commerciale, ambientale, religioso, artistico, congressuale eccetera.

Dimensione territoriale e dimensione progettuale evocano oggi una terza dimensione, quella imprenditoriale. Non si tratta solo di immaginare le imprese del turismo come “ingredienti” del territorio, piuttosto che “semplici” animatrici di progettualità; si tratta altresì di fare delle imprese la leva strategica per rendere plastica la figura piana. Se gradi di libertà residui vi sono è qui che vanno cercati: nella capacità di trasformare costellazioni, anche pregiate, di imprese sparse in filiere, secondo una visione del concetto di filiera che sia adeguata alle spinte della domanda. Non più solo i comparti che fanno del turismo il loro *core business* o che ad esso sono collegati organicamente, ma anche quelle realtà produttive, apparentemente distanti, che allo sviluppo del turismo possono invece portare un significativo valore aggiunto.

Come già enfatizzato nel corpo di questo rapporto alcuni esempi possono essere illuminanti.

- I comparti delle tecnologie informatiche possono fornire *input* qualificanti per arricchire il servizio al turista: pensiamo alla possibilità, già esplorata ma solo timidamente, di realizzare, tramite *software* specifici, microguide personalizzate che a richiesta dell'utente vengono generate in tempo reale e inviate tramite *smartphone*.

- I comparti legati al recupero e allo smaltimento dei rifiuti, nonché alla manutenzione degli *asset* ambientali e al risparmio energetico non sono soltanto strumentali a rendere “bello, attraente e pulito” il territorio, ma possono diventare “marchi” strategici per ricostruire l’immagine e il profilo di mercato del territorio stesso.
- Il comparto della mobilità a corto-medio raggio, di cui molto meno si parla rispetto al tema delle grandi opere infrastrutturali, ha valenza cruciale per consentire al turista di massimizzare la fruizione di attività e luoghi senza modificare la propria base logistica e con evidente risparmio di tempi e di costi
- Il comparto delle società di servizi operanti nell’ambito della sicurezza è fondamentale per garantire il godimento sereno del soggiorno, incrementare l’attrattività e la qualità percepita e fidelizza meglio categorie di turisti caratterizzati da alta propensione alla spesa.

Si potrebbe continuare ma il segnale è chiaro: lo sviluppo e la valorizzazione di ambiti territoriali e Sistemi turistici possono avere successo solo se accompagnati da politiche di rafforzamento delle filiere turistiche. Una concezione estesa di filiera, che oltrepassi l’ovvia e limitativa giustapposizione di strutture ricettive, ristorazione, trasporti, esercizi culturali, ricreativi, sportivi, e patrimonio ambientale, per aprirsi anche a settori apparentemente tangenziali è la sola strada per fornire al visitatore un prodotto/servizio turistico veramente “chiavi in mano” e dare un contributo significativo alla sola voce rispetto alla quale i turisti esprimono tuttora un giudizio critico, quella della organizzazione del territorio.