

LOMBARDIA

2010

RAPPORTO DI LEGISLATURA

FOCUS

**BERGAMO
DA CITTÀ INDUSTRIALE
A POLO TURISTICO**

Andrea Macchiavelli

2003

2004

2005

2006

2007

2008

2009

2010

FOCUS
**BERGAMO DA CITTÀ INDUSTRIALE
A POLO TURISTICO**

Andrea Macchiavelli

LOMBARDIA 2010

RAPPORTO DI LEGISLATURA



**GUERINI
E ASSOCIATI**

Indice

1.	Un breve scenario storico	1
2.	Il declino del turismo di vacanza	2
3.	Lo sviluppo del volo low cost e la nascita di una funzione turistica della città	5
4.	I turisti dell'aeroporto di Orio al Serio	8
4.1.	Il profilo del turista	8
4.2.	La provenienza	9
4.3.	Il motivo del viaggio	10
4.4.	La destinazione	11
4.5.	La permanenza e il pernottamento	12
4.6.	La spesa e la segmentazione del mercato	13
	Considerazioni conclusive	15
	Bibliografia	18

1. Un breve scenario storico

Fino agli anni Ottanta la provincia di Bergamo era conosciuta dai turisti soprattutto per le località montane delle Valli Bergamasche e, in misura minore, per quella sponda del Lago di Iseo che le appartiene. Un turismo di prossimità almeno nelle valli, dal momento che la maggior parte dei vacanzieri era (come oggi del resto) proveniente dalla Lombardia, soprattutto da Milano e dintorni. Foppolo, la Presolana, Selvino sono località che hanno fatto la storia dello sci in Italia, tra le prime stazioni sciistiche affermatesi sin dall'inizio del secolo scorso, quindi prima ancora che il turismo sciistico diventasse un fenomeno di massa (Bartaletti, 1994).

Con lo sviluppo del turismo estivo, negli anni del boom economico, gran parte delle località delle valli bergamasche sono diventate ridenti località di villeggiatura, favorite dalla vicinanza con Milano e con le altre popolose province lombarde. Proprio la facile accessibilità ha favorito, oltre al nascere di alberghi di piccola dimensione, lo sviluppo degli appartamenti turistici, per lo più di proprietà di non residenti e quindi destinati a uso di seconda casa; uno sviluppo che, malgrado la ormai elevata urbanizzazione delle valli e lo scarso utilizzo degli alloggi turistici, non è ancora cessato.

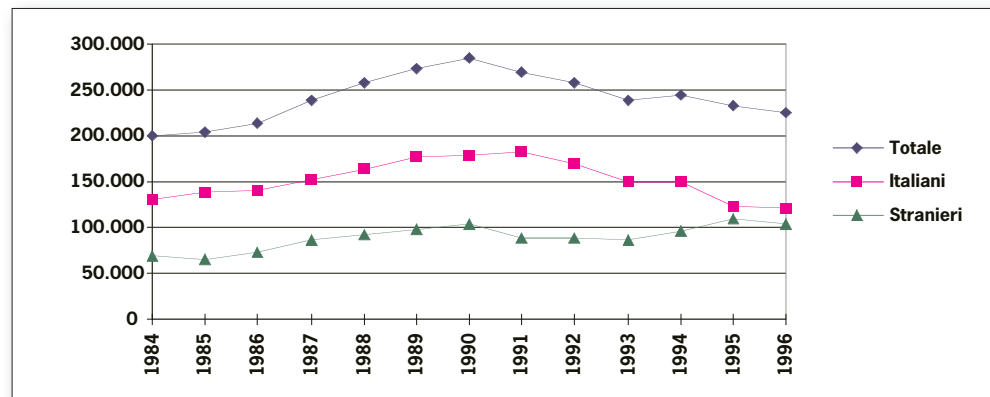
Anche l'area, modesta sotto il profilo dimensionale, del Lago d'Iseo e del vicino Lago d'Endine è sempre stata un'area di vacanza e villeggiatura, anche se con caratteristiche in parte diverse; trattandosi di un contesto lacuale ha attratto anche una quota significativa di turisti stranieri, in buona parte attraverso i numerosi campeggi della zona.

Per quanto riguarda la città di Bergamo, va invece rilevato che sebbene sia sempre stata una città d'arte di grande valore, più ricca di opere monumentali e pittoriche di tutte le altre province lombarde, la sua attrazione «turistico-culturale» è stata tutto sommato modesta, decisamente inferiore alle sue potenzialità e a quanto si è verificato in altre città simili, pur con risorse minori. La città (in particolare il centro storico di Città Alta) è sempre stata particolarmente curata, costantemente restaurata dove necessario e quindi resa bella; ma a indurre tale attenzione non è stata la preoccupazione turistica, quanto l'interesse dei suoi abitanti per la propria città.

Più evidente invece è la sua funzione «escursionistica», ovvero la capacità di attrarre visitatori, dalle province vicine o dalle località di vacanza, per la durata di mezza o una giornata, fenomeno che continua ancora oggi.

In realtà a Bergamo, così come nei comuni limitrofi, i turisti non sono mancati, ma si è trattato principalmente di turismo business, ovvero di un turismo generato da uno sviluppo produttivo che nel corso del secondo dopoguerra è diventato sempre più importante, che si è esteso a tutta la pianura bergamasca, che ha sviluppato intense relazioni con l'estero e che quindi ha generato movimenti crescenti di pernottamenti negli alberghi. Ma una volta raggiunto un tetto che potremmo definire «fisiologico», la consistenza di tali movimenti è rimasta più o meno sullo stesso livello, pur con alti e bassi di natura congiunturale, come evidenzia la figura 1.1.

Figura 1.1 Andamento delle presenze alberghiere a Bergamo città (1984-1996)



Fonte: Pro Universitate Bergomensis su dati APT Bergamo

Una ricerca effettuata nel 1996 per iniziativa di Uniocamere Lombardia con indagine diretta presso i turisti (Gruppo Clas, 1996) metteva in evidenza che il turismo di Città Bassa era un turismo decisamente industriale, mentre il turismo *leisure* tendeva a concentrarsi in Città Alta, ma in quantità di gran lunga minore. In Città Alta, infatti, vi erano allora pochissimi alberghi (tre o quattro) e di piccola dimensione. Non solo, il dato più interessante è che tra le due aree non vi era quasi nessuna interazione sotto il profilo turistico; ovvero che i turisti *leisure* mostravano scarso interesse per le pur interessanti opere culturali di Città Bassa (con eccezione solo dell'Accademia Carrara) e che i turisti business soggiornanti in Città Bassa, pur considerando interessante la città, non ne fruivano dal punto di vista culturale.

Nella sostanza Bergamo è sempre stata primariamente una città industriale, come del resto gran parte del suo territorio; ancora oggi quasi la metà della ricchezza prodotta in provincia proviene dall'industria ed è quindi comprensibile che il turismo non abbia mai suscitato grandi attenzioni e interessi. È molto diffusa tra gli addetti ai lavori l'opinione secondo la quale il territorio nel suo insieme abbia sempre espresso una scarsa sensibilità al turismo e alle sue prospettive di contributo alla crescita e alla qualificazione del tessuto economico. A questa motivazione economica se ne aggiunge un'altra di natura culturale: la forte tradizione religiosa del territorio ha nel passato portato a vedere nel turismo un pericolo per la salvaguardia del tessuto sociale della provincia e quindi a non incentivarlo al fine di evitare i probabili «inquinamenti» culturali che un accentuato interscambio con aree più secolarizzate avrebbe potuto portare.

2. Il declino del turismo di vacanza

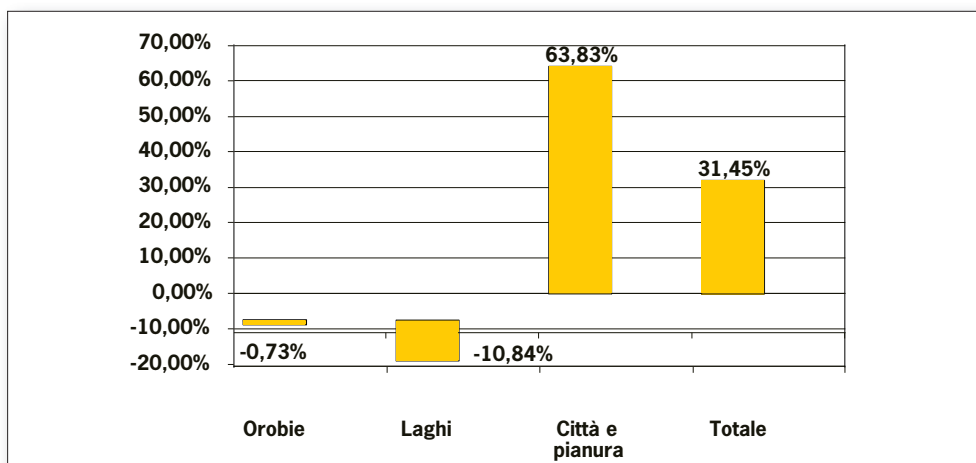
Lo scenario che abbiamo sommariamente descritto è oggi sensibilmente mutato. Per quanto riguarda il turismo vacanziero delle valli bergamasche, sono

cambiate le aspettative dei turisti nei confronti delle località montane, in estate, ma ancor più in inverno. Il tempo di permanenza medio si è notevolmente ridotto a favore di una moltiplicazione delle vacanze e la prospettiva della «villeggiatura» (un lungo periodo trascorso in un luogo diverso da quello abituale), che aveva caratterizzato il turismo delle località orobiche, non costituisce più un comportamento diffuso, neppure per coloro che possiedono la seconda casa. L'ampliamento dell'offerta, la forte concorrenza che proviene da luoghi anche lontani, facilmente raggiungibili anche a prezzi contenuti e la crescente domanda di varietà di attrazioni e di qualità dei servizi hanno portato a un evidente declino le località orobiche, dal momento che queste non hanno saputo sufficientemente rinnovare la loro offerta.

In inverno poi il gap delle località bergamasche con le più attrezzate stazioni sciistiche dell'arco alpino è diventato sempre più evidente. Alcune di queste (per esempio Selvino) non avevano le condizioni di altitudine per far fronte alle annate con scarsità di neve a bassa quota e comunque dappertutto sono mancati sufficienti investimenti per far fronte al necessario rinnovo degli impianti e all'esigenza di neve artificiale. Quando si è conclusa la fase di sviluppo dell'offerta turistica invernale e le località sciistiche sono state chiamate a rispondere a un'esigenza di organizzazione, di maggiore dimensione delle aree sciabili, di varietà e di qualità dei servizi, le località sciistiche delle valli bergamasche non hanno trovato le condizioni per rispondere alle aspettative della clientela e sono rimaste irrimediabilmente al passo rispetto alle più forti stazioni dell'arco alpino; in un mercato sciistico che ormai può considerarsi saturo, la perdita di competitività dell'offerta turistica invernale era inevitabile e il calo delle presenze è stato molto sensibile (Battilani, 2009).

Basti osservare che nel corso del decennio 1998-2008 (fig. 2.1), pur a fronte di un incremento complessivo delle presenze in provincia del 31,5%, le presenze nell'area delle Orobie bergamasche sono rimaste sostanzialmente im-

Figura 2.1 L'evoluzione dei flussi turistici nelle aree bergamasche



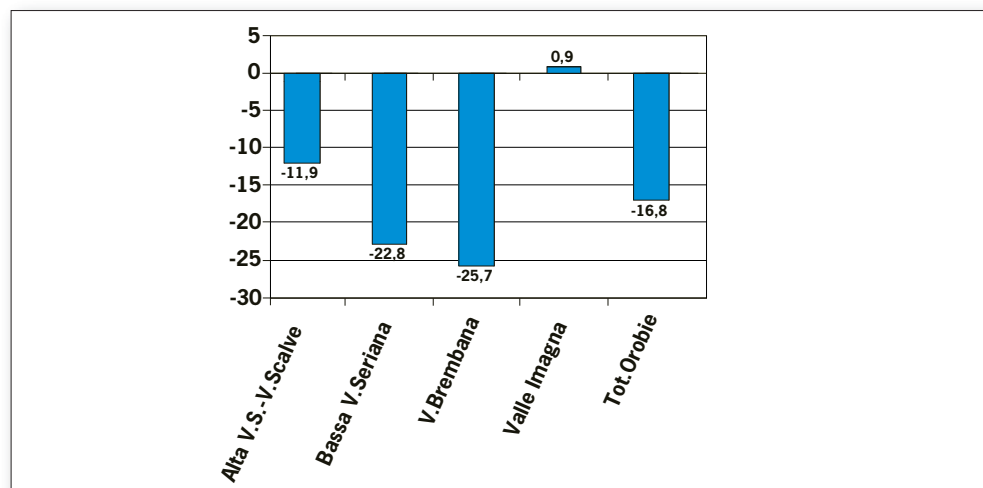
Fonte: Osservatorio Turistico Provincia di Bergamo

mutate (-0,73%), segno di un declino avvenuto in anni precedenti e di un mancato recupero negli anni del maggiore incremento dei flussi turistici in provincia (le aree citate fanno riferimento ai Sistemi Turistici riconosciuti dalla Regione Lombardia, il cui insieme copre l'intero territorio provinciale).

Il fenomeno è peraltro ancora più evidente se si considerano le strutture alberghiere.

Dal 1998 a oggi la Valle Brembana ha perso un quarto dei posti letto alberghieri a seguito della scomparsa di 16 unità, la Bassa Val Seriana (dove la maggiore località turistica è Selvino) ha visto un decremento di poco inferiore, con la perdita di quasi la metà delle strutture alberghiere, mentre l'Alta Val Seriana-Val di Scalve ha registrato un decremento meno forte con una riduzione dei posti letto alberghieri dell'11,6% (fig. 2.2). L'unica area che non registra decrementi è quella della Valle Imagna, che essendo, nella sua parte bassa, a forte vocazione industriale, risente di una domanda turistica business. Complessivamente, nelle Orobie le strutture alberghiere si sono ridotte solo nell'ultimo decennio (altre consistenti riduzioni si erano verificate prima) di 34 unità con una perdita del 16,8% dei posti letto.

Figura 2.2 La riduzione dei posti letto alberghieri nelle Valli Bergamasche (1998-2009)



Fonte: Osservatorio Turistico Provincia di Bergamo

All'origine di questo declino vi è peraltro l'abnorme sviluppo di appartamenti turistici, in larga prevalenza seconde case, essendo la quota di appartamenti destinati all'affitto decisamente minore. La ragione sta nello scarso utilizzo di queste strutture, molte delle quali vengono acquistate più con l'obiettivo di effettuare un investimento immobiliare che per una effettiva fruizione. La loro esistenza comporta per le Amministrazioni locali la necessità di dotare il territorio di infrastrutture e servizi adeguati al numero dei posti letto esistenti, ma il loro utilizzo è essenzialmente concentrato nei periodi di punta (vacanze natalizie e agosto), il che determina una domanda insufficiente a ga-

rantire l'esistenza di servizi complementari e di servizi ricreativi, che al più nascono in forma provvisoria nei periodi di maggiore afflusso di turisti. La mancanza di servizi (spesso addirittura di negozi per i generi di prima necessità) scoraggia la presenza di turisti anche nelle strutture ricettive alberghiere, che infatti risentono del declino della località e tendono a ridurre gli investimenti, costringendo le più deboli a uscire dal mercato (Macchiavelli e Colombo, 2007). Al proposito è emblematico il caso di Foppolo, una delle più note località turistiche delle Alpi Orobie, dotata altresì di una discreta infrastrutturazione sciistica. Alla fine degli anni Settanta era una rinomata stazione sciistica, dotata di 12 alberghi di buona qualità per un totale di circa 400 camere; oggi nel solo comune di Foppolo vengono stimati 1.500 appartamenti turistici (circa 5.000 nell'intero comprensorio sciistico), mentre solo 5 sono gli alberghi rimasti per un totale di circa 100 camere, delle quali solo il 40% in alberghi a tre stelle e il restante in alberghi di categoria inferiore.

L'esistenza e soprattutto lo scarso utilizzo degli appartamenti turistici condiziona quindi fortemente la vitalità turistica delle valli, anche se non sembra essere efficacemente contrastata dagli operatori e dagli amministratori locali, visto che lottizzazioni immobiliari destinate ai non residenti continuano ancor oggi a moltiplicarsi.

Come si constata dalla figura 2.1, l'offerta turistica dei laghi (area Sebino, Endine, Val Cavallina) non versa in condizioni migliori. In questo caso il calo delle presenze nell'ultimo decennio è stato di oltre il 10% con tuttavia una perdita di posti letto solo del 3,3%. Qui è in atto soprattutto un cambiamento del tipo di turismo e a risentirne sono state principalmente le strutture extralberghiere (campeggi soprattutto), che hanno ospitato, per ragioni di mercato, sempre meno tedeschi, abituali frequentatori dell'area, e che non hanno saputo adeguare la loro offerta qualitativa alle esigenze dell'attuale turista *open air*.

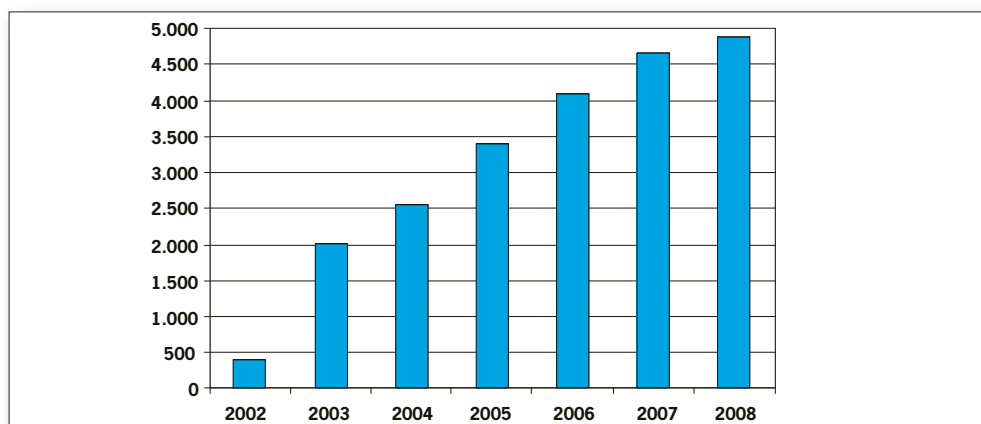
3. Lo sviluppo del volo low cost e la nascita di una funzione turistica della città

L'aeroporto di Orio al Serio apre il traffico all'aviazione civile nel 1972, ma è soltanto alla fine degli anni Novanta che comincia ad avere un'effettiva rilevanza nel traffico passeggeri nazionale, prima grazie ai voli charter e poi sempre più ai voli low cost.

È infatti agli inizi degli anni 2000 che il volo low cost comincia a svilupparsi in tutta Europa, per effetto della crescente deregolamentazione nel trasporto aereo, del conseguente affermarsi di un modello di volo caratterizzato dal trasferimento *point to point* tra città con popolazione sufficiente a garantire il riempimento degli aeromobili e dall'affermarsi di nuovi modelli di gestione di compagnie aeree, sempre più totalmente private (Siciliano e Vismara, 2007). L'aeroporto di Orio al Serio, ubicato a ridosso del capoluogo e a 50 km da Milano, nasce come aeroporto internazionale di *Milano-Orio al Serio* (denominazione che porta tuttora), andandosi ad aggiungere ai già operanti aeroporti di

Linate e di Malpensa, che alla fine degli anni Novanta avrebbe dovuto assumere il ruolo di aeroporto hub del Nord Italia. Le compagnie low cost riconoscono nell'aeroporto di Bergamo l'infrastruttura ideale, data la vicinanza con Milano, per i collegamenti con la metropoli lombarda e il non congestionamento delle piste favorisce questa strategia, che la compagnia di gestione dell'aeroporto (SACBO) e le Amministrazioni locali favoriscono. Soprattutto Ryanair, principale compagnia low cost europea con base operativa in Gran Bretagna, potenzia i propri collegamenti con Bergamo che nel 2003 diventa base italiana della Compagnia. Da allora la crescita del movimento passeggeri low cost dell'aeroporto di Orio è stata costante, come mostra la figura 3.1, e oggi costituisce il 97% della totalità dei passeggeri dell'aeroporto (ICCSAI, 2008).

Figura 3.1 Evoluzione passeggeri low cost nell'aeroporto di Orio al Serio (2000)



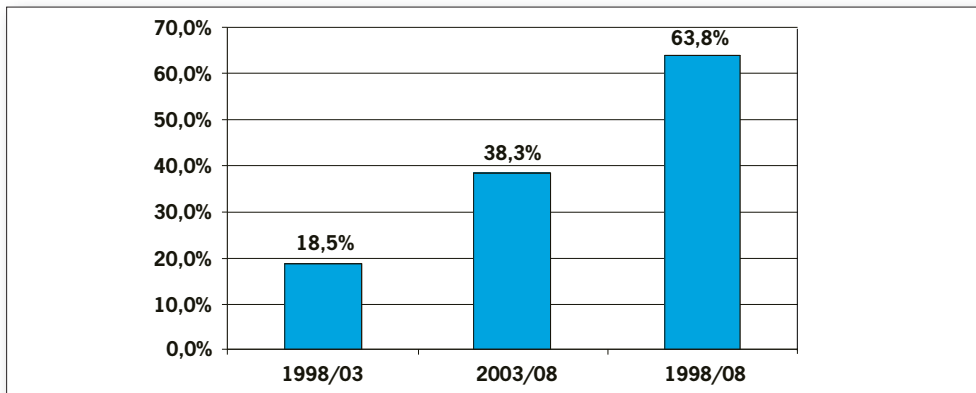
Fonte: SACBO

Nel paragrafo successivo vedremo chi sono questi passeggeri; ora ci soffermiamo sulle implicazioni turistiche che tale crescente flusso ha determinato.

Si è già avuto modo di evidenziare (fig. 2.1) come l'area della città e della pianura abbia fatto registrare un tasso di incremento delle presenze del 63,8%. Tale incremento si è verificato, come si vede nella figura 3.2, in misura maggiore a partire dal 2003, in piena coincidenza con lo sviluppo dei voli low cost dell'aeroporto di Orio. Inoltre se si va ad analizzare la composizione tra italiani e stranieri, si constata che, mentre nell'intera provincia gli italiani sono aumentati dal 2000 al 2008 soltanto del 10% circa, gli stranieri hanno fatto registrare un aumento di ben il 72%.

Nella sostanza, il forte incremento delle presenze turistiche è da attribuire soprattutto agli stranieri e si concentra nell'area della città e della pianura. Così, mentre in quest'area nel 2000 gli stranieri rappresentavano circa il 25% del totale delle presenze, oggi rappresentano circa il 35%; nel perimetro cittadino, poi, l'incidenza degli stranieri supera il 60%. È evidente come all'origine di queste recenti dinamiche vi sia l'aeroporto di Orio con il grande sviluppo che lo ha caratterizzato nell'ultimo decennio.

Figura 3.2 Variazione presenze turistiche in città e pianura per periodi



Fonte: Osservatorio Turistico Provincia di Bergamo

Lo sviluppo della funzione turistica nell'area della pianura è d'altra parte ben testimoniato dalla dinamica delle strutture ricettive in città o nei comuni limitrofi. Complessivamente la pianura ha perso qualche posto letto dal 2000 a oggi, e ciò dipende dalla chiusura di strutture obsolete nei comuni marginali. In città e nei comuni adiacenti, invece, la ricettività alberghiera è cresciuta, con la nascita di hotel anche di grandi dimensioni, mentre recentemente sono state avanzate nuove richieste di apertura. Complessivamente il sistema alberghiero è in forte trasformazione con la chiusura di piccole strutture obsolete e l'apertura di nuove più adeguate alla domanda attuale. È significativo che in città e nel circondario siano sorti alberghi a tre stelle o a quattro stelle, ma compatibili con la domanda *leisure* indotta dall'aeroporto. Precedentemente la domanda business aveva orientato l'offerta alberghiera su una domanda di fascia alta, poco adatta al turista culturale.

Altrettanto significativo e chiaramente indotto dal turismo dei voli low cost dell'aeroporto, è lo sviluppo dei bed&breakfast, una formula precedentemente inesistente. Nel 2002 in tutta la provincia i b&b erano circa 20; ora hanno raggiunto il numero di circa 130, localizzati prevalentemente in città o nei dintorni. Si è trattato di una risposta spontanea del mercato alla domanda di una forma di ricettività più economica portata dal turismo internazionale dei voli low cost, pressoché inesistente quando in città era quasi esclusivo il turismo d'affari.

Dei flussi turistici indotti dall'aeroporto ha quindi finora goduto sostanzialmente la città; qualche segnale di impatto sulle aree esterne (Orobic e Laghi) in realtà vi è stato e qualche anno fa - in particolare nel 2007 (Osservatorio turistico della Provincia di Bergamo, 2008) - quando sembrava fosse avviato un processo di diffusione degli effetti positivi indotti dall'aeroporto sul territorio, ma gli anni successivi, per effetto forse della crisi economica, non hanno confermato questa tendenza. In realtà sia nelle aree montane che sul Lago d'Iseo, si avverte la presenza di turisti stranieri giunti sul territorio attraverso l'aeroporto, ma si tratta di numeri contenuti, non sufficienti a compensare cali derivanti da altri fattori; in montagna il fenomeno si verifica esclusivamente in

inverno, grazie ad alcuni movimenti legati allo sci, mentre sul lago si avvertono movimenti soprattutto nelle stagioni intermedie.

A fronte del significativo sviluppo turistico fatto registrare dalla città e dai comuni dell'hinterland, la reazione degli stakeholder locali è stata sostanzialmente spontanea ed è quindi mancata una vera e propria strategia basata sull'aeroporto come attrattore principale dei nuovi flussi turistici. Come già si è visto, il mercato ha reagito secondo le sue naturali dinamiche, producendo, dove possibile, servizi e ricettività adeguata ai nuovi turisti; anche le strutture di promozione e commercializzazione locale (per esempio Turismo Bergamo, una società a maggioranza pubblica costituita a questo scopo) si sono inserite nel processo e hanno cominciato a privilegiare i Paesi di provenienza dei maggiori flussi turistici, abbandonando le politiche di inseguimento dei nuovi mercati dell'est europeo che erano state sviluppate dalla fine degli anni Novanta (Macchiavelli, 2004) e che non avevano dato i frutti sperati.

Lo sviluppo di questi anni può essere quindi considerato uno sviluppo essenzialmente spontaneo, dettato in primo luogo dal «passaparola», che, come è noto, costituisce la modalità promozionale di gran lunga più efficace di qualsiasi destinazione. I turisti che raggiungevano la Lombardia attraverso l'aeroporto di Orio al Serio si sono via via resi conto che quella destinazione che molti ritenevano essere la periferia di Milano, in realtà era una delle più belle città del Nord Italia e che valeva il tempo di una visita. Il passaparola è stato continuo, le azioni delle agenzie promozionali si sono allineate alle circostanze e così nel tempo si è formata una base sempre più consistente di turisti che hanno individuato in Bergamo una destinazione degna di visita seppure di breve durata.

Soffermiamoci sulle caratteristiche di questi turisti.

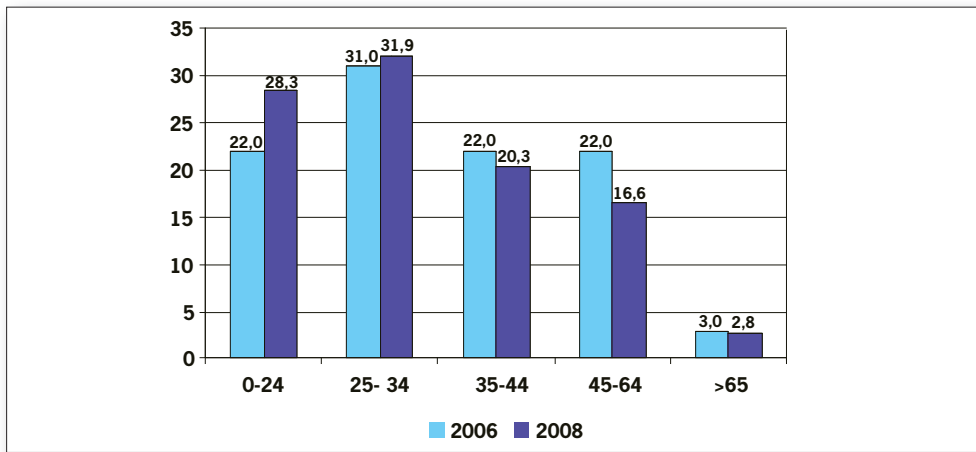
4. I turisti dell'aeroporto di Orio al Serio

Le informazioni che seguono provengono dall'Indagine sul Turismo Internazionale che viene effettuata annualmente dalla Banca d'Italia (già Ufficio Italiano Cambi), presso tutti i passaggi di frontiera e che interessa sia gli stranieri che giungono in Italia sia gli italiani che si recano all'estero. Si tratta pertanto di un'indagine approfondita che può contare su un campione di 2.000-2.500 casi all'anno, a seconda degli anni. Il CESTIT (Centro Studi per il Turismo e l'Interpretazione del Territorio) dell'Università di Bergamo ha potuto disporre dei dati relativi agli arrivi a Orio degli stranieri pernottanti (quindi i turisti) in più anni, grazie ai quali è possibile fare alcune considerazioni sull'evoluzione del fenomeno.

4.1. Il profilo del turista

Il turista che utilizza i voli low cost e che atterra a Bergamo è un turista prevalentemente giovane (fig. 4.1): oltre il 60% ha meno di 35 anni e oggi più di un terzo è composto da studenti. Come si vede, l'età tende addirittura ad ab-

Figura 4.1 Turisti in arrivo a Orio per fasce d'età (distribuzione %)



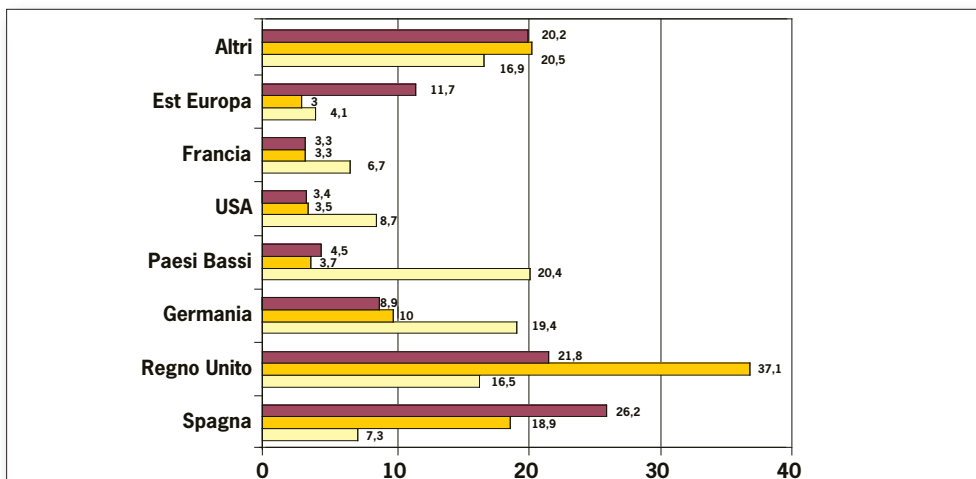
Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia

bassarsi e gli ultra 65enni non rappresentano che una percentuale irrisoria. I pensionati oggi non superano il 3,5%, mentre gli studenti sono aumentati del 10% rispetto al 2006. Tra coloro che si fermano a pernottare a Bergamo l'età media è ancor più bassa e sono praticamente inesistenti i senior.

4.2. La provenienza

La provenienza è conseguente alla disponibilità e al numero dei voli, anche se non va dimenticato che questi vengono attivati dove esiste un mercato quantitativamente adeguato a garantire il riempimento del volo.

Figura 4.2 Turisti in arrivo a Orio al Serio per Paesi di provenienza (distribuzione %)



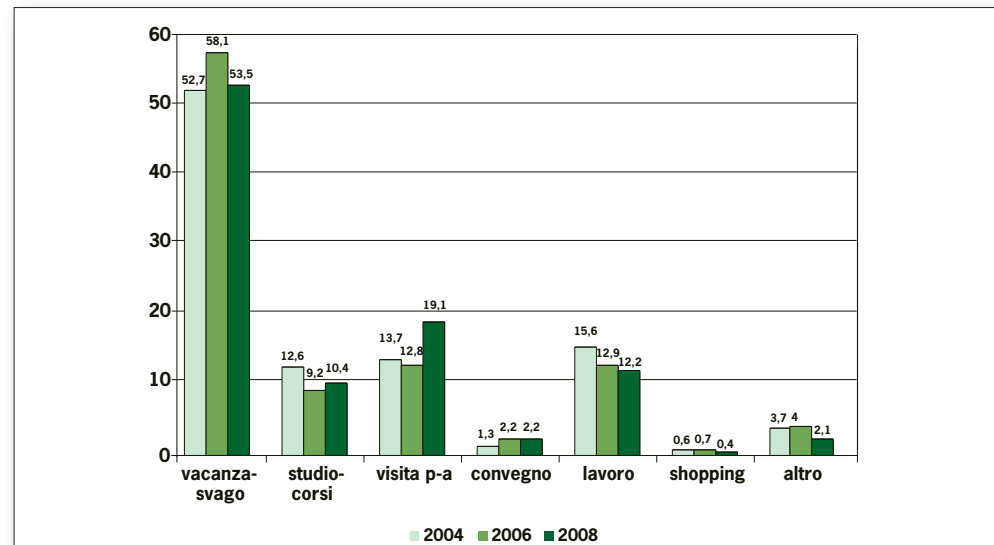
Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia

L'aeroporto di Orio vede la prevalenza di tre Paesi, verso i quali sono stati attivati i maggiori collegamenti (fig. 4.2). I turisti provenienti da Spagna, Gran Bretagna e Germania rappresentano quasi i tre quarti dei flussi in arrivo e Spagna e Gran Bretagna da soli superano il 60%. Come si vede della figura vi sono stati comunque significativi mutamenti nel corso degli ultimi anni: nel 2004 gli spagnoli non rappresentavano una componente significativa, mentre oggi rappresentano il primo paese di provenienza. La loro crescita è avvenuta inizialmente in sostituzione della componente tedesca e poi di quella britannica. I britannici peraltro sono diminuiti anche in termini assoluti, soprattutto per effetto dell'indebolimento della sterlina nei confronti dell'euro. Tra le altre provenienze un dato importante è quello dei Paesi dell'Est europeo, considerati congiuntamente; la loro crescita in questi ultimi quattro anni è stata considerevole e va letta innanzitutto in relazione allo sviluppo dei collegamenti tra Bergamo e quei Paesi, dei quali i più rappresentati sono Polonia, Romania e Slovacchia.

4.3. Il motivo del viaggio

Le motivazioni del viaggio sono piuttosto stabili e non mostrano significative variazioni nel corso degli anni (fig. 4.3): poco più della metà sono coloro che vengono in Italia per motivi di vacanza esplicitamente dichiarata (72% città d'arte, 11% lago), mentre un 12-15% (a seconda degli anni) è la componente che utilizza il volo low cost per motivi di lavoro. Si noti che questa incidenza è molto simile a quella della generalità dei turisti internazionali (l'UNWTO indica il 15% nel traffico internazionale), il che significa che il volo low cost è ormai entrato nella prassi delle aziende e coinvolge anche l'opera-

Figura 4.3 Turisti in arrivo all'aeroporto di Orio per motivazione del viaggio (distribuzione %)



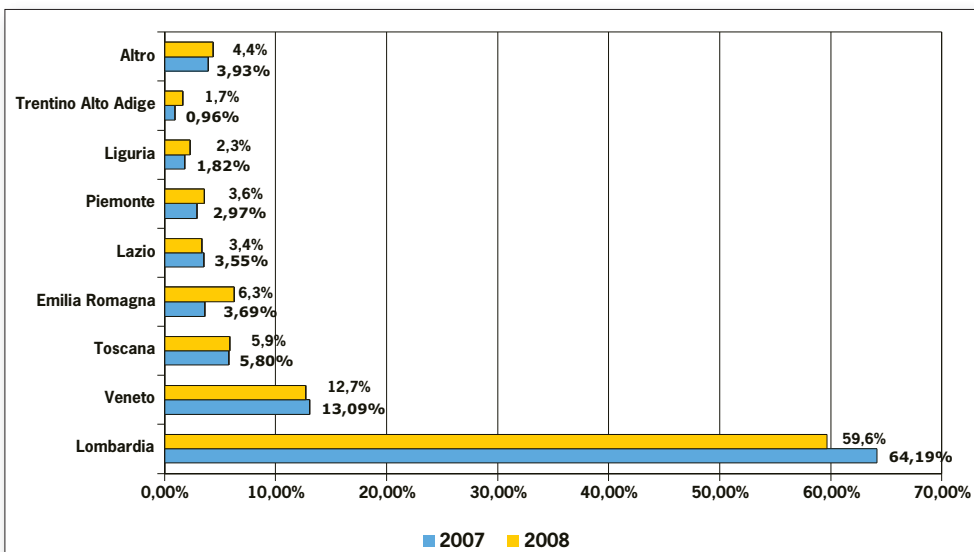
Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia

tore professionale. È particolarmente consistente la componente che viaggia per motivi di studio, che si aggira oggi attorno al 10%, coerentemente con la giovane età e l'alta incidenza di studenti. Altrettanto significativa è la componente di coloro che raggiungono parenti e amici e che nella maggior parte dei casi può essere considerata come una vacanza. Questa è proprio una caratteristica del volo low cost, il cui prezzo contenuto consente a molte persone di raggiungere con maggiore frequenza persone care; è l'intensità della mobilità che cresce e che determina una maggiore frequentazione di contesti ambientali e culturali diversi. È interessante notare che per coloro che pernottano a Bergamo la somma di coloro che vengono per vacanza e per visite a parenti e amici supera l'81%, confermando la vocazione pienamente turistica della città; in media sono coloro che viaggiano a Bergamo per lavoro (12,1%), mentre quasi inesistenti sono coloro che viaggiano per motivi di studio (2,5%).

4.4. La destinazione

Il 60% dei turisti che atterrano a Orio ha come destinazione la Lombardia, la restante quota altre regioni italiane (fig. 4.4), con chiara prevalenza del vicino Veneto (soprattutto per la presenza del Garda). Si noti che nell'arco di quattro anni la Lombardia ha incrementato la sua quota di quasi 15 punti percentuali; c'è da augurarsi che ciò dipenda anche dalla crescita dell'attrattività lombarda, ma è più realistico ritenere che sia opera della maggiore diffusione dei voli low cost in altre regioni italiane, che ha reso superfluo indirizzarsi al più attrezzato e consolidato aeroporto di Orio. Lo dimostra la diminuzione della quota di turisti diretti in Toscana, dovuta alla forte crescita in questi anni del movimento low cost nell'aeroporto di Pisa.

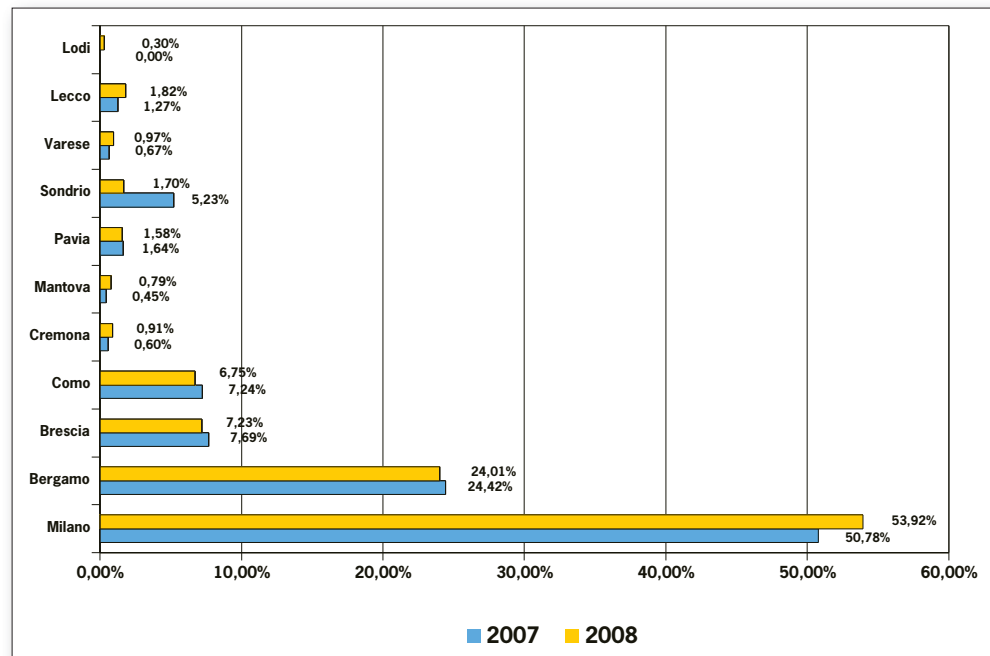
Figura 4.4 Turisti in arrivo a Orio per regione di destinazione (distribuzione %)



Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia

Di quel 60% che ha come destinazione la Lombardia, oltre la metà (fig. 4.5) ha come destinazione Milano; complessivamente quindi sono circa un terzo i turisti in arrivo a Orio con destinazione Milano. La seconda provincia di destinazione è proprio Bergamo con circa un quarto dei turisti diretti in Lombardia (14% del totale), che precede Brescia e Como, i cui laghi esercitano una forte attrazione sui turisti europei; Bergamo è peraltro l'unica destinazione che ha incrementato la propria quota negli ultimi quattro anni, a conferma dell'attenzione crescente riposta dai turisti per la città.

Figura 4.5 Turisti con destinazione la Lombardia, per provincia di destinazione (distribuzione %)



Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia

4.5. La permanenza e il pernottamento

La durata media del soggiorno in Italia dei turisti in arrivo a Orio risultava nel 2008 di sei giorni, più o meno in linea con quella degli anni precedenti. Si tratta apparentemente di una permanenza lunga, poco compatibile con l'idea di *short break* cui siamo soliti associare il volo low cost nel turismo *leisure*, ma non va dimenticato che si tratta di una media di soggiorni con motivazioni diverse in cui vi sono anche soggiorni lunghi legati a motivi di lavoro o di studio. Lo conferma il fatto che meno della metà (45,6%) dei turisti in arrivo a Orio utilizza l'hotel come forma di ricettività; più di un quarto (26,1%) infatti viene ospitato da parenti e amici (tra questi anche molti provenienti dai Paesi dell'Est europeo); un ulteriore 15,7% utilizza b&b o camere d'affitto, oltre l'8% l'ostello. L'incidenza di coloro che utilizzano l'albergo è diminuita sensi-

bilmente negli ultimi due anni (era quasi il 60% nel 2006); a ciò ha contribuito soprattutto il calo dei turisti britannici che, venendo per motivi di turismo culturale e disponendo (allora) di una sterlina forte, utilizzavano abbondantemente l'albergo (quasi il 70%).

I turisti con destinazione Bergamo hanno una durata media del soggiorno di tre-quattro giorni, compatibile con una forte prevalenza che sosta per pochi giorni in visita alla città; l'uso dell'albergo è in linea con la media, mentre l'uso dei b&b e delle camere d'affitto raggiunge oggi il 28,3%, a cui si aggiunge un 10,4% che utilizza l'ostello. Questi ultimi dati confermano la diffusione della ricettività alternativa in città e nel circondario; il forte sviluppo dei b&b è, come si è detto, da mettersi in relazione allo sviluppo dei voli low cost, così come la costruzione di un nuovo ostello nel centro della città.

4.6. La spesa e la segmentazione del mercato

Nel 2008 la spesa media sul territorio (escluso quindi il viaggio) dei turisti in arrivo all'aeroporto di Orio è stata di 72,4 euro, circa 10 euro in meno della media spesa da tutti i turisti europei in Italia, che era di 82,8 euro (tab. 4.1). Questo conferma che il volo low cost non è destinato solo a coloro che hanno una scarsa disponibilità di spesa, quanto piuttosto che è un modo per viaggiare a costi minori, essendo magari disponibili a una maggiore spesa una volta raggiunto il territorio. La maggior quota della spesa è assorbita naturalmente dal pernottamento; quanto più questo viene effettuato in hotel, tanto più la spesa è elevata. Mediamente la spesa per il pernottamento è stata di 31 euro, quella per il vitto di 21 euro e di 17,1 per lo shopping.

Vi sono tuttavia sensibili differenze di spesa in relazione alle tipologie di turisti. Consideriamo le tipologie riportate nella tabella 4.1.

Tabella 4.1 | La spesa media del ...

... turista europeo in Italia	82,8 €
... turista in arrivo a Orio	72,4 €
... turista a Orio con permanenza a Bergamo	81,7 €
... turista britannico a Orio	97,4 €
... turista tedesco a Orio	97,1 €
... turista spagnolo a Orio	57,8 €
... turista dall'Est Europa a Orio	40,0 €

Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia

Come si vede, a fronte di una spesa media di 72,4 euro, in realtà si riscontrano differenze molto significative in ragione innanzitutto della provenienza: il turista spagnolo spende il 40% in meno di un turista britannico, un turista proveniente da un paese dell'est Europa meno della metà. Non è solo la conseguenza di un differente potere d'acquisto, è soprattutto un diverso profilo di

turista a fare la differenza. Andando ad analizzare le altre variabili che caratterizzano i diversi tipi di viaggiatori (tab. 4.2) emerge infatti che:

- il turista britannico spende di più del turista medio europeo, perché pratica un turismo prevalentemente di vacanza. È infatti un turista meno giovane, che tende a fare un turismo itinerante, tanto che la quota di coloro che sono diretti a Milano è piuttosto bassa (31,3%). Si ferma per il periodo tipico di un breve tour (4,9 gg.), si serve dei servizi alberghieri in misura maggiore degli altri (55%) e addirittura una quota dell'8,5% si avvale del volo nell'ambito di un pacchetto turistico, cosa certamente non frequente nel caso dell'utilizzo di un volo low cost;
- il turista tedesco è per molti versi abbastanza simile al turista britannico, ma in parte più orientato al turismo business. Spende una cifra simile e alloggia in percentuale simile in albergo, ma è più giovane, si ferma per un periodo più breve (3,6 gg.) e soprattutto vi è una quota considerevole di turisti che è diretta a Milano (40,9%), tutte caratteristiche che possono far pensare al comportamento di un uomo d'affari. Per contro circa un quarto di loro pernotta presso parenti e amici, il che fa pensare a una buona quota di «turisti di ritorno» ovvero di emigrati, ormai cittadini tedeschi, che si appoggiano presso parenti o amici;
- il turista spagnolo ha invece un profilo e un comportamento decisamente differente. Il fatto che spenda poco rispetto agli altri è conseguenza della consistente quota di studenti (41%) che caratterizza questa componente turistica, alla quale naturalmente corrisponde una più bassa quota di pernottanti in albergo e una più lunga permanenza in Italia, in parte anche per ragioni di studio (di ben 7,1 gg. è infatti la media del soggiorno). La quota di coloro che alloggiano in appartamenti d'affitto è di circa un quarto. La destinazione Milano assorbe meno di un terzo e la quota di viaggiatori sopra i 45 è molto bassa (solo 14,6%);

Tabella 4.2 | Caratteristiche dei turisti in arrivo a Orio per paese o area

	GB	D	E	Est EU
Spesa giornaliera pro capite (€)	97,4	97,1	57,8	40,0
Quota con motivazione "vacanza, svago" (%)	66,0	39,8	50,8	23,6
Studenti (%)	26,2	24,2	41,0	33,6
Maggiori di 45 anni (%)	26,0	18,0	14,6	15,2
Permanenza media (gg.)	4,6	3,6	7,1	11,9
Pernottamento in albergo (%)	55,0	52,0	40,6	21,3
Pernottamento presso amici o parenti	16,7	24,2	20,5	58,9
Diretti a Milano (%)	31,3	40,9	29,4	36,3
Soggiorno a BG (%)	14,5	14,4	16,4	13,7
Utilizza un "pacchetto" (%)	8,5	2,5	2,8	2,3

Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia

- il turista proveniente dai Paesi dell'est europeo presenta una pluralità di sfaccettature che probabilmente vanno a interpretare profili e motivazioni diverse. Comprensibilmente e coerentemente con il potere d'acquisto dell'area, spende molto meno degli altri (40 euro); si tratta di un turista tendenzialmente giovane, nel quale vi è una componente di studenti molto alta (33,6%) e che non pernotta in albergo se non in misura contenuta (21,3%). La motivazione principale non è evidentemente quella della vacanza, ma non è neppure quella del lavoro, che tocca solo il 12,3%; il 51% indica quale motivazione del viaggio la «visita a parenti e amici» il che fa pensare che si tratti di un movimento connesso alla forte presenza di immigrati da quei Paesi. Questo è evidente per i viaggiatori rumeni (quasi il 70% ha questa motivazione), mentre lo è in misura minore per i viaggiatori slovacchi (53%) e soprattutto per quelli polacchi (44%). Per queste due ultime provenienze l'incidenza di coloro che vengono per vacanza è comunque superiore al 20%.

Tutto questo mette in evidenza che in realtà dietro ai turisti che utilizzano i voli low cost si cela un mercato molto segmentato con comportamenti, esigenze e capacità di spesa assai diverse, di cui il paese di provenienza costituisce comunque un primo fattore di omogeneizzazione. Ciò comporta la necessità di un altrettanto diversificato approccio ai mercati turistici di provenienza, in termini di gestione, promozione e commercializzazione.

Considerazioni conclusive

È difficile dire quale possa essere il futuro dei voli low cost, ovvero del fattore che ha determinato il cambiamento del turismo bergamasco nel corso dell'ultimo decennio; l'incremento previsto del prezzo del carburante, la diffusione dell'alta velocità ferroviaria, la politica di riduzione dei prezzi dei voli turistici da parte delle compagnie major e le possibili limitazioni derivanti dalle implicazioni ambientali, sono tutti fattori che fanno pensare che questo fenomeno nel futuro possa quantomeno assumere una nuova fisionomia.

Ma, indipendentemente da tutto questo, l'aeroporto di Orio al Serio è ormai uno scalo consolidato, che ha vissuto una crescita costante guadagnandosi una delle prime posizioni nella graduatoria degli aeroporti italiani sfruttando con tempestività le opportunità che il mercato ha posto, ma che naturalmente non ha più grandi margini di crescita davanti a sé, se non in una logica di partnership strategica con altri aeroporti. Secondo una rilevazione dell'ICCSAI, oggi da Orio si raggiungono destinazioni che coprono l'84,6% del PIL europeo (ICCSAI, 2009); l'aeroporto, inoltre, avendo una forte specializzazione nei voli low cost e grazie alla sua posizione strategica a livello euromediterraneo, tende sempre più configurarsi come hub del volo low cost e a collegare altri aeroporti europei e non solo, serviti da questo tipo di voli.

Tutto questo non è insignificante per le prospettive turistiche del territorio, soprattutto se si pensa che secondo un'indagine diretta effettuata dal CESTIT dell'Università di Bergamo (Diani e Cinesi, 2008), solo il 40% circa dei turisti che atterrano a Orio conosce Bergamo anche come una città turistica; il 24% la conosce come città industriale e il 36% vi giunge convinto di essere nella periferia di Milano. Vi sono dunque ampi margini per valorizzare questa condizione, che oggi può essere considerata una «rendita di posizione» nei confronti di molte altre città concorrenti dalle caratteristiche simili.

Alcuni effetti delle trasformazioni indotte dal movimento turistico sul territorio sono oggi già chiaramente visibili, in primo luogo in quella nuova fisionomia di città da *city break* che Bergamo stessa sta assumendo con sempre maggiore convinzione, al pari peraltro di tante altre città europee, attraverso un intenso movimento turistico che si sviluppa sia durante la settimana che durante i weekend, quando un tempo gli alberghi tendevano a essere inesorabilmente vuoti; ne consegue una vitalità della città prima inusuale, con le sue nuove economie (per esempio i negozi di souvenir e di prodotti tipici o i nuovi servizi di noleggio), le sue nuove diseconomie (congestione, prezzi ecc.) e le sue permanenti carenze (per esempio la mancanza di un deposito bagagli presso la stazione).

Anche la tendenza alla destagionalizzazione in alcune delle aree di vacanza più vicine alla città è un segnale del cambiamento in atto: è il caso del Lago di Iseo, dove l'andamento turistico dell'estate 2009, in piena crisi economica, è andato in controtendenza con un netto incremento di presenze anche nei mesi meno di punta, così come è il caso della bassa Valle Imagna che, facilmente raggiungibile dalla città, ospita sempre più frequentemente turisti internazionali, in forza di un'offerta più competitiva.

Ma accanto a questi che sono gli effetti più diretti e oggi più visibili sul piano del turismo, la presenza e lo sviluppo dell'aeroporto induce una mobilità tale da modificare seppur lentamente altre funzioni del territorio (Zucchetti e Baccelli, 2001), i cui effetti potrebbero probabilmente essere visibili nel futuro. Tralasciando le implicazioni demografiche e sociali indotte dall'aeroporto (mobilità del lavoro, raggiungibilità delle famiglie ecc.), un fenomeno più vicino alle nostre tematiche potrebbe essere quello della compravendita di immobili a uso turistico. È provato che in aree con interesse turistico gli aeroporti dei voli low cost rappresentano un incentivo all'acquisto di immobili di stranieri (Macchiavelli e Cinesi, 2008). A Bergamo il fenomeno esiste, ma è ancora molto contenuto; considerando il vasto patrimonio immobiliare a uso turistico di cui dispone e il suo scarso utilizzo, non vi sarebbe tuttavia da stupirsi se il fenomeno si manifestasse in modo più marcato. Un interesse certamente maggiore potrebbe derivare dal favorire l'occupazione di questi immobili attraverso l'affittanza, ma in questo caso il problema torna a essere di gestione delle risorse turistiche.

Il problema dunque ora è quello di gestire con competenza questa grande potenzialità nella sfera del turismo. Non si tratta tanto di aumentare i numeri degli arrivi; in qualche caso ciò può essere opportuno, in altri meno, quel che diventa importante è gestire i flussi in modo che apportino effettivi benefici al territorio e riducano le esternalità negative che anche il turismo può portare.

In questi anni il territorio ha vissuto di grande spontaneità e laboriosità su questo terreno, mentre è certamente mancato un disegno strategico che favorisse la crescita delle risorse esistenti (umane, finanziarie, tecnologiche) e che le mettesse in una relazione più stretta con i mercati; non che questo non si sia mai verificato, ma laddove è avvenuto, è accaduto per iniziative spontanee di singoli soggetti o di spicchi di territorio, al di fuori di un disegno organico per tutta la provincia. I tentativi di programmazione territoriale del turismo, da tempo dimenticati, hanno avuto un risveglio di interesse qualche anno fa con la creazione dei Sistemi Turistici promossi dalla Regione Lombardia, che impongono la predisposizione e il rispetto di un programma, anche se l'esito non può ancora considerarsi soddisfacente. L'immagine del territorio è ancora sostanzialmente affidata alla buona volontà di comunicazione di ciascun gruppo di operatori, ma manca una strategia unitaria.

Sul piano operativo, l'obiettivo più importante che oggi gli operatori turistici bergamaschi hanno di fronte è quello di far sì che i viaggiatori in arrivo a Orio, attuali e potenziali, possano conoscere le destinazioni interne del territorio. L'analisi ha messo chiaramente in evidenza che sino a oggi dei flussi di Orio ha beneficiato soprattutto la città, grazie soprattutto alla sua imponenza visiva e naturalmente al «passaparola». Per far conoscere il territorio della provincia, pur ricco di risorse paesaggistiche, ambientali e culturali, è necessaria una strategia di mercato, servizi efficienti (soprattutto trasporti e informazioni) e una comunicazione mirata che faccia maturare nel potenziale turista l'interesse per la visita. In termini più tecnici, si tratta di passare da una strategia *pull* (è la città che attira il turista), a una strategia *push* (i turisti vanno spinti sul territorio); e per questo si richiede una organizzazione e una gestione mirata degli interventi nel quadro di un disegno organico unitario (Ejarque, 2007).

C'è un elemento facilitatore: come abbiamo visto, il turista dei voli low cost molto spesso (ma sempre meno) non sa dove atterra, o per lo meno non conosce che per sommi capi il territorio (Orsini, 2008); è quindi più disponibile a farsi condurre alla scoperta dei luoghi, quando gli vengono formulate proposte appetibili. L'analisi sulla segmentazione del mercato fatta nel capitolo precedente non è estranea a queste considerazioni, perché è proprio attraverso un'attenta analisi e interpretazione del mercato che possono essere definite proposte mirate e quindi credibili per le diverse tipologie di visitatori.

Un'ultima considerazione non può che riguardare il ruolo della tecnologia. È ben noto che il turista che viaggia sui voli low cost utilizza la rete per le sue principali funzioni nel rapporto con la destinazione: per la prenotazione e l'acquisto del biglietto innanzitutto, per il reperimento di qualsiasi tipo di informazione, per la prenotazione e l'acquisto dei servizi di ogni tipo. Non disporre degli strumenti adeguati su questo terreno significa perdere subito delle opportunità. Ciò avviene, per esempio, quando esiste una molteplicità di siti web anziché un solo «forte» portale web del territorio, quando si moltiplicano siti web non in grado di comparire su *Google* digitando «Bergamo Tourism», o quando i siti non consentono la possibilità di acquisto dei servizi: tutti casi reali facilmente verificabili.

La possibilità di irradiare con efficacia i benefici dei flussi aeroportuali sul territorio bergamasco dipenderà quindi dalle mosse che verranno attuate nei prossimi mesi. Non è detto che in questo caso il mercato possa bastare.

Bibliografia

- Bartaletti F. (1994), *Le grandi stazioni turistiche nello sviluppo delle Alpi italiane*, Patron Editore, Bologna
- Battilani P. (2009), *Vacanze di pochi, vacanze di tutti. L'evoluzione del turismo europeo*, Il Mulino, Bologna
- Diani E., Cinesi L. (2008), *I turisti dei voli low cost in Lombardia*, Regione Lombardia, Programma di ricerca Ingenio
- Ejarque J. (2007), *La destinazione turistica di successo*, Hoepli, Milano
- Gruppo Clas (1996) (a cura di), *Turismo culturale e turismo d'affari: un rapporto difficile in Lombardia?*, Unioncamere Lombardia, Milano
- ICCSAI (2009), *Year Book 2008*, Bergamo
- Macchiavelli A. (2004), «Val Seriana: passaggio a Est», in *La Rivista del Turismo*, n.2
- Macchiavelli A., Colombo E. (2007), «Effective occupancy of the holiday houses: condition for the development of the destination», in Keller P., Bieger T. (eds), *The problem of productivity in tourism*, Erich Schmidt Verlag, Berlin
- Macchiavelli A., Cinesi L. (2008), «Low cost tourism and real estate demand», in Keller P., Bieger T. (eds), *Real Estate and Destination Development in Tourism*, Erich Schmidt Verlag, Berlin
- Orsini L. (2008), *Volare low cost*, Hoepli, Milano
- Osservatorio Turistico della Provincia di Bergamo (2008), *Rapporto 2007*, Bergamo
- Siciliano G., Vismara M. (2007), «Low cost, high value», in *La Rivista del Turismo*, n.4
- Zucchetti R., Baccelli O. (2001), *Aeroporti e territorio*, Egea, Milano

Autori

Andrea Macchiavelli, professore aggregato di Economia del turismo presso la Facoltà di Lingue e letterature straniere, Università degli Studi di Bergamo

IReR – Istituto Regionale di Ricerca della Lombardia
via Copernico 38, 20125 Milano
www.irer.it

Responsabile editoriale: Sabrina Bandera

Assistente editoriale: Romina Menegazzi

© 2009 Edizioni Angelo Guerini e Associati SpA
viale Filippetti 28, 20122 Milano
www.guerini.it
e-mail: info@guerini.it

Copertina di Arti Grafiche Fiorin - Silvia Uggeri

Le fotocopie per uso del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume/fascicolo di periodico dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633. Le riproduzioni effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da AIDRO, Corso di Porta Romana, 108 – 20122 Milano, e-mail segreteria@aidro.org e sito web www.aidro.org.