



CeSTIT – Centro studi per il turismo e l'interpretazione del territorio

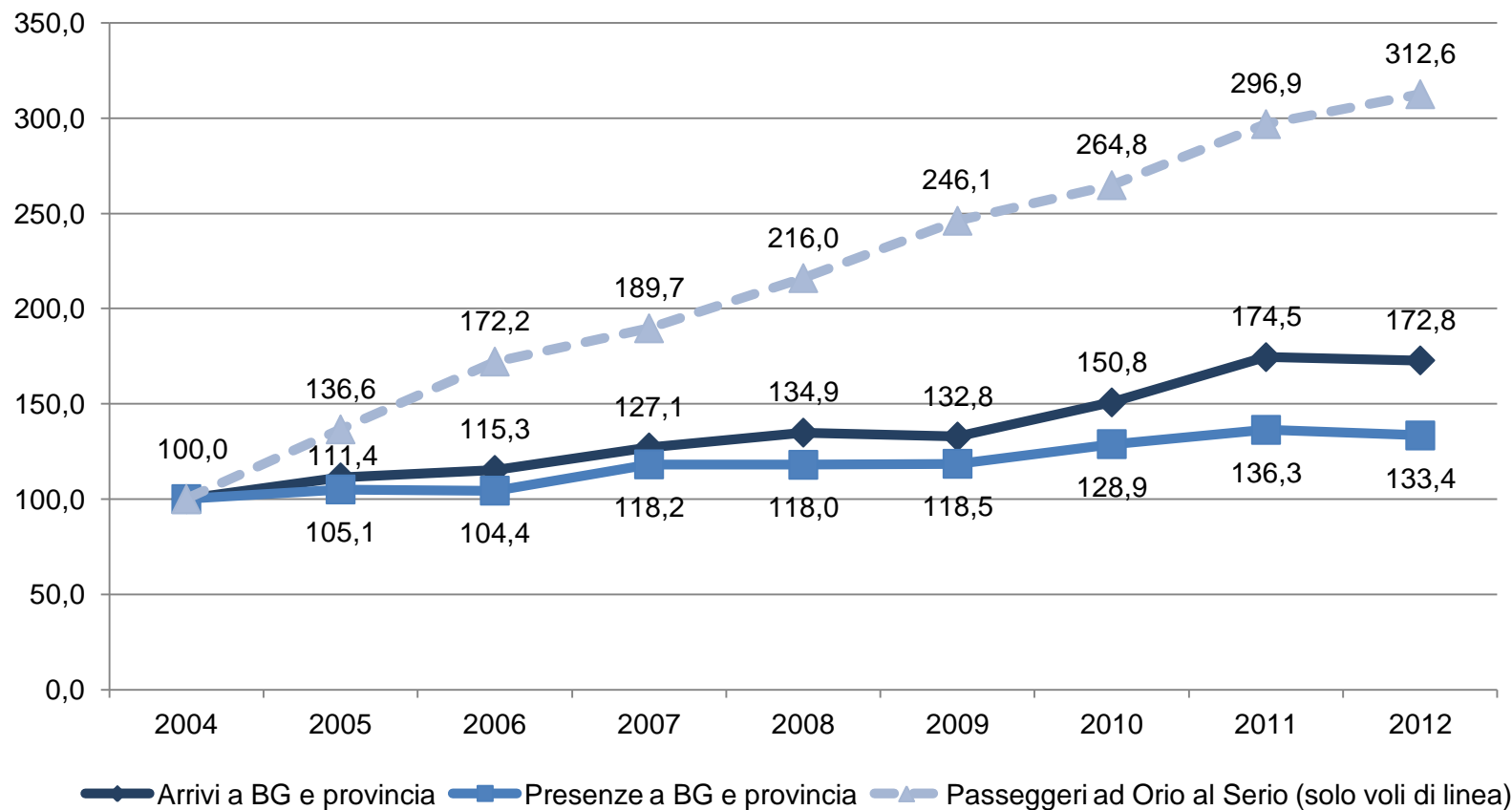
Un decennio di turismo dall'aeroporto di Orio: sviluppo, evoluzione e implicazioni economiche

Andrea Macchiavelli & Andrea Pozzi – CeSTIT Università di Bergamo

1. Lo sviluppo dell'aeroporto e del turismo

I FATTI

Tassi di crescita dei passeggeri ad Orio e dei turisti in prov. di BG
Numeri indice, base=anno 2004



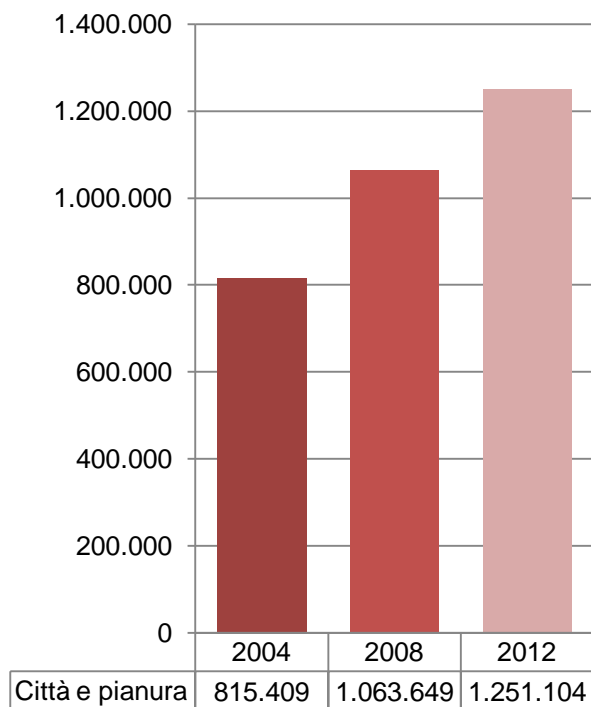
1. Lo sviluppo dell'aeroporto e del turismo

GLI EFFETTI SUL TERRITORIO

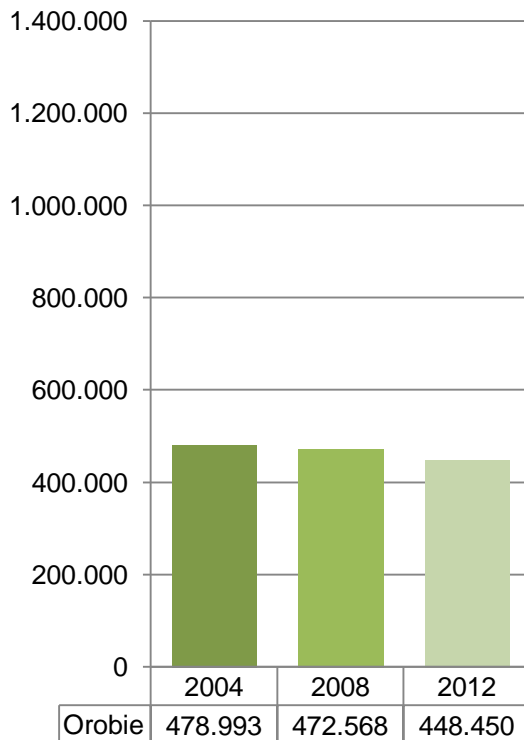
Presenze in prov. di BG per aree-sistema

Valori assoluti

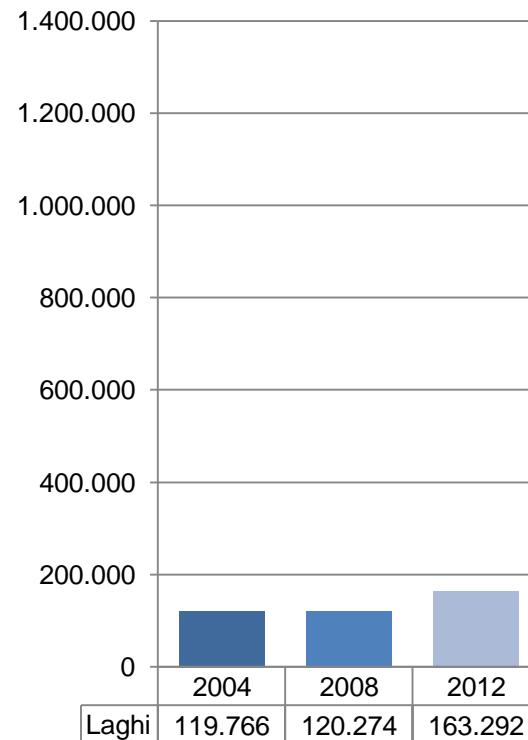
Città e pianura



Orobie



Laghi

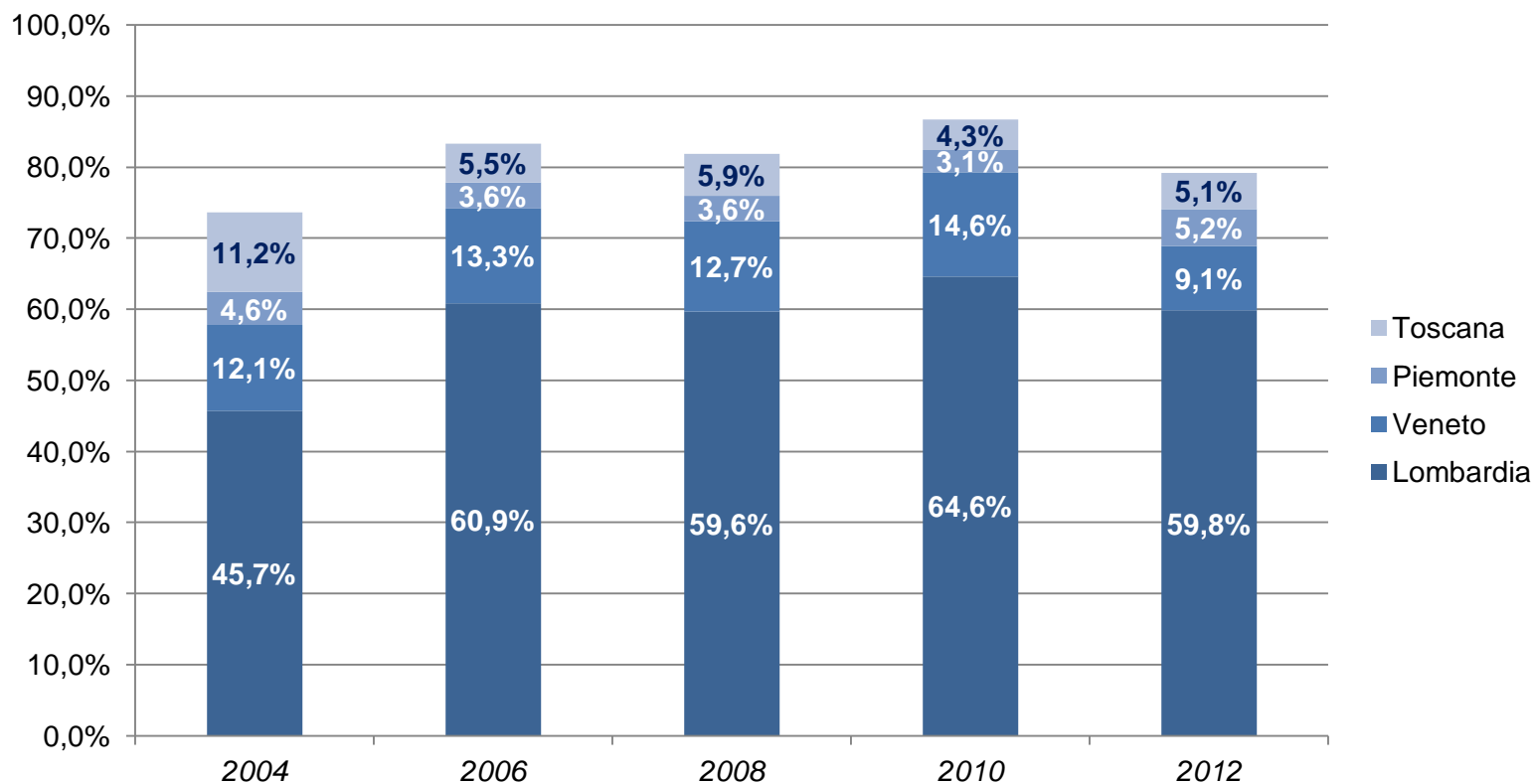


1. Lo sviluppo dell'aeroporto e del turismo

LE DESTINAZIONI DEI TURISTI DI ORIO (1)

Regioni di destinazione dei turisti stranieri atterrati ad Orio

Prime 4 destinazioni, % sul totale

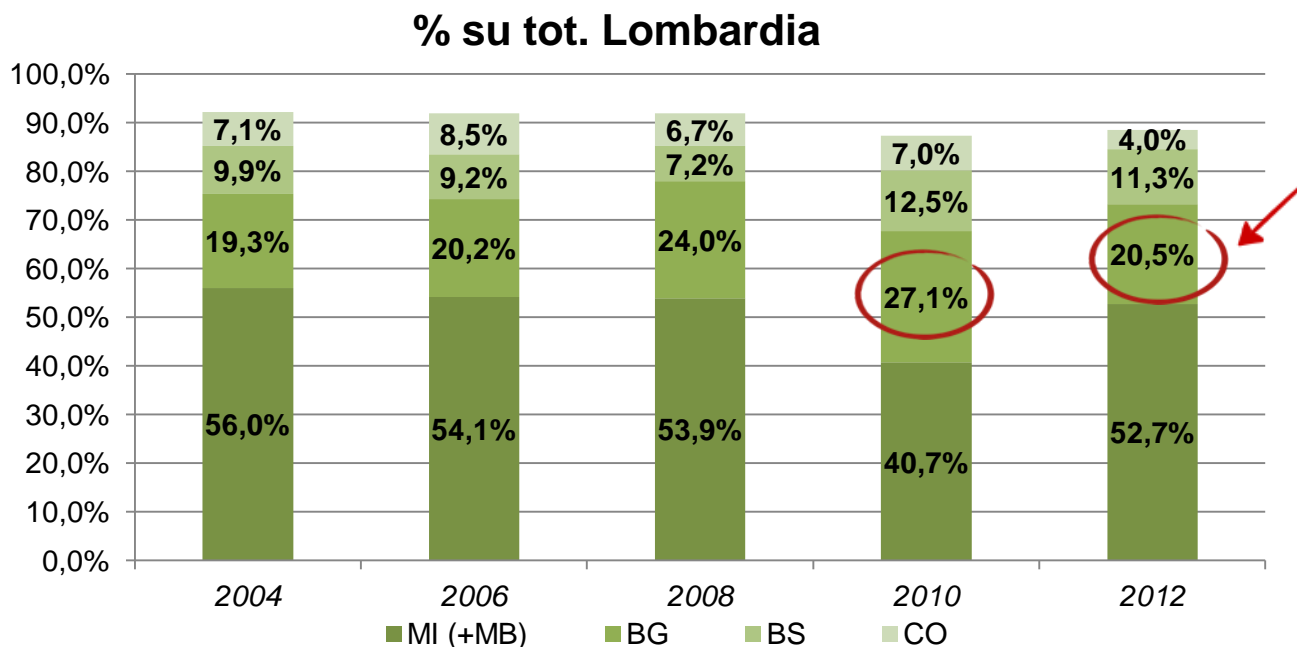


1. Lo sviluppo dell'aeroporto e del turismo

LE DESTINAZIONI DEI TURISTI DI ORIO (2)

Province lombarde di destinazione dei turisti stranieri atterrati ad Orio
Prime 4 destinazioni

% Turisti che si fermano a BG (su tot.turisti a Orio)	8,8	12,3	14,3	17,5	12,2
---	-----	------	------	------	------

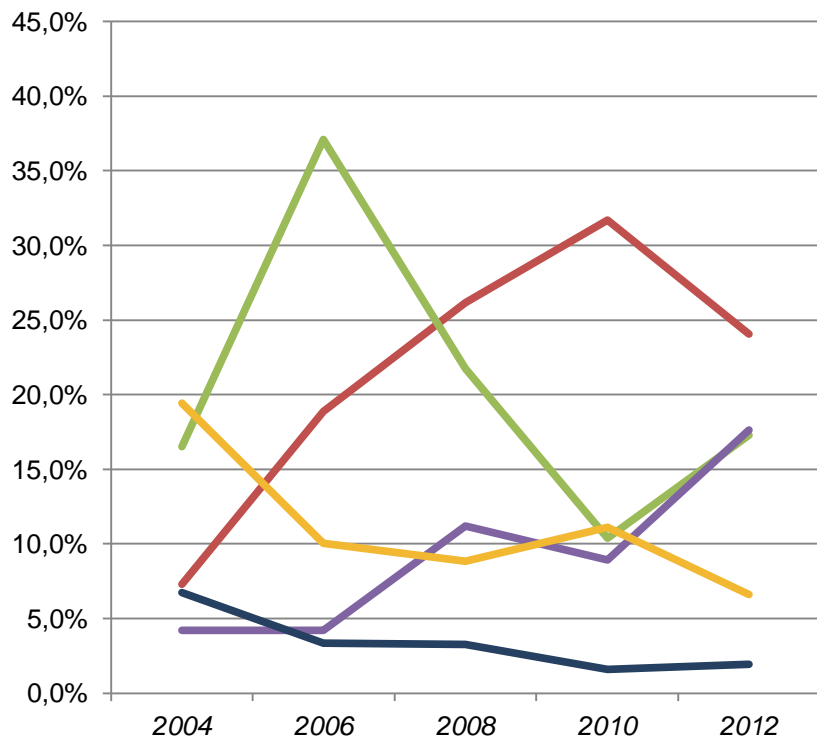


1. Lo sviluppo dell'aeroporto e del turismo

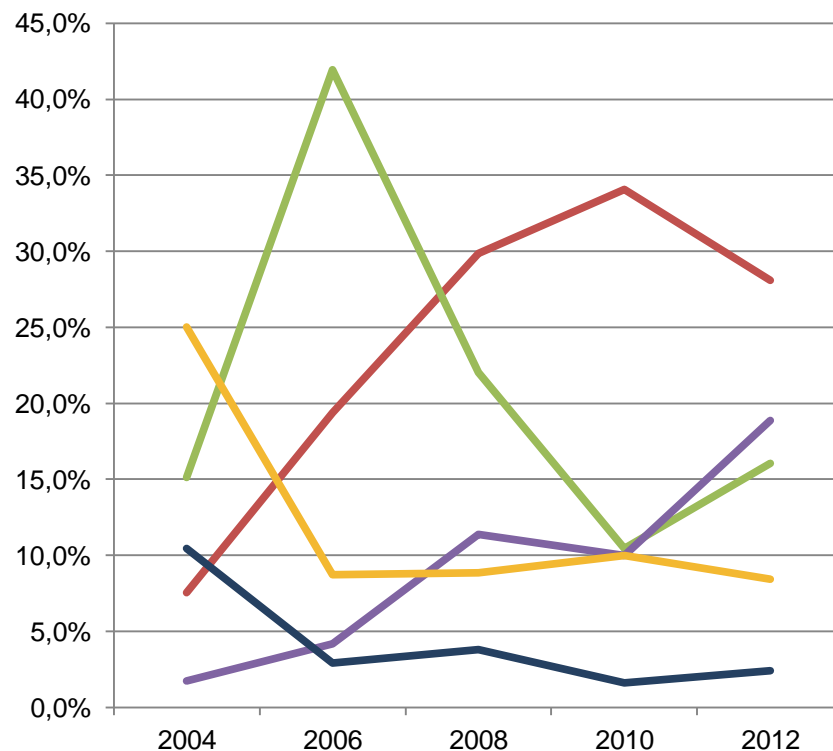
I PAESI DI PROVENIENZA

Turisti ad Orio per provenienza
Principali paesi, % sul totale

Totale stranieri



Stranieri a BG

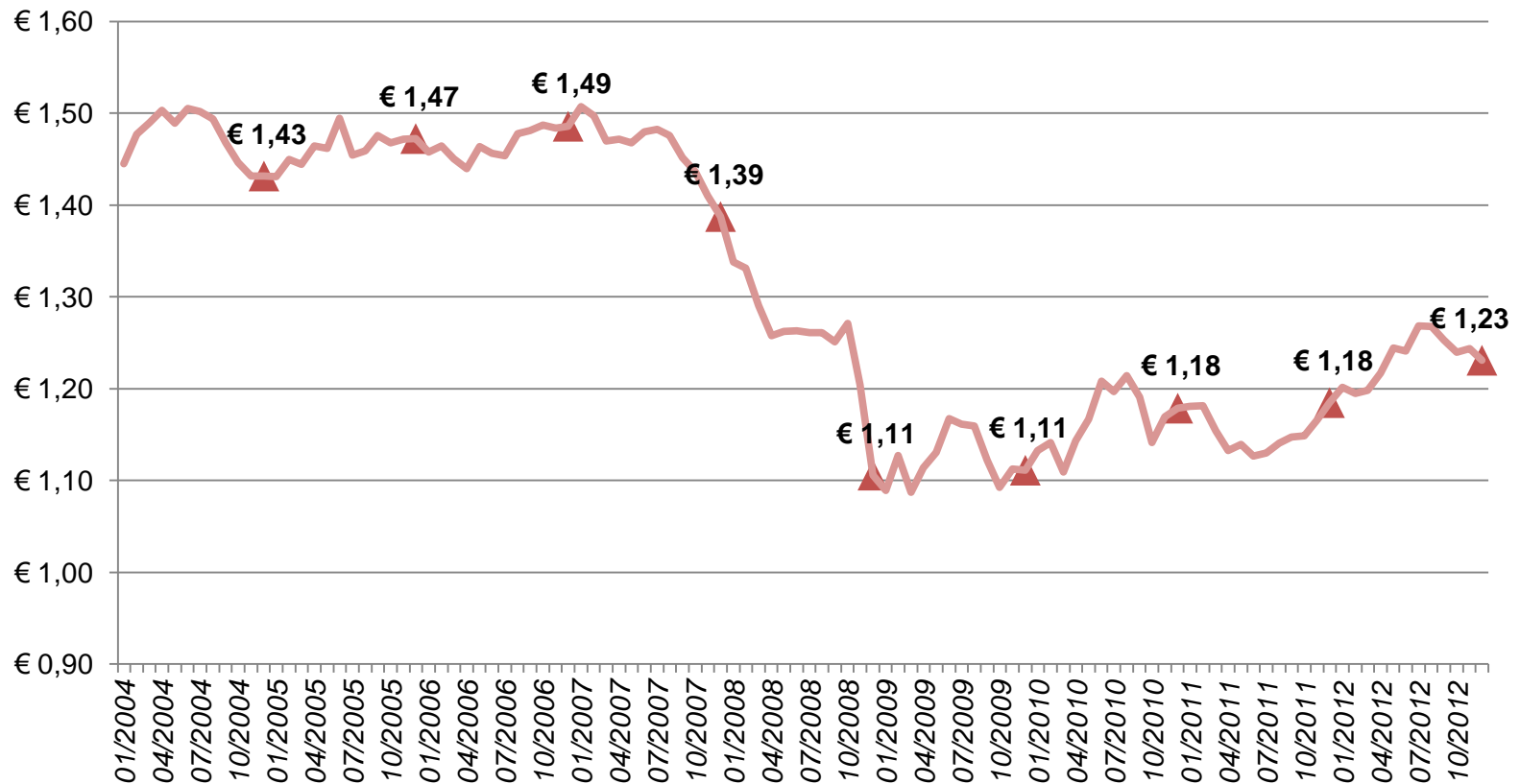


— Spagna — Regno Unito — Est EU e Russia — Germania — Francia

2. Che cosa è accaduto?

LE DETERMINANTI ECONOMICHE FONDAMENTALI: IL TASSO DI CAMBIO

Andamento cambio Euro/Sterlina
Valori medi mensili, 01/2004-12/2012

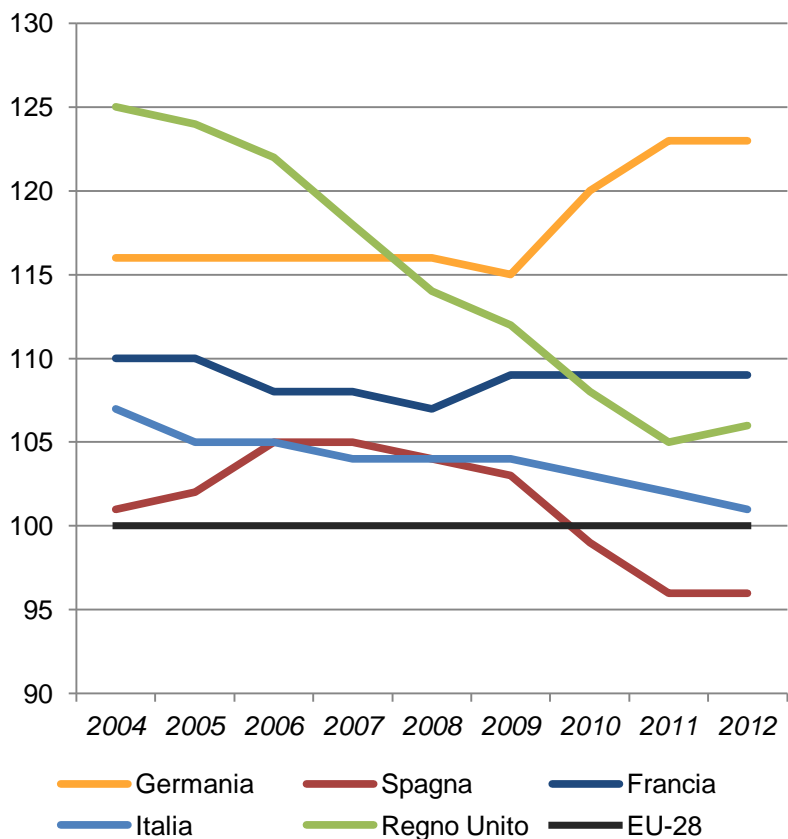


2. Che cosa è accaduto?

LE DETERMINANTI ECONOMICHE FONDAMENTALI: LA CRISI ECONOMICA

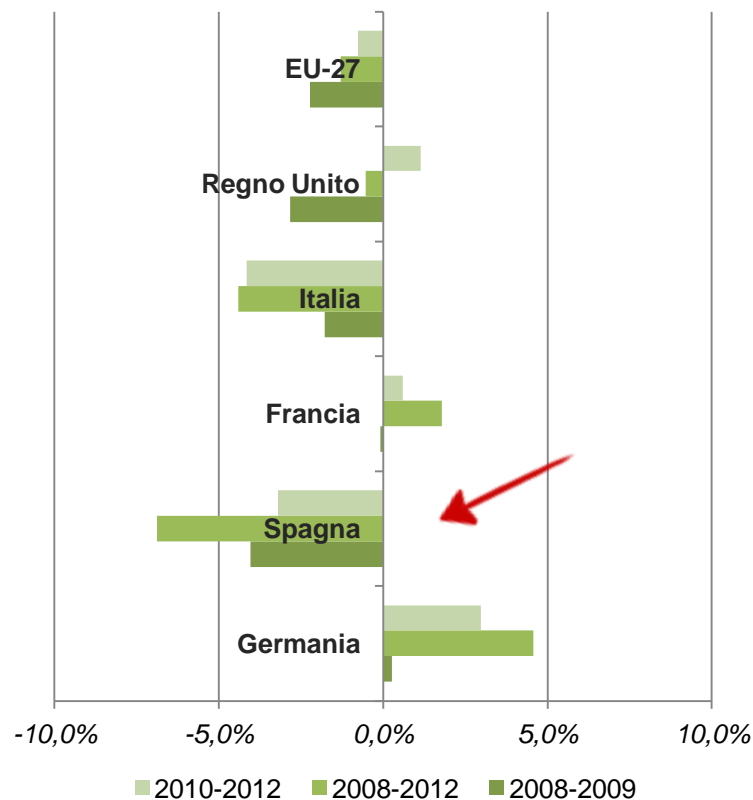
Indici di volume del PIL pro capite

Principali paesi, numeri indice, base=EU-28



Spesa per consumi finali delle famiglie

Principali paesi, variazioni %



2. Che cosa è accaduto?

DUE CASI SIGNIFICATIVI: 1) I TURISTI BRITANNICI

Evoluzione della presenza di turistici britannici in provincia

	PASSEGGERI VOLI (UK+ITA) (1)	TURISTI IN PROV. BG ATTRAVERSO L'AEROPORTO	
		Incidenza su stranieri in aeroporto (%) (2)	Stima Banca d'Italia (v.a.) (2)
2004	725.370	15,1%	23.969
2006	907.051	41,9%	51.102
2008	976.248	22,0%	69.253
2010	552.482	10,5%	35.129
2012	609.295	16,1%	14.632

2. Che cosa è accaduto?

DUE CASI SIGNIFICATIVI: 2) I TURISTI SPAGNOLI

Evoluzione della presenza di turistici spagnoli in provincia

	PASSEGGERI VOLI (ES+ITA) (1)	TURISTI IN PROV. BG ATTRAVERSO L'AEROPORTO	
		Incidenza su stranieri in aeroporto (%) (2)	Stima Banca d'Italia (v.a.) (2)
2004	375.932	7,6%	6.703
2006	836.514	19,4%	36.009
2008	988.617	29,9%	59.457
2010	1.378.803	34,1%	92.075
2012	1.439.763	28,1%	55.474

3. Le politiche delle compagnie aeree e gli effetti sugli arrivi ad Orio

I DATI SUI VOLI: QUADRO GENERALE

Dati di traffico all'aeroporto di Orio al Serio

	PASSEGGERI AVIAZIONE COMMERCIALE	DESTINAZIONI (di cui in Italia)	MOVIMENTI AEREI (LINEA+CHARTER)
2004	3.334.182	43 (8)	30.259
2008	6.478.716	84 (15)	50.485
2012	8.888.341	112 (15)	63.328

3. Le politiche delle compagnie aeree e gli effetti sugli arrivi ad Orio

I DATI SUI VOLI: EVOLUZIONE DEI COLLEGAMENTI

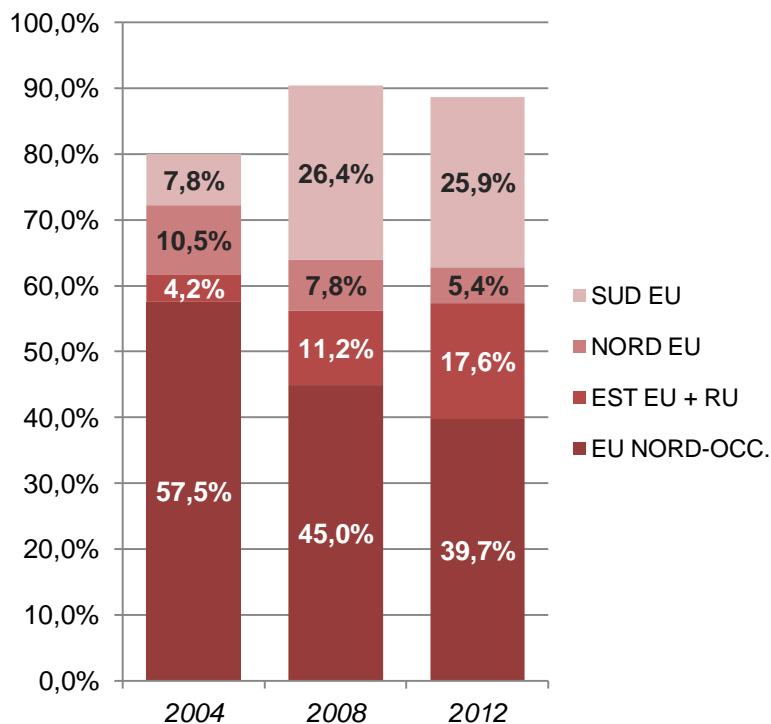


3. Le politiche delle compagnie aeree e gli effetti sugli arrivi ad Orio

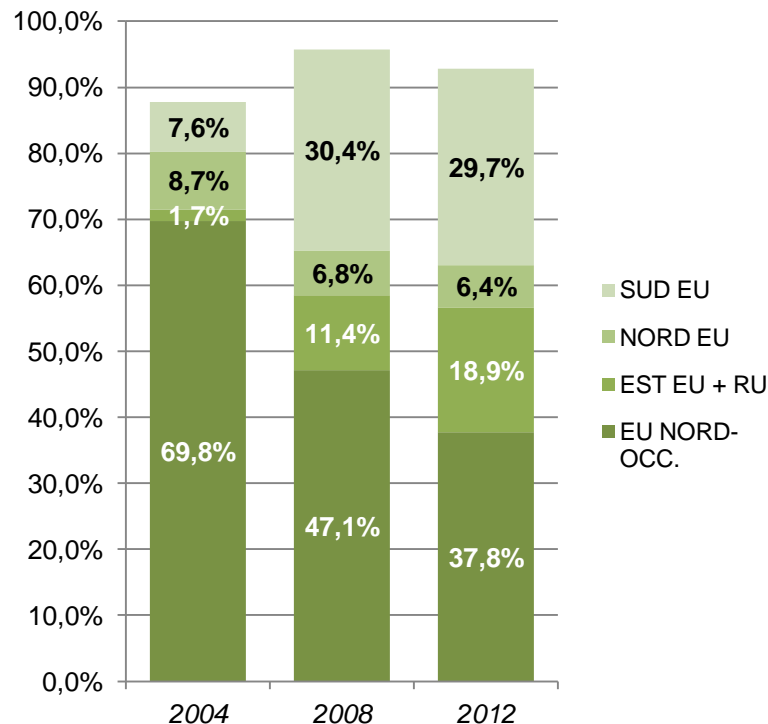
LE CONSEGUENZE: LE PROVENIENZE OGGI

Turisti ad Orio per provenienza
Macro-aree europee, % sul totale

Totale stranieri



Stranieri a BG



Nota: EU NORD-OCC: Austria, Belgio, Francia, Germania, Irlanda, Lussemburgo, Olanda, Regno Unito, Svizzera; EST EU + RU: Bielorussia, Bulgaria, Croazia, Estonia, Lettonia, Lituania, Moldavia, Polonia, Rep. Ceca, Romania, Russia, Slovacchia, Slovenia, Ucraina, Ungheria; NORD EU: Danimarca, Finlandia, Islanda, Norvegia, Svezia; SUD EU: Albania, Cipro, Grecia, Macedonia, Malta, Montenegro, Portogallo e Spagna. *Dati 2008 non disponibili per Albania, Cipro, Islanda, Grecia, Lussemburgo, Macedonia, Moldavia, Montenegro, Russia e Svizzera*
Fonte dati: Banca d'Italia, Indagine sul turismo internazionale

4. Gli effetti sul territorio

GLI ASPETTI QUANTITATIVI

Evoluzione dei turisti in provincia di Bergamo
Stranieri ad Orio, valori assoluti (stime Banca d'Italia)

	VIAGGIATORI	NOTTI	PERMANENZA MEDIA
2004	103.300	571.069	5,53 gg
2008	268.244	901.385	3,36 gg
2012	198.417	939.066	4,73 gg

4. Gli effetti sul territorio

GLI ASPETTI QUALITATIVI (1)

Evoluzione delle caratteristiche dei turisti in provincia di Bergamo
Stranieri ad Orio, % sul totale

		2004	2008	2012
MOTIVO DEL VIAGGIO	Vacanza e svago	50,6%	58,2%	45,0%
	Lavoro e congressi	23,8%	13,2%	27,7%
	Visita parenti e amici (VFR)	14,5%	23,3%	21,3%
	Studio	4,7%	2,5%	3,6%
ETÀ	Turisti con più di 45 anni	nd	18,7%	26,5%
ALLOGGIO	Albergo	47,1%	45,6%	47,0%
	Da parenti ed amici	32,6%	28,4%	28,9%
	In agriturismo, casa in affitto e B&B (dal 2012)	4,1%	13,2%	14,9%

4. Gli effetti sul territorio

GLI ASPETTI QUALITATIVI (2)

Evoluzione dei turisti in provincia di Bergamo per motivo del viaggio
Stranieri ad Orio, valori assoluti (stime Banca d'Italia)

	2004	2008	2012
Vacanza e svago	57.216	169.945	106.496
Lavoro e congressi	29.700	35.188	42.597
Visita parenti e amici (VFR)	10.118	52.998	40.682
Studio	3.275	3.937	1.813

4. Gli effetti sul territorio

LA SPESA

Evoluzione della spesa dei turisti in provincia di Bergamo
Stranieri ad Orio, valori assoluti (stime Banca d'Italia)

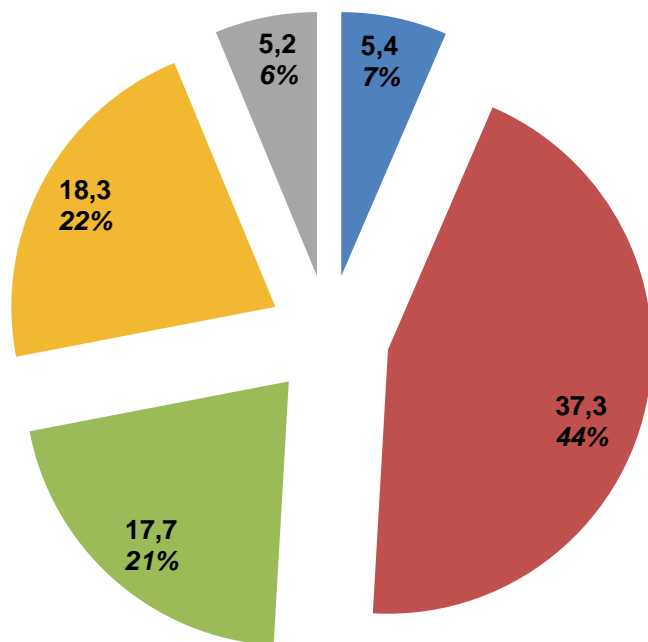
	SPESA TOTALE	SPESA P/C GIORNALIERA	<i>Di cui destinata all'alloggio</i>
2004	€ 42.768.607	€ 74,9	€ 45,9
2006	€ 49.425.404	€ 97,1	€ 40,1
2008	€ 73.617.370	€ 81,7	€ 31,7
2010	€ 83.943.010	€ 57	€ 25,3
2012	€ 59.955.685	€ 63,9	€ 28,7

4. Gli effetti sul territorio

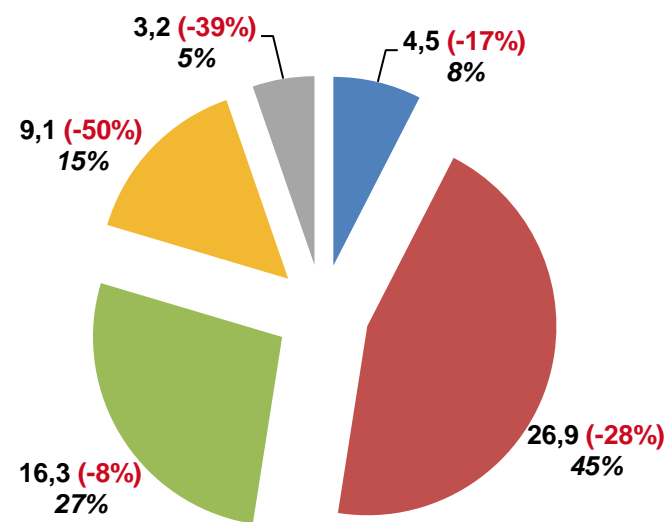
LE IMPLICAZIONI (1)

Variazione della composizione della spesa turistica in prov. di Bergamo
Stranieri ad Orio, val. ass. (in mln di Euro, stime Banca d'Italia) e % sul tot.

2010: 83,9 mln di Euro



2012: 60 mln di Euro (-29%)



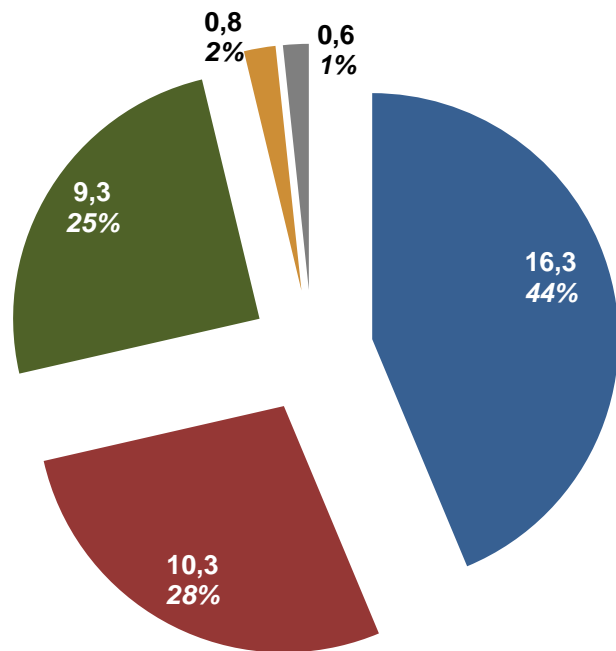
In rosso variazione % rispetto al 2010

4. Gli effetti sul territorio

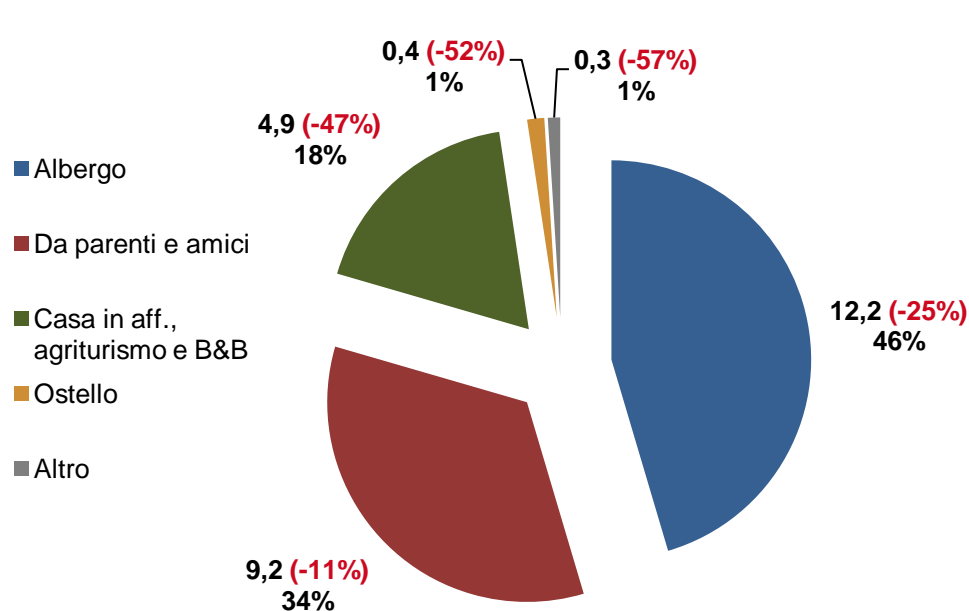
LE IMPLICAZIONI (2)

Variazione della composizione della spesa per l'alloggio in prov. di Bergamo
Stranieri ad Orio, val. ass. (in mln di Euro, stime Banca d'Italia) e % sul tot

2010: 37,3 mln di Euro



2012: 26,9 mln di Euro (-28%)



In rosso variazione % rispetto al 2010

5. Che è il turista che arriva oggi ad Orio

PROFILO PER MOTIVO DEL VIAGGIO (1)

IL TURISTA LEISURE in provincia di BG



Età: 25-44 anni

Principali paesi di provenienza: Spagna (32%), Regno Unito (13%), Polonia (8%), Germania (6%), Russia (5%)

Durata media del soggiorno: 2 gg

Principali tipologie di alloggio: Albergo (56%), B&B (14%), Ostello (10%)

Spesa media p/c giornaliera: € 104 (*di cui € 40 per l'alloggio*)

5. Che è il turista che arriva oggi ad Orio

PROFILO PER MOTIVO DEL VIAGGIO (2)

IL TURISTA BUSINESS* in provincia di BG



Età: 35-64 anni

Principali paesi di provenienza: Spagna (22%), Regno Unito (17%), Germania (14%), Irlanda (10%)

Durata media del soggiorno: 6,8 gg

Principali tipologie di alloggio: Albergo (70%), Ospite di parenti e amici (17%)

Spesa media p/c giornaliera: € 70 (di cui € 34 per l'alloggio)

* = La voce comprende anche chi si ferma per convegni/congressi

5. Che è il turista che arriva oggi ad Orio

PROFILO PER MOTIVO DEL VIAGGIO (3)

IL TURISTA IN VISITA A PARENTI E AMICI in provincia di BG



Età: 25-44 anni

Principali paesi di provenienza: Spagna (30%), Regno Unito (21%), Paesi dell'Est Europa* (19%)

Durata media del soggiorno: 8,6 gg

Principali tipologie di alloggio: Ospite di parenti e amici (94%)

Spesa media p/c giornaliera: € 38 (di cui € 20 per l'alloggio)

* = La voce include i seguenti paesi: Bielorussia, Bulgaria, Croazia, Estonia, Lettonia, Lituania, Polonia, Rep. Ceca, Romania, Slovacchia, Slovenia, Ucraina, Ungheria

5. Che è il turista che arriva oggi ad Orio

PROFILO PER PAESE DI PROVENIENZA (1)



IL TURISTA SPAGNOLO

Spesa media p/c giornaliera: € 52
(di cui € 24 per l'alloggio)

Quota "Vacanza e svago": 40%

Studio: 11%

Turisti con oltre 45 anni: 25%

Durata media del soggiorno: 5,8 gg

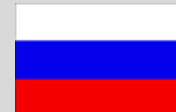
Pernottamento

in albergo: 42%

presso parenti e amici: 38%

Diretti a Milano: 28%

Soggiorno a Bergamo: 14%



IL TURISTA RUSSO E DELL'EST EU

Spesa media p/c giornaliera: € 61
(di cui € 25 per l'alloggio)

Quota "Vacanza e svago": 51%

Studio: 7%

Turisti con oltre 45 anni: 14%

Durata media del soggiorno: 7,2 gg

Pernottamento

in albergo: 45%

presso parenti e amici: 32%

Diretti a Milano: 34%

Soggiorno a Bergamo: 13%



5. Che è il turista che arriva oggi ad Orio

PROFILO PER PAESE DI PROVENIENZA (2)



IL TURISTA BRITANNICO

Spesa media p/c giornaliera: € 63
(di cui € 27 per l'alloggio)

Quota "Vacanza e svago": 55%

Studenti: 1%

Turisti con oltre 45 anni: 32%

Durata media del soggiorno: 6,5 gg

Pernottamento

in albergo: 45%

presso parenti e amici: 36%

Diretti a Milano: 27%

Soggiorno a Bergamo: 11%



IL TURISTA TEDESCO

Spesa media p/c giornaliera: € 73
(di cui € 34 per l'alloggio)

Quota "Vacanza e svago": 39%

Studenti: 1%

Turisti con oltre 45 anni: 25%

Durata media del soggiorno: 4,4 gg

Pernottamento

in albergo: 45%

presso parenti e amici: 36%

Diretti a Milano: 31%

Soggiorno a Bergamo: 16%

6. Conclusioni

COSA È ACCADUTO IN SINTESI

1. **L'aeroporto è stato, e può continuare ad essere, un motore potente per lo sviluppo turistico del territorio**
2. **La domanda turistica internazionale è fortemente dipendente da queste due determinanti economiche: reddito (= crisi economica) e prezzi (= cambi)**
3. **Entrambe hanno fatto sentire il loro peso nell'ultimo decennio, positivamente prima e negativamente poi. Recentemente hanno indotto le Compagnie aeree a modificare i loro collegamenti per conservare e incrementare la domanda di trasporto (*max load factor*)**



6. Conclusioni

COSA È ACCADUTO IN SINTESI

4. Ciò ha avuto come effetto di incrementare il numero dei viaggiatori, ma ha modificato le aree di provenienza, contribuendo:
 - a ridurre la quota di coloro che si fermano a Bergamo
 - a ridurre la componente di turismo *leisure*
 - a portare un turista con una minore capacità di spesa

4. Il low cost sembra tornare alla funzione di “low price”

5. L’auspicata ripresa economica e l’evento EXPO 2015 offrono le condizioni per riprendere i trend positivi del passato. Occorre farsi trovare pronti e accompagnare i processi

6. Conclusioni

COME FAR FRONTE AI TREND NEGATIVI

Premessa: nessun azione di marketing può modificare sensibilmente trend evidenti generati da variabili economiche. Tuttavia...

- a. Seguire i trend in atto per conoscerne l'evoluzione e correggerli dove è possibile**
- b. Dialogare con la gestione aeroportuale e le compagnie aeree per limitare le scelte controproducenti per il turismo**
- c. Analizzare a fondo le singole situazioni e attivare strategie di marketing che possano limitare gli effetti negativi**

