

CARATTERI E PROBLEMI DEL TURISMO IN PROVINCIA DI BERGAMO

**Andrea Macchiavelli- CeSTIT Università di
Bergamo**



**LA PROVINCIA DI BERGAMO
IN LOMBARDIA**



LA MONTAGNA

This topographic map of the Bergamo region in Italy shows a rugged mountainous terrain. The map is color-coded by elevation, with green representing lower altitudes and brown representing higher elevations. Numerous towns and villages are labeled, including Valtorta, Brigida, Olmo al Brembo, Piazza Brembana, Roncobello, Valgoglio, Gromo, Ardesio, Clusone, Rovetta, Cerete, San Giovanni Bianco, Serina, Gorno, Parre, Gandino, Lefte, Endine Gaiano, Sovero, Lovere, Pis, Vertova, Gazzaniga, Zogno, Albinò, Casazza, Alzano Lombardo, Sorisole, Scanzorosciate, Trescore Balneario, Villongo, Iseo, and Bergamo. The city of Bergamo is centrally located at the base of the mountains. Major roads are shown, including the SS671, SS42, and E64. The Lake of Iseo (Lago d'Iseo) is visible on the right side of the map. The text 'LA MONTAGNA' is overlaid in large orange letters in the upper central part of the map.

IL LAGO

BERGAMO E LA PIANURA

INDICATORI DI BASE DELLA DOMANDA

arrivi



Coloro che arrivano in una località o paese indipendentemente dal tempo di soggiorno

Mette in evidenza il turnover

presenze



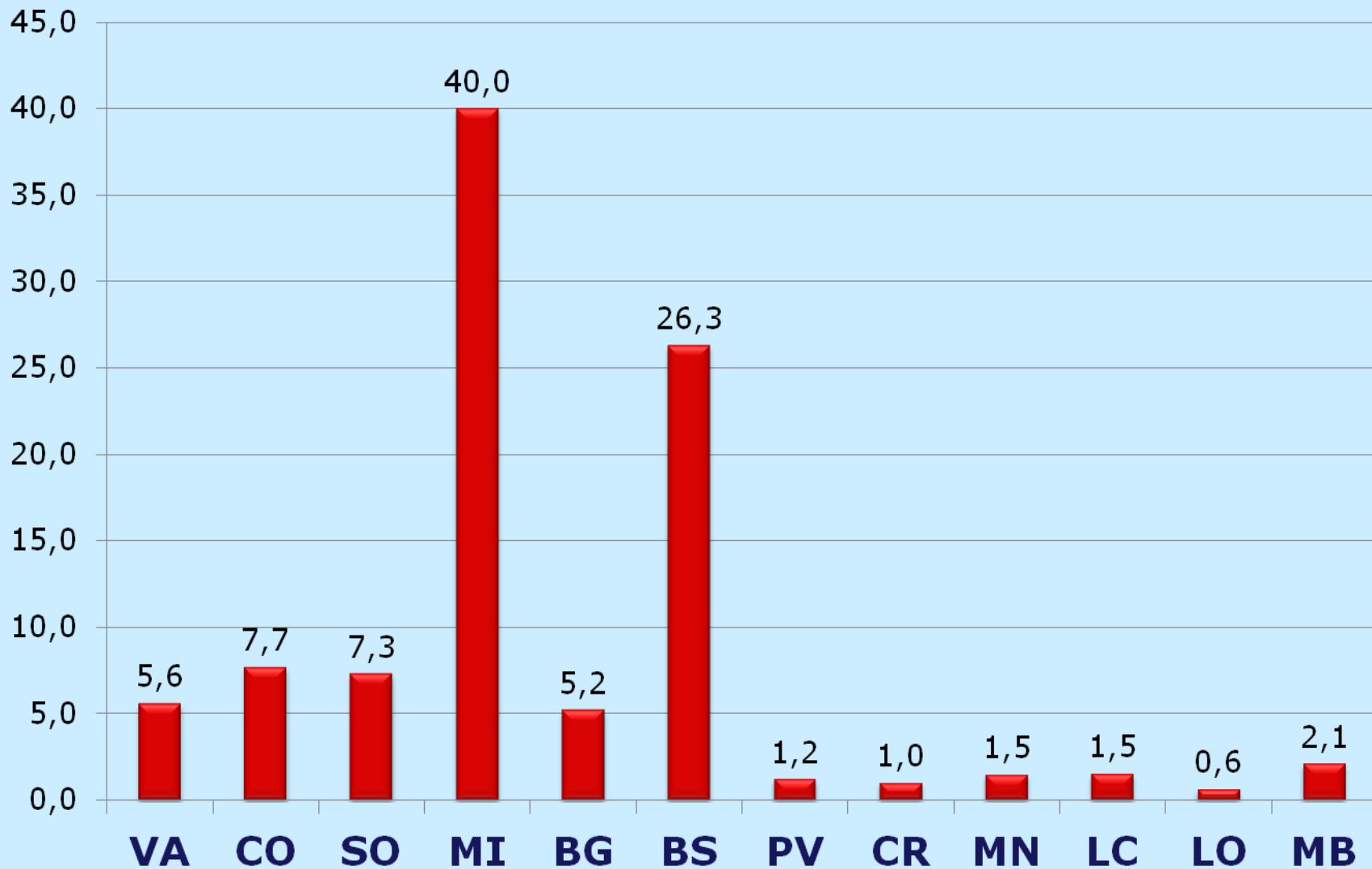
Numero dei pernottamenti

Mette in evidenza l'uso delle strutture

- Disponibili per:**
- periodo (anno, mesi)
 - italiani/stranieri
 - livello territoriale (reg., prov. comune)
 - tipo di ricettività (alberghiero, extralb.)

IL TURISMO IN LOMBARDIA

(distribuzione % presenze 2013)



LA CONSISTENZA DEL TURISMO

Presenze totali (uff. '13): 1.759.579 (-5,5%)

di cui alberghiere: 1.362.817 (77 %)

(MA MANCANO GLI APPARTAMENTI TURISTICI!)

Alberghi ('13): 279 (+1)

Forte dinamica

Posti letto alberghieri('13) 13.146 (=)

PIL del turismo: 4-5%

Industria: 42% Agricoltura: 1% Servizi: 57% (2009)

**Un apporto modesto al reddito provinciale,
ma con una certa concentrazione territoriale**

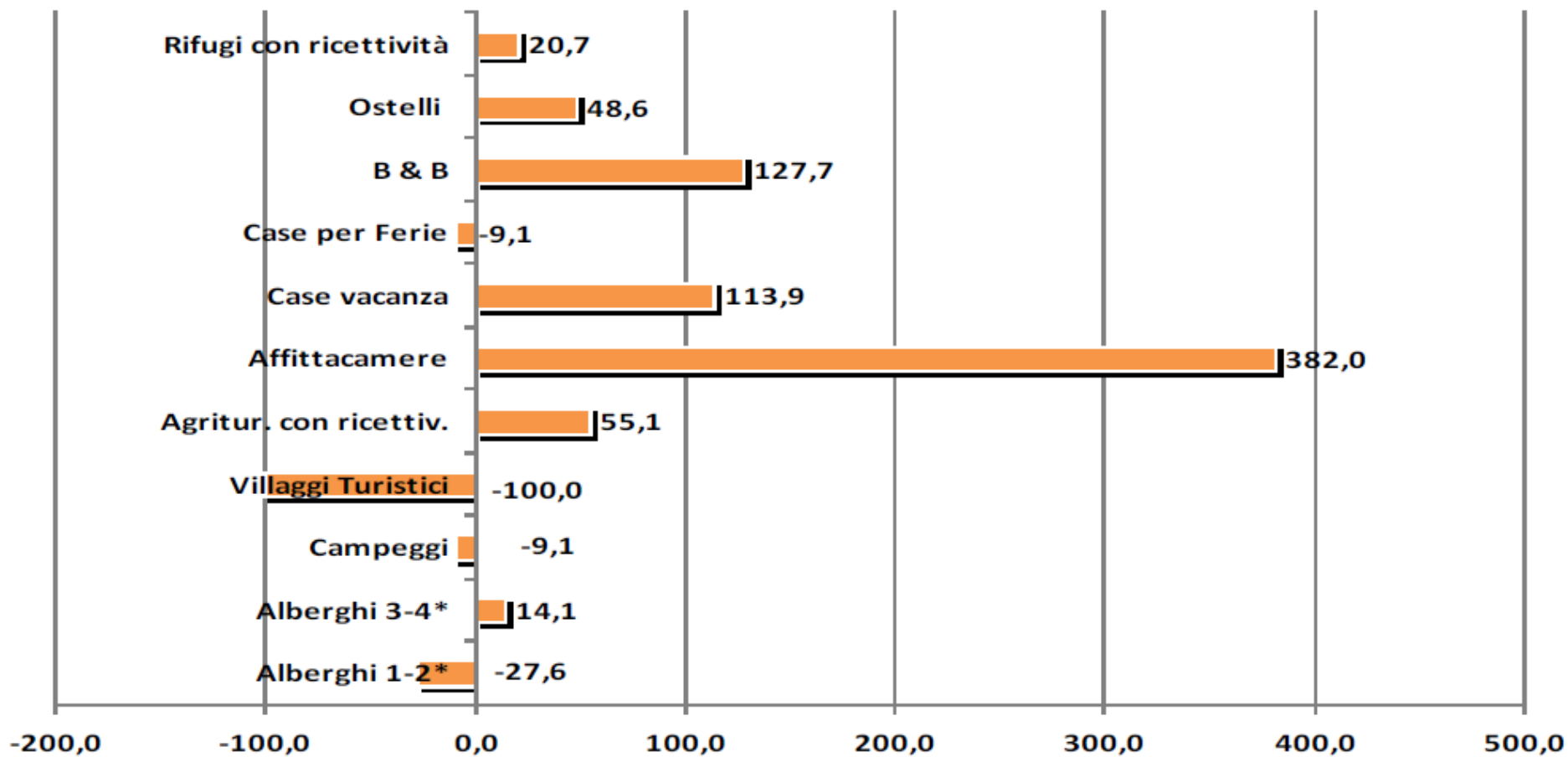
LE CARATTERISTICHE DELL'OFFERTA RICETTIVA ('13)

	n.	p.l.	Dim. Med.(pl)
ALBERGHI	279	13.146	47,1
CAMPEGGI	10	4.646	
ALTRI	13 Ostelli - 57 Agritur. -16 Case per f. - 139 Affittacam. 116 Case vac. - 44 Rifugi		
B & B	264	1.396	5,3
Abitazioni vacanza	60-70 mila	250 mila	

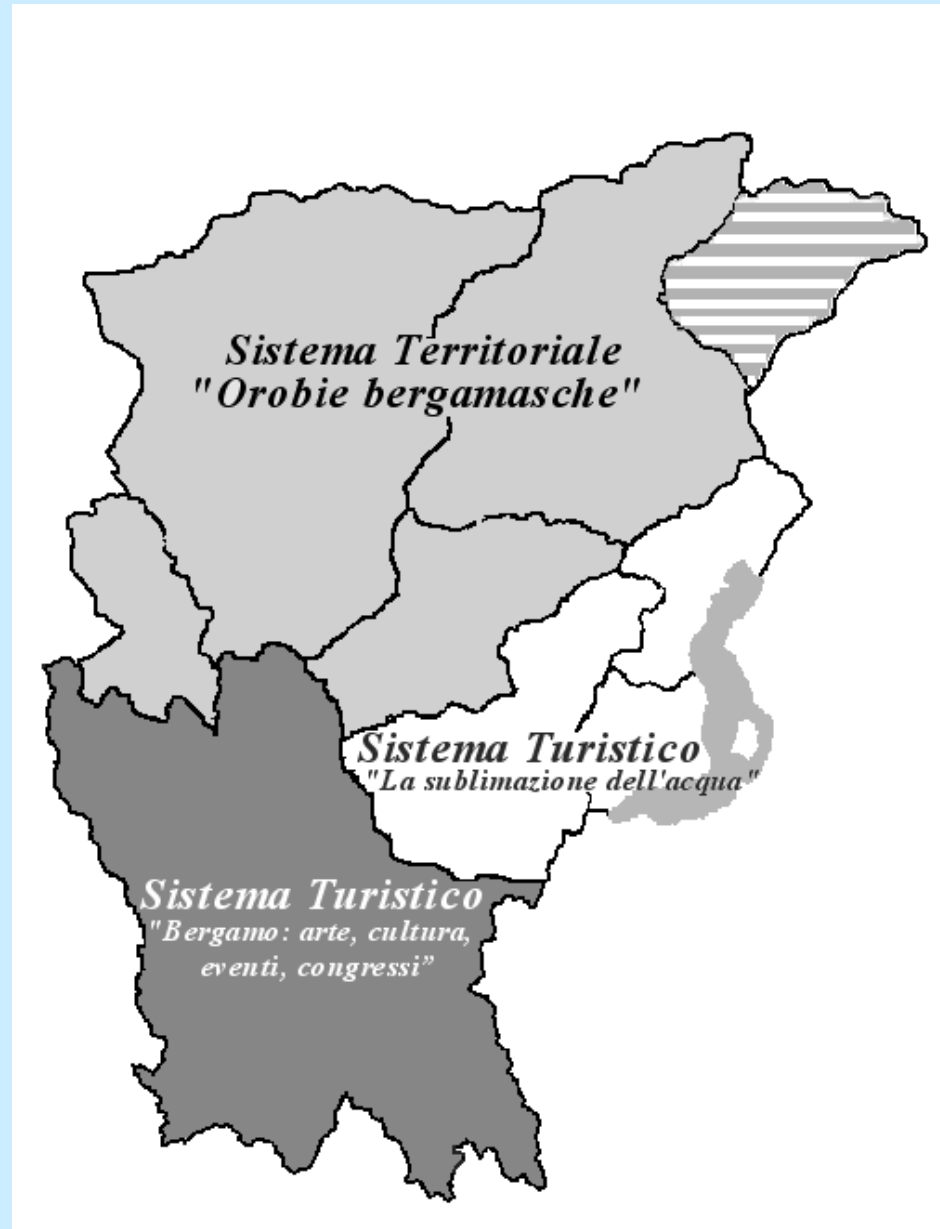
Italia: 67

**Dimensione alberghiera bassa:
strutture familiari
In forte crescita il fenomeno del B & B
(nel 2002 erano 18!)**

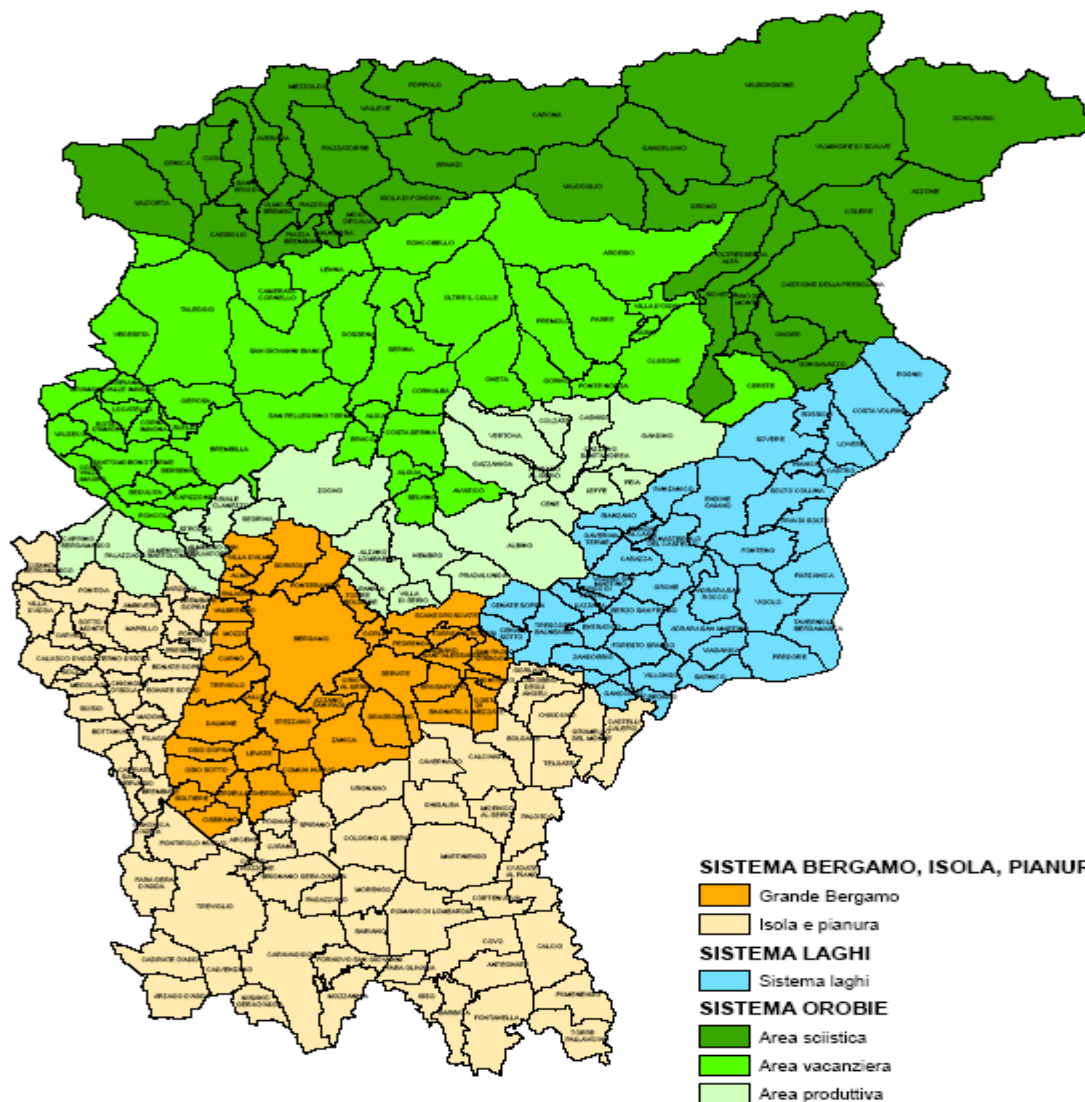
Variazione % posti letto. 2008-2013



I sistemi turistici della provincia di BG

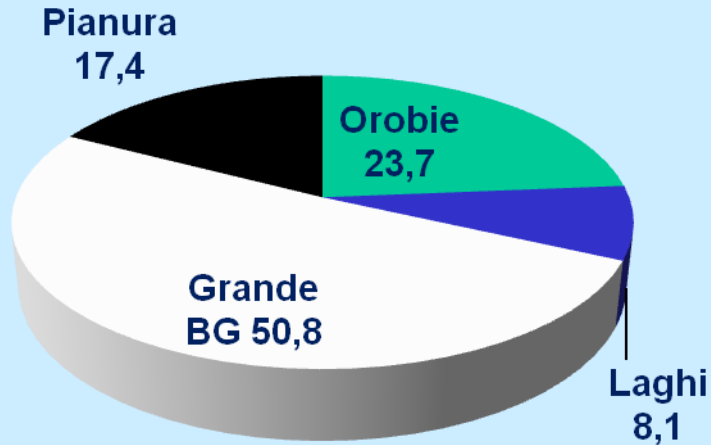


RIPARTIZIONE DEL TERRITORIO PROVINCIALE PER SISTEMI TURISTICI E AREE FUNZIONALI



IL TURISMO DOVE (% 2013)

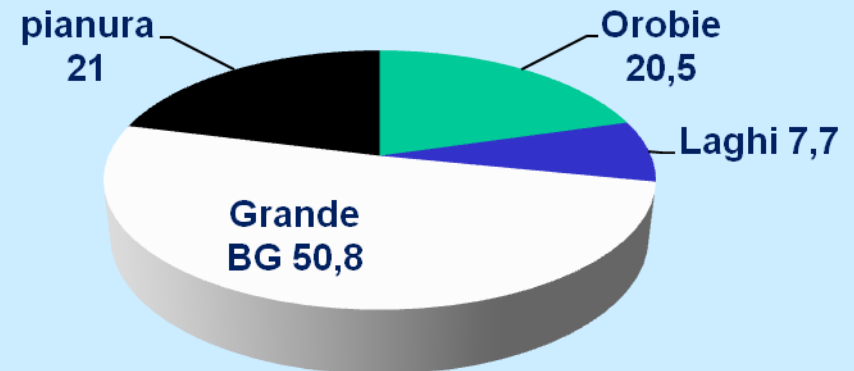
quote presenze



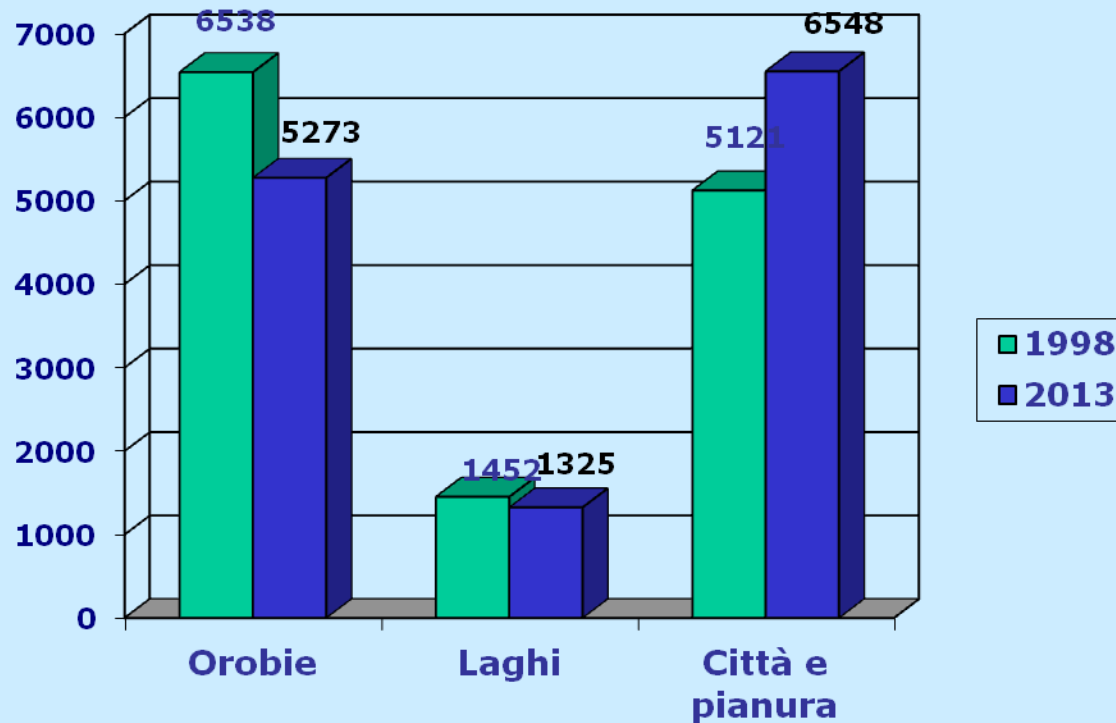
PRES. TOTALI: 1.760.000

**PRES. ALBERGH.: 1.363.000
(77%)**

quote presenze



DINAMICA ALBERGHIERA DI LUNGO PERIODO (P.L.)



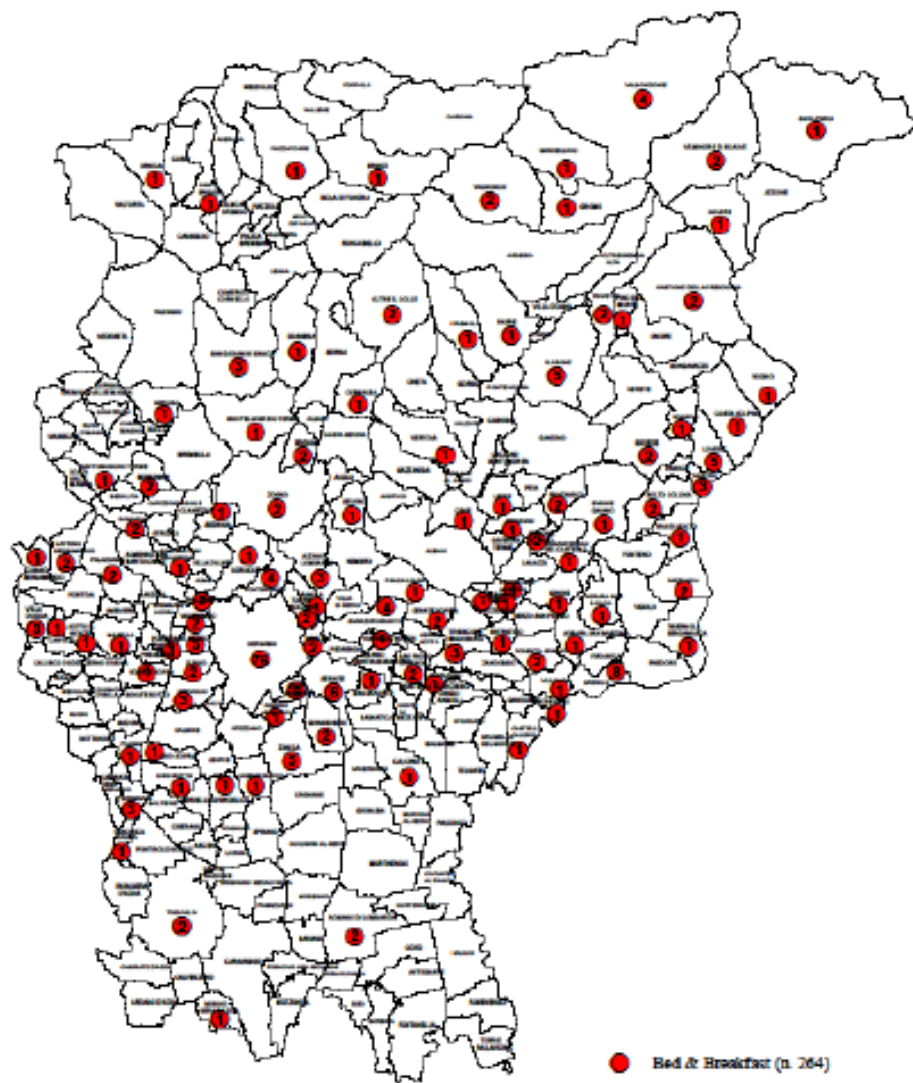
Orobie: -40 alberghi; - 19 % p.l.

Laghi: -7 alberghi; - 9 % p.l.

BG –pianura: +29 alberghi; +28 % p.l.

1998-2013

BED & BREAKFAST

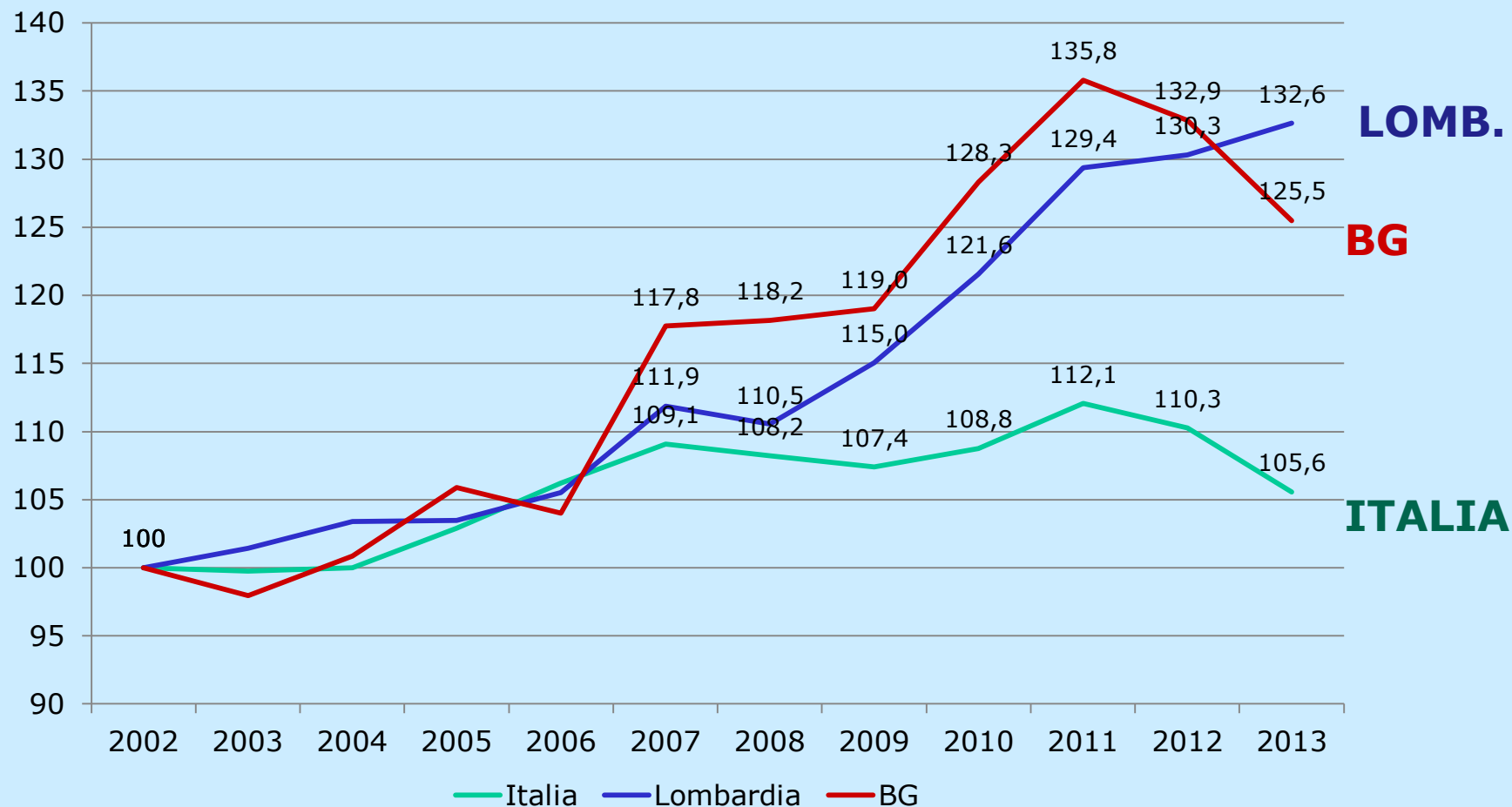


CONCLUSIONI DEL QUADRO GENERALE

- **IL RUOLO DEL TURISMO SOTTO IL PROFILO ECONOMICO E' SECONDARIO E CONFINATO IN ALCUNI AMBITI TERRITORIALI (Alte Valli, Sebino, Città e cintura)**
- **LE TRE MACRO-AREE ESPRIMONO MERCATI E TENDENZE DIVERSE. I DATI PROVINCIALI SONO DATI MEDI DI TENDENZE DIVERSE**
- **E' IN ATTO UNA CONTRAZIONE DELL'OFFERTA ALBERGHIERA NELLE VALLI ACCOMPAGNATA DA UNA RIQUALIFICAZIONE**
- **FORTE INCREMENTO DELL'OFFERTA RICETTIVA NELLA GRANDE BG E IN PIANURA NELL'ULTIMO DECENNIO CON ASSESTAMENTO NEGLI ULTIMI ANNI**

Evoluzione delle presenze turistiche 2002-'13

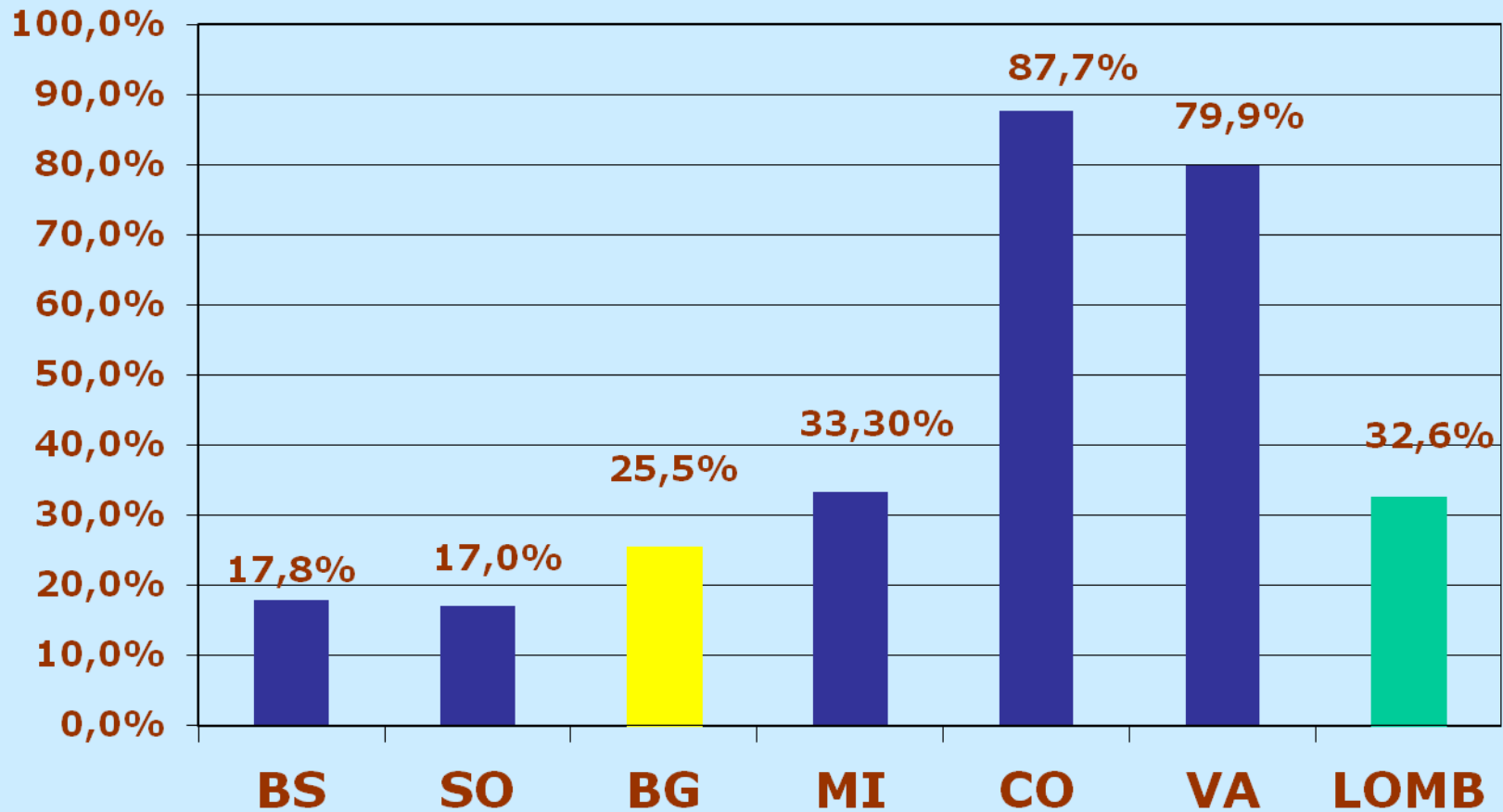
(Numeri indice. 2002=100)



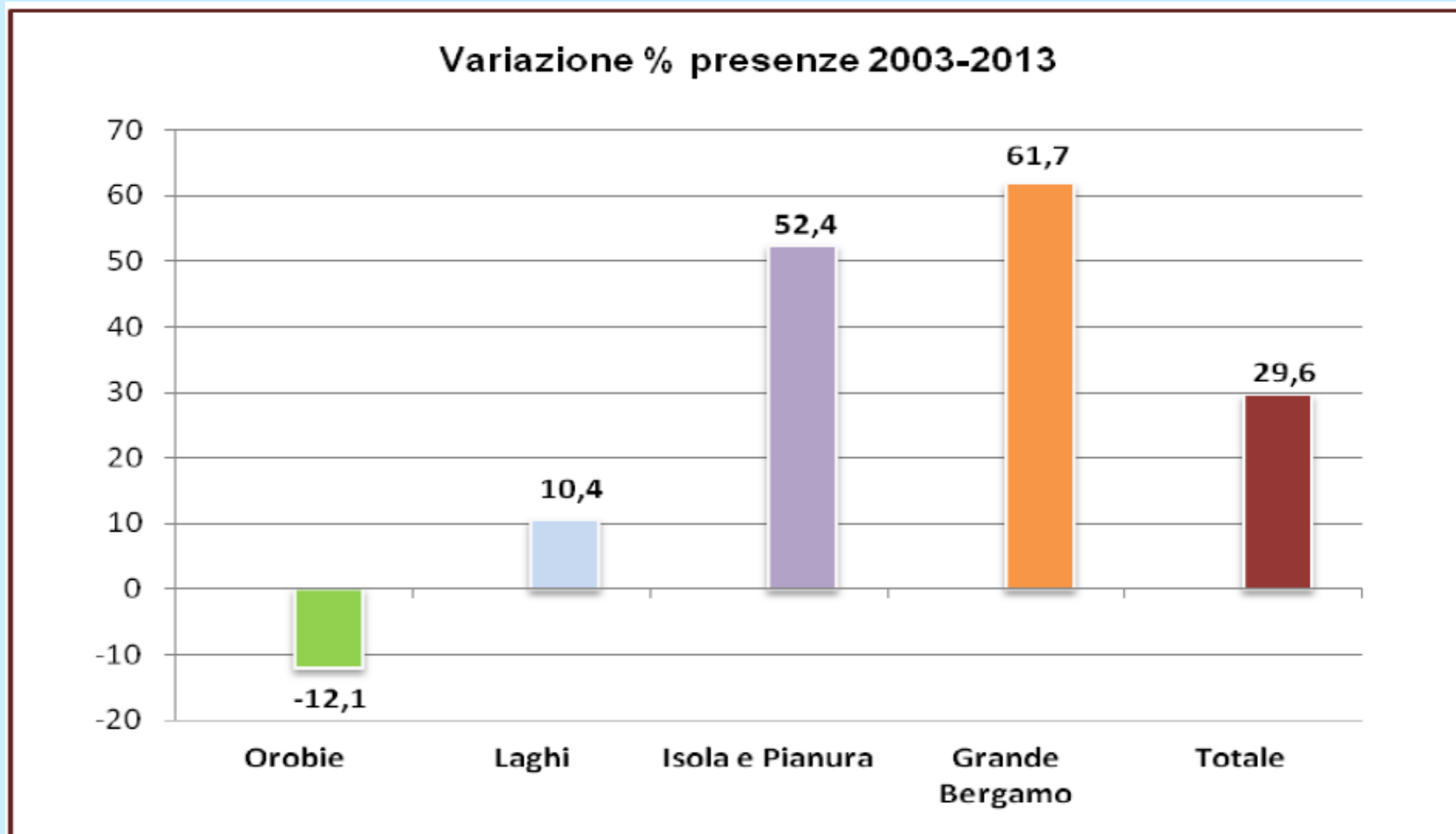
LE ALTRE PROVINCE LOMBARDE

(variazione % presenze)

2002 - 2013

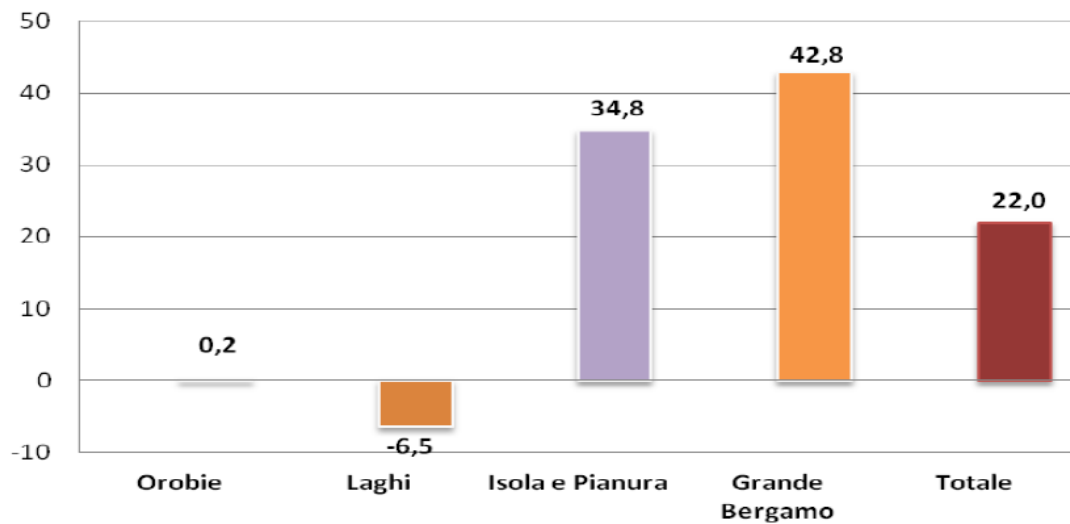


LO SVILUPPO DEL TURISMO NELLE AREE

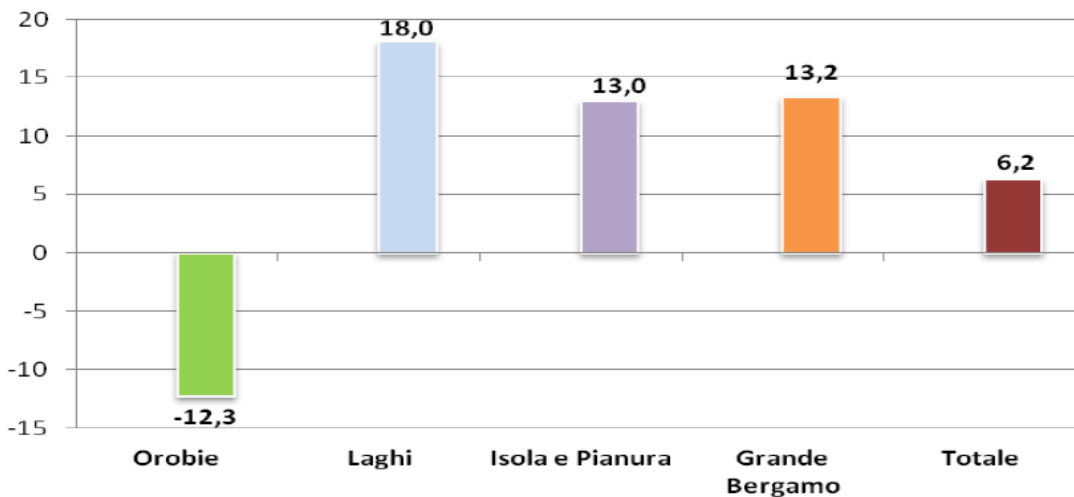


LO SVILUPPO DEL TURISMO NELLE AREE

Variazione % presenze 2003-2008



Variazione % presenze 2008-2013



IL RUOLO DELL'AEROPORTO

VOLI DI LINEA
2012



Orio 2013:

**9,0 ml.pax,
(+0,8%)**

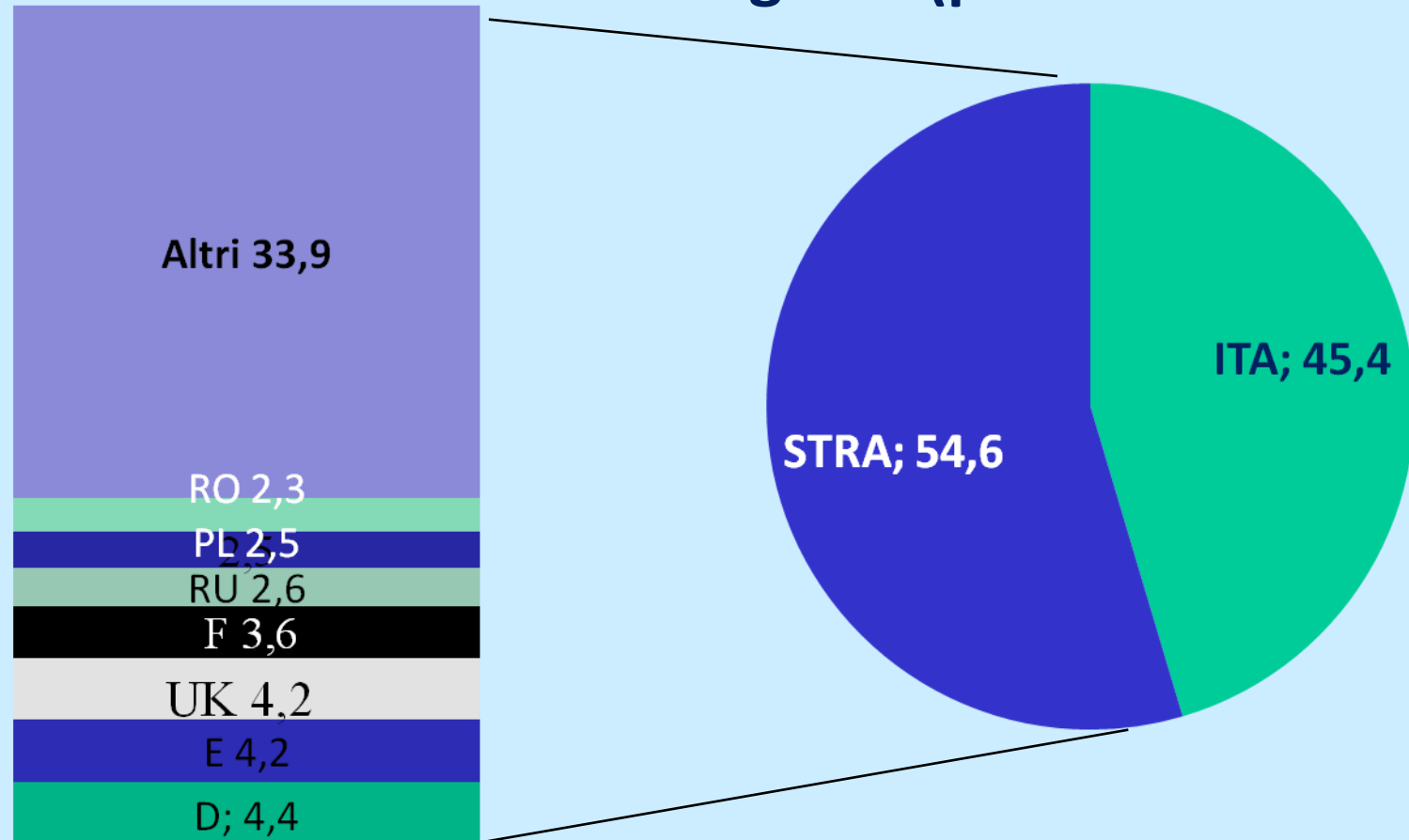
**98 dest. estere +
14 dest.ital.**

BERGAMO: da città d'affari a città turistica



QUALE TURISMO NELLE AREE

La Grande Bergamo (presenze % 2013)



Durata media soggiorno: 1,7 gg. (str.1,8; ita.: 1,7)

QUALE TURISMO NELLE AREE

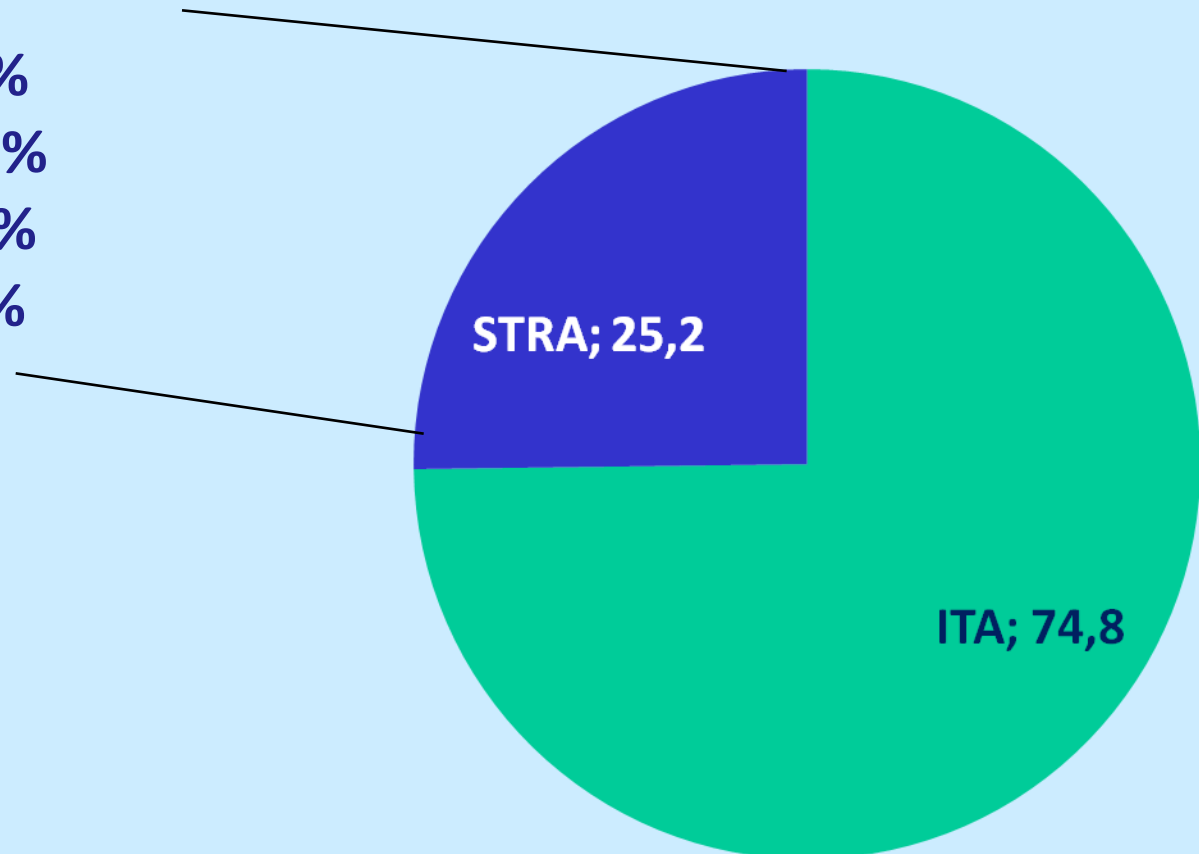
Isola e pianura (presenze %.2013)

RM: 3,9%

D: 3,0 %

F: 2,1 %

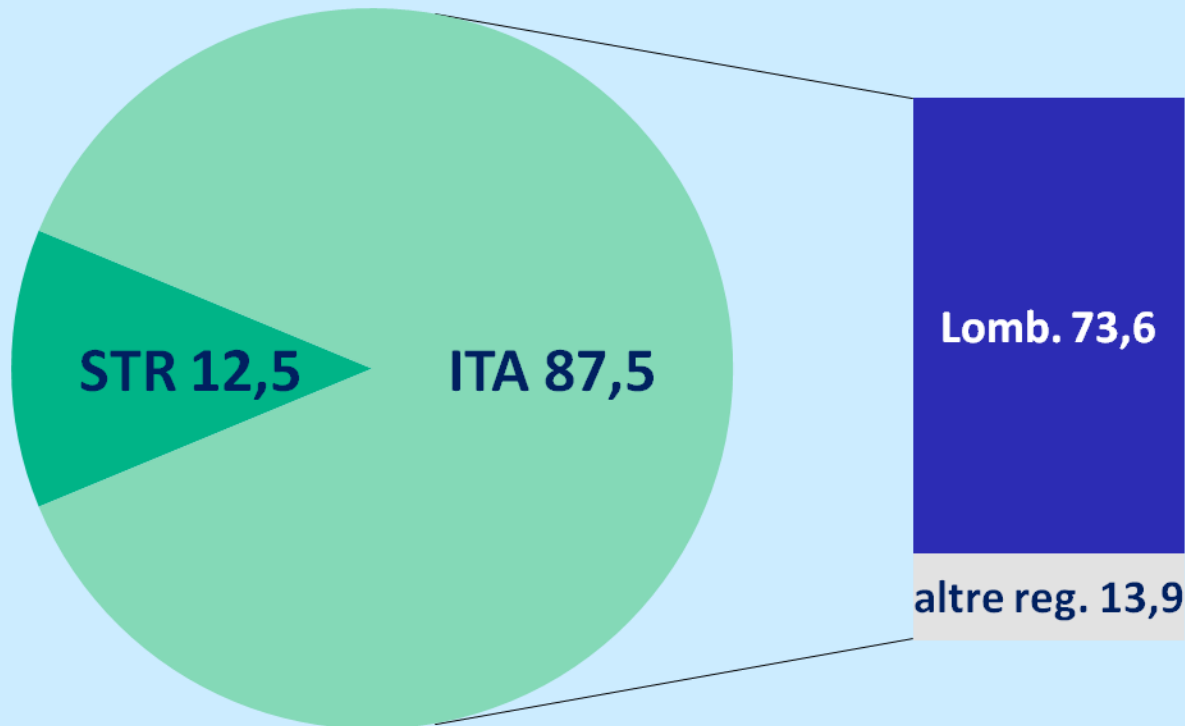
E: 0,8%



Durata media soggiorno: 1,6 gg. (str.2,0; ita.: 1,5)

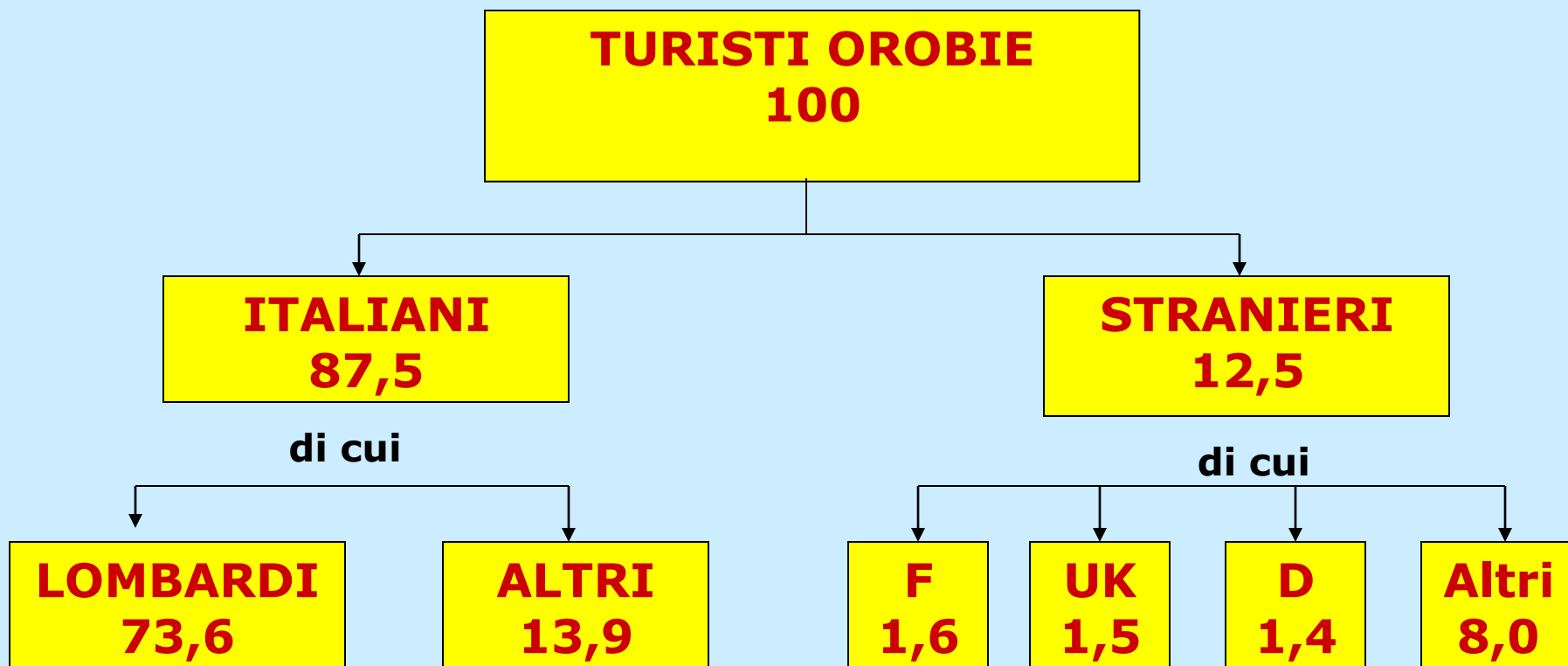
QUALE TURISMO NELLE AREE

Orobie (% presenze 2013)



Durata media soggiorno: 3,0 gg. (str.3,1; ita.: 2,5)

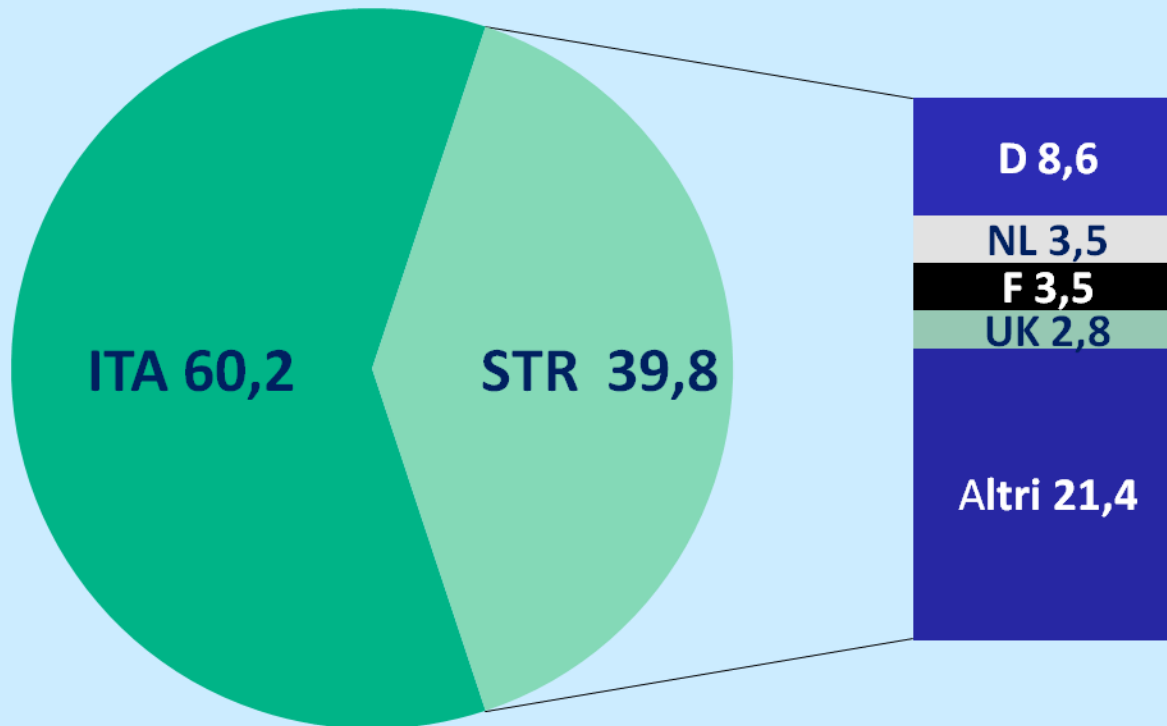
DA DOVE VENGONO I TURISTI DELLE OROBIE (2013)



NB: La quota degli stranieri è tornata ai livelli del 2001

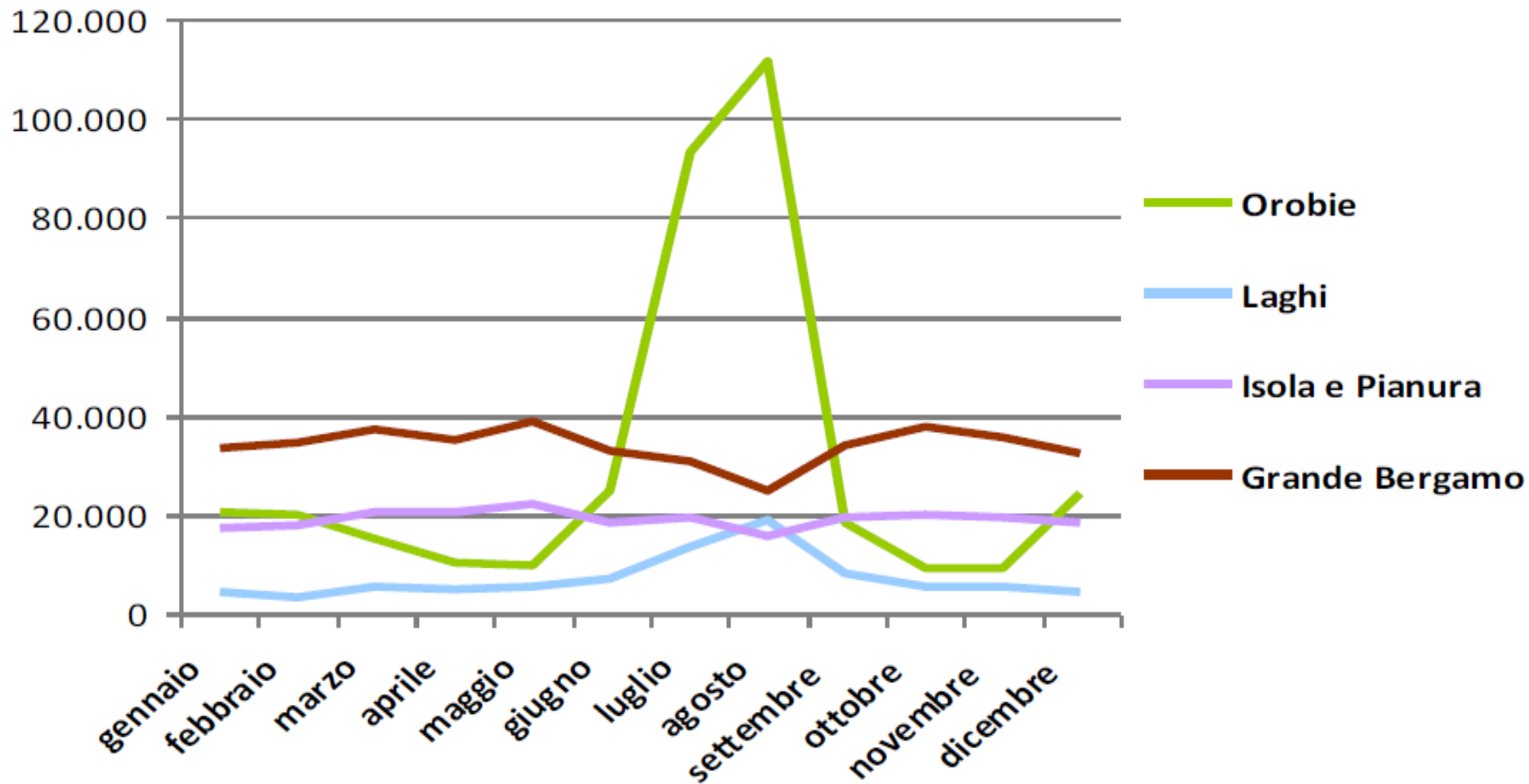
QUALE TURISMO NELLE AREE

Laghi (% presenze 2013)



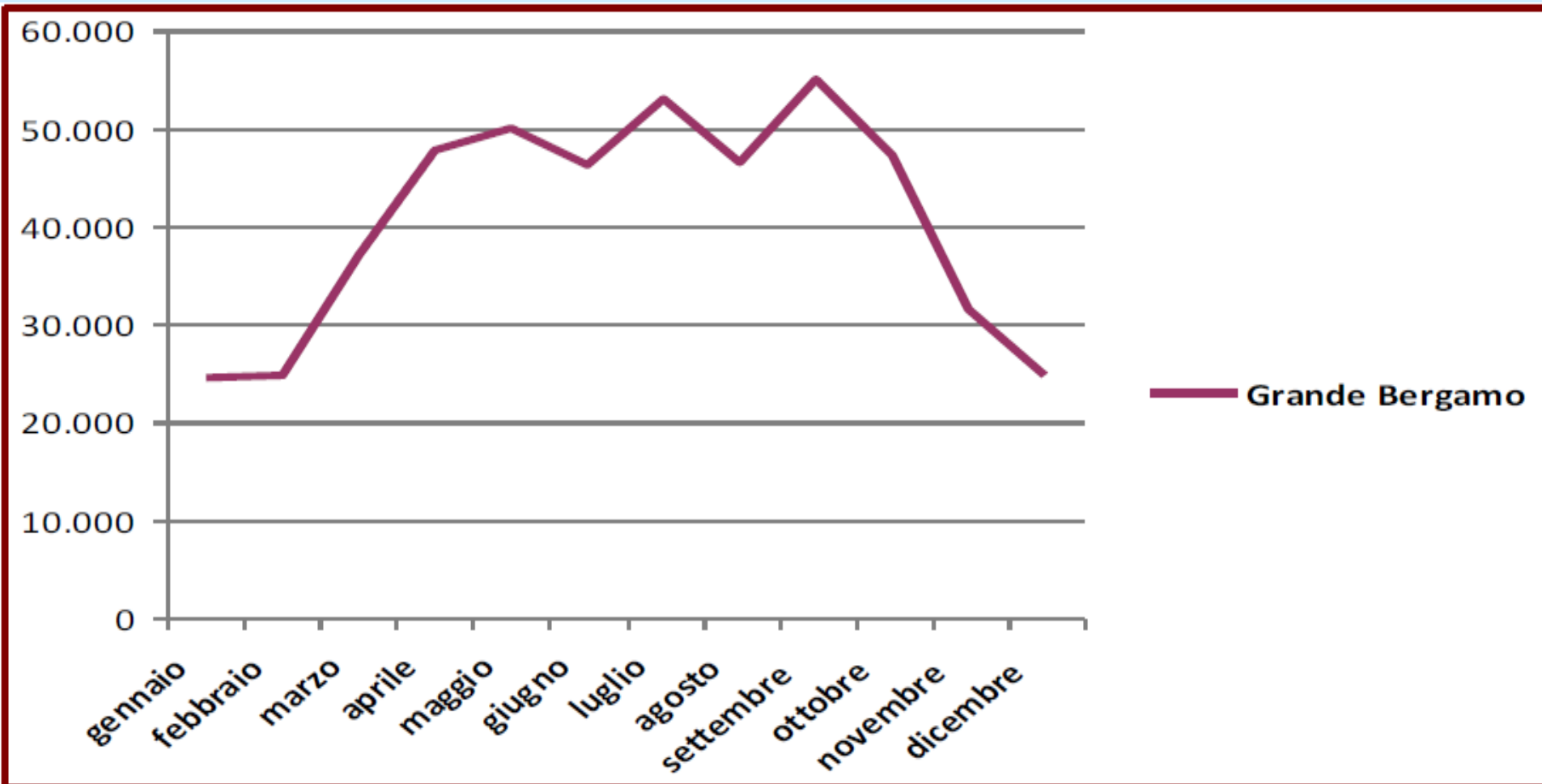
Durata media soggiorno: 2,7 gg. (str.3,0; ita.: 2,5)

LA STAGIONALITA' DEGLI ITALIANI ('13)



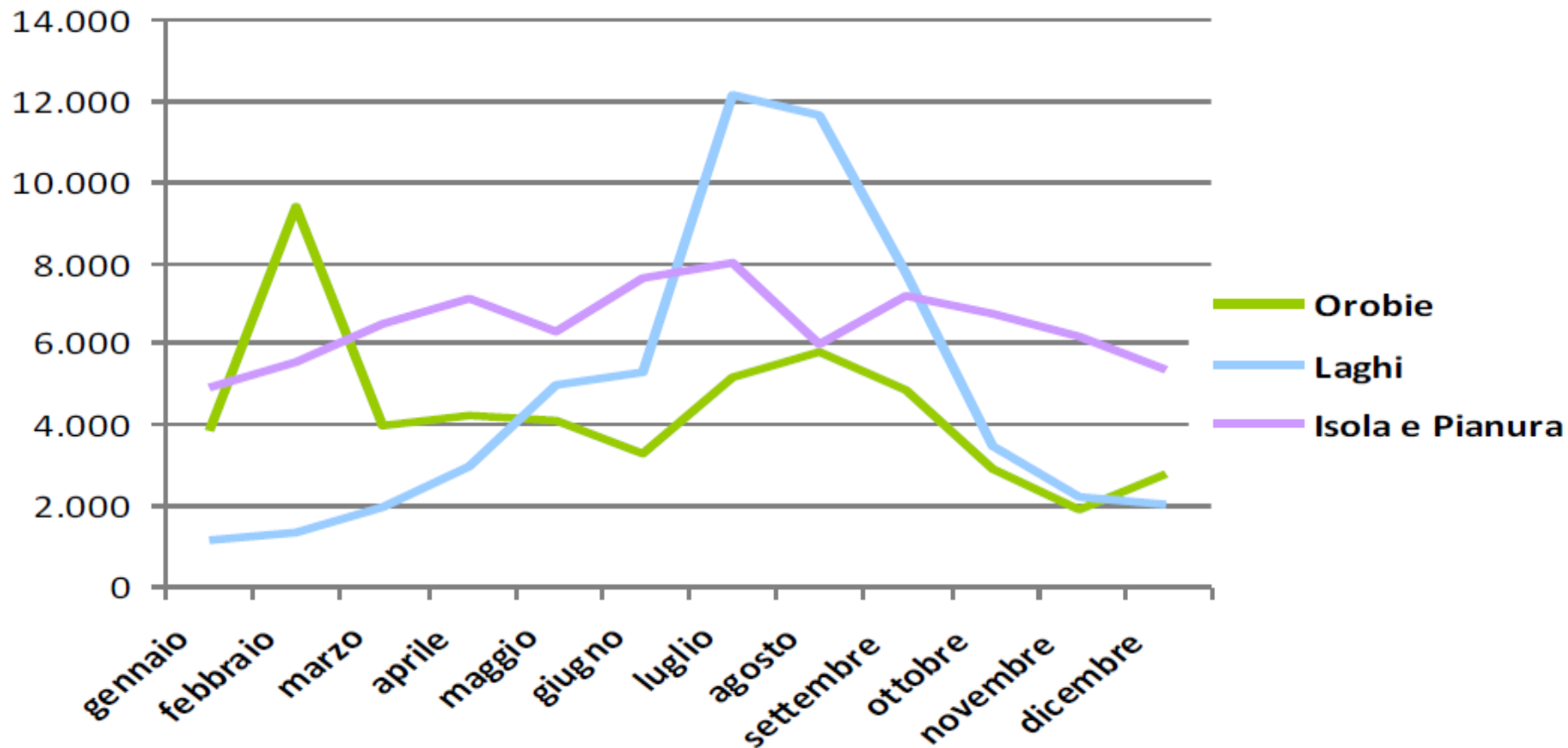
LA STAGIONALITA' DEGLI STRANIERI ('13)

Grande Bergamo



LA STAGIONALITA' DEGLI STRANIERI ('13)

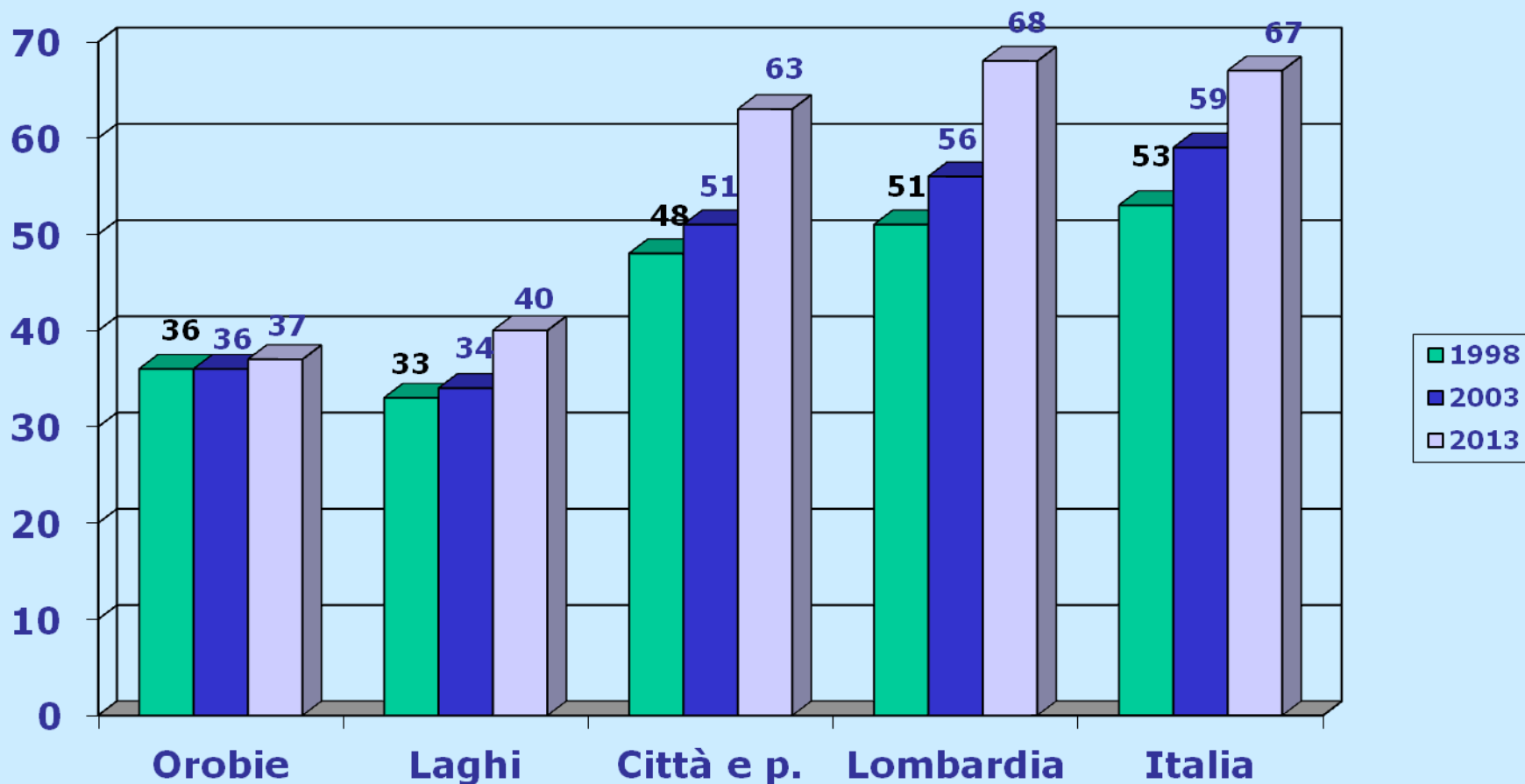
Orobie, Laghi e Pianura



LA DURATA MEDIA DEL SOGGIORNO

GG.	1998	2003	2008	2013
Orobie	5,0	4,5	4,1	3,0
Laghi	4,5	4,5	3,1	2,7
Città e pian.	2,1	2,0	BG 1,8 P.1,6	BG 1,7 P: 1,6
TOTALE	2,9	2,6	2,2	1,9

PUNTO DEBOLE: LA DIMENSIONE ALBERGHIERA



OROBIE BERGAMASCHE

Movimento turistico (2013)			
Presenze (2013)	417.892	Variatz. alberghi 2008-2013 (n.)	-9
Arrivi (2013)	138.518	Variatz. p.l. albergh.1998-13(%)	-19,0
Permanenza media (gg) 2013	3,0 gg.	Variatz. dimensione med. Alb. 1998-2012	da 36 a 37 p.l.
Densità turistica (pres./popol.)	2,3	Variatz. 1998-2012 quota alb. 3-4 stelle	Da 46 a 77%
Incidenza stranieri (% pres) '13	12,5		
Incidenza turismo alberghiero(%) '12	66,8	Strutture extralberghiere (2012)	
Permanenza media alberg. (gg)	3,0	Agriturismo (n. e pl.)	26 -356
Var. presenze 2013/2003(%)	- 12,1	B&B (n e pl)	63-338
Var. presenze 2012/2007 (%)	-12,3	Abitazioni per vacanza	56.500
Strutture alberghiere (2012)		Posti letto abitazioni per vacanza	225.000
Alberghi (2013)	141		
Posti letto (2013)	5.273		
Dimensione media albergh.(p.l)	37,4 p.l.		
Utilizzo lordo alberghiero(%)'13	14,5	Popolazione residente	223.000
Quota % p.l.alb. 3-4 stelle '13	75		A.Macchiavelli

Incidenza % dei flussi italiani e straniere per valli ed aree funzionali. Presenze 2013 .

Aree funzionali	Valle Imagna			Valle Brembana			Valle Seriana e Scalve			Totali		
	Italia	Eestero	Totale	Italia	Eestero	Totale	Italia	Eestero	Totale	Italia	Eestero	Totale
Area Sciistica				89,1	10,9	100	94,0	6,0	100	92,4	7,6	100
Area Vacanziera	83,2	16,8	100	79,8	20,2	100	89,9	10,1	100	85,0	15,0	100
Area Produttiva	60,1	39,9	100	57,3	42,7	100	64,3	35,7	100	62,8	37,2	100
Totale	79,1	20,9	100	84,8	15,2	100	90,1	9,9	100	87,5	12,5	100

IL NODO DELLE ABITAZIONI TURISTICHE

Stima % di abitazioni turistiche occupate mediamente nei 3 mesi di “punta”

	Rota I.	Foppolo	Serina	Selvino	Castione	Schilpario
1°m	80-90%	n.q.	55-60%	65-75%	25-30%	60-70%
2°m	50-60%	15-25%	47-53%	45-55%	10-30%	25-30%
3°m	25-30%	n.q.	18-22%	10-20%	10-15%	18-23%

Nel corso dell'anno i giorni di utilizzo effettivo non dovrebbero superare mediamente i

60-80 gg.

secondo le destinazioni

NB. L'indagine Mercury stima nel 2003: 53 gg per la Provincia di BG

IL NODO DELLE ABITAZIONI TURISTICHE

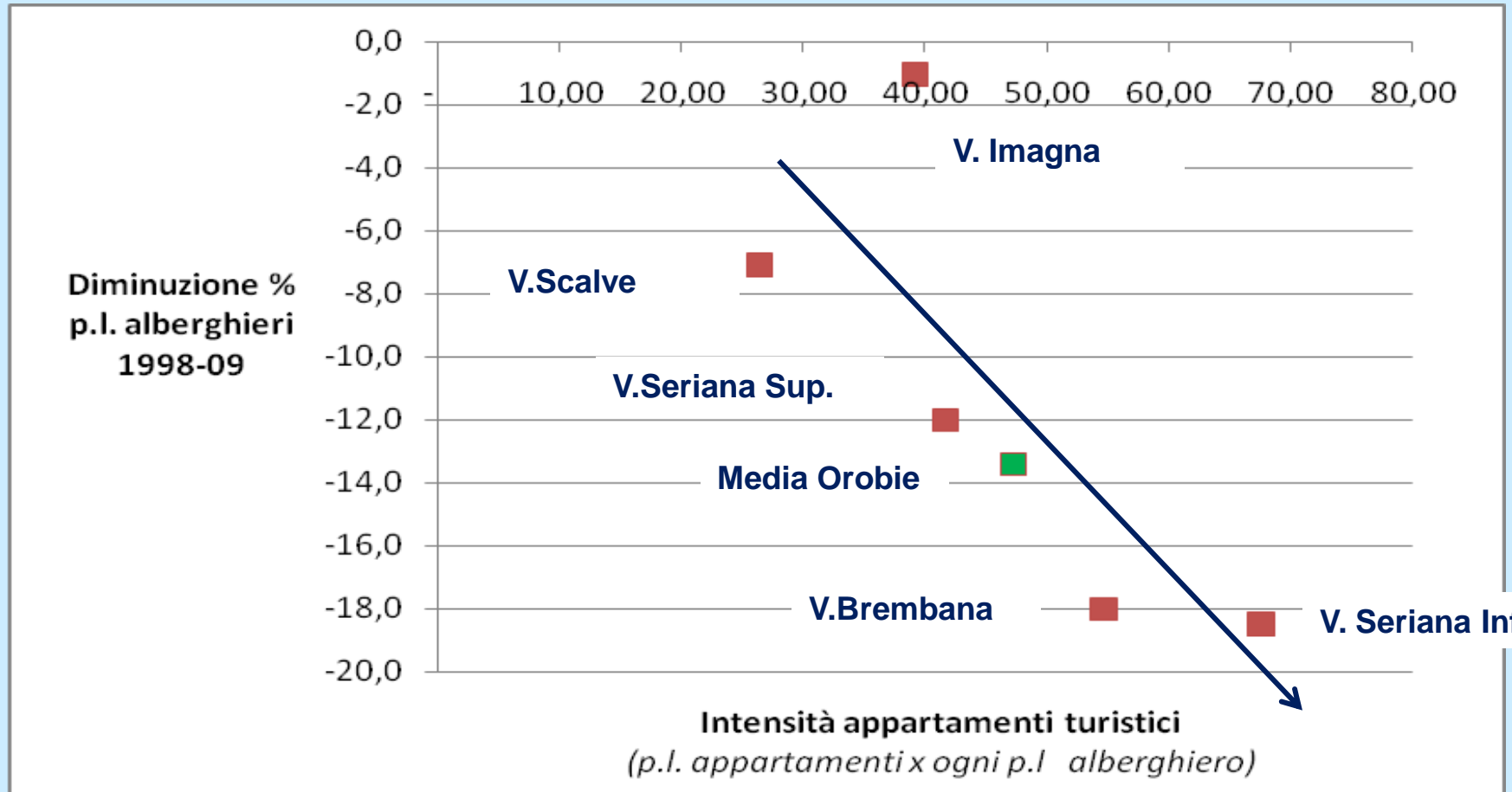
Il circolo vizioso delle località turistiche



IL NODO DELLE ABITAZIONI TURISTICHE

Le implicazioni sull'offerta alberghiera

Incidenza appartamenti turistici e diminuzione posti letto alberghieri

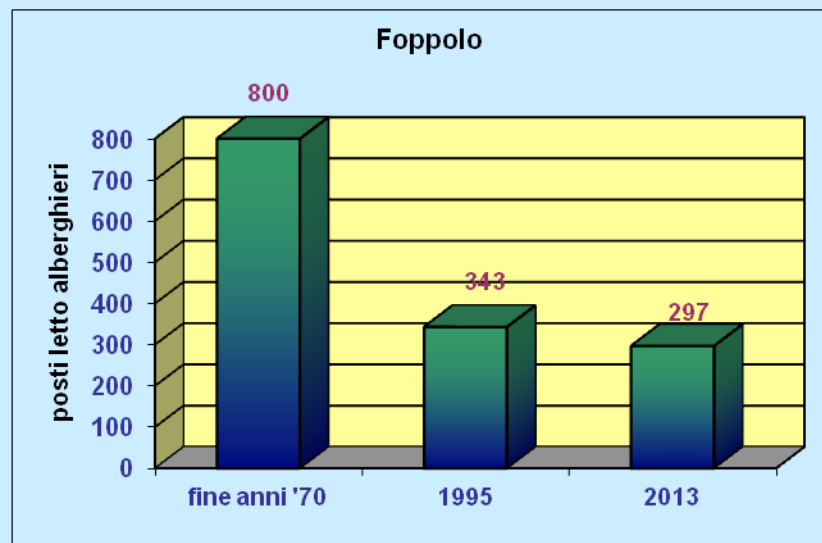
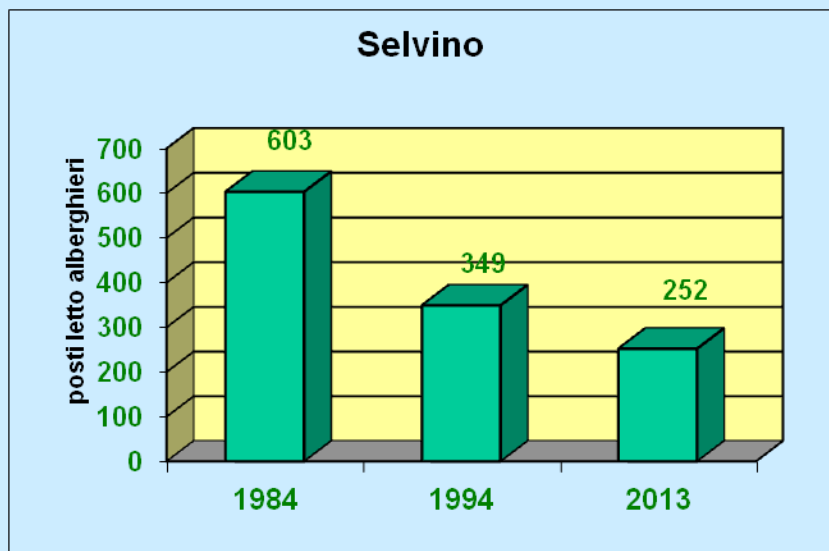


Fonte: ISTAT e Osservatorio Turistico Provinciale

IL NODO DELLE ABITAZIONI TURISTICHE

Le implicazioni sull'offerta alberghiera

Evoluzione posti letto alberghieri in due località a forte intensità di appartamenti turistici



OROBIE BERGAMASCHE

Punti di forza

Risorse naturali di pregio: ambienti verdi (val Seriana), cime e itinerari alpinistici ed escursioni.

Identità territoriale: espressioni della cultura contadina e prodotti gastronomici di eccellenza (formaggi)

Risorse artistiche diffuse nel territorio

**Fonti termali (Valle Imagna)
Piste ciclabili**

Vicinanza area metropolitana

Presenza consorzi

Punti di debolezza

Presenze industriali nelle basse valli (traffico commerciale)

Declino di buona parte dell'offerta alberghiera. Oggettive difficoltà di riqualificazione

Elevata densità di abitazioni turistiche, con basso livello di utilizzo.

Stazioni sciistiche con aree sciabili limitate. Scarsa integrazione. Quote non elevate.

Frammentarietà offerta museale

Debole immagine unitaria

OROBIE BERGAMASCHE

Rischi

Tendenza al pendolarismo giornaliero e soggiorno breve.

Dallo scarso utilizzo delle seconde case presenze concentrate e complessivamente scarse.

La qualità mediamente bassa degli alberghi induce un ridimensionamento delle presenze

Deboli condizioni di competitività delle stazioni sciistiche anche per rischio scarso innevamento.

Cultura turistica debole e statica che non favorisce il rinnovamento

Forte campanilismo vallivo che non favorisce strategie unitarie.

Opportunità

La vicinanza dell'area metropolitana garantisce un mercato molto vasto.

L'aeroporto di Orio consente facile accessibilità ai mercati internazionali.

Le risorse ambientali e culturali possono stimolare l'apertura verso mercati nuovi.

Possibili forme di specializzazione per alcune località

Integrazione delle risorse per località delle stesse valli

Il forte senso di appartenenza potrebbe essere orientato a strategie unitarie.

In corso la riqualificazione di Foppolo

LE OROBIE: conclusioni

Un'area che deve.....

- **Concepirsi unitariamente**
- **Identificare e valorizzare i propri fattori di attrazione** (identità culturale, risorse ambientali....)
- **Fare i conti con mercati diversi**



Strategia condivisa

LAGHI

Movimento turistico (2013)			
Presenze	141.974	Variazione alberghi 2008-13	-4
Arrivi	53.525	Variaz. p. l. albergh. 2011/2006	+ 5,3%
Permanenza media (gg)	2,7	Variaz. dimensione med. Alb.1998-2012	Da 34 a 40
Densità turistica (pres./popol.)	1,5	Variaz. 1998-2012 quota alb. 3-4 stelle	Da 49 a 83,4 %
Incidenza stranieri (%)	39,8		
Incidenza turismo albergh.(%)	74,0	Strutture extralberghiere (2012)	
Permanenza media alberg. (gg)	2,4	Agriturismo (n. e pl.)	10-128
Var. presenze 2013/ 2003 (%)	10,4	B&B (n e pl)	48-267
Var. presenze 2013/2008 (%)	18,0	Abitazioni per vacanza	8.000
Strutture alberghiere (2012)		Posti letto abitazioni per vacanza	30.000
Alberghi	33		
Posti letto	1.325		
Dimensione media albergh.(p.l)	40,2		
Utilizzo lordo alberghiero (%)	21,7	Popolazione residente	90.000
Quota % p.l. alb.3-4 stelle	82,9		A.Macchiavelli

AREA LAGHI

- **Area in sensibile evoluzione, con iniziative imprenditoriali**
- **area con funzioni diverse (affari, soggiorno lacuale, escursionismo domenicale, terme...)**
- **difficile coordinamento: già 3 Comunità Montane**
- **Mercato estero indotto anche dall'aeroporto. La domanda estera cresce**
- **Mercato italiano diverso da quello estero**
- **verso una strategia unitaria con la sponda bresciana**

GRANDE BERGAMO

Mov. turistico (2013) GRANDE BERGAMO		G.BERGAMO +Is. e PIANURA	
Presenze	893.317	Variaz. Alberghi 2008-2012 (n.)	+5; -2
Arrivi	517.734	Variaz. P. l. alber. 2008-2013 (%)	19%-9,7%
Permanenza media (gg)	1,7	Variaz. dimensione med. alb. 1998-2010	Da 48 a 62
Densità turistica (pres./popol.)		Variaz. 1998-2011 quota alb. 3-4 stelle	Da 78 a 93
Incidenza stranieri (%)	54,6		
Incidenza turismo alberghiero(%)	77,4	Strutture extralberghiere (2012)	
Permanenza media alberg. (gg)	1,6	Agriturismo (n. e pl.)	21-335
Var. presenze 2013/ 2003 (%)	61,7	B&B (n e pl)	153-791
Var. presenze 2013/2008 (%)	13,2	Abitazioni per vacanza	17.000
Strutture alberghiere (2012) G.BERGAMO + ISOLA E PIANURA		Posti letto abitazioni per vacanza	65.000
Alberghi	60+45		
Posti letto	4.334+2214		
Dimensione media albergh.(p.l)	72,2 - 49,2		
Utilizzo lordo alberghiero (%)	43,7+ 35,4		
Quota % p.l.alberg. 3-4 stelle	93,5 + 93,3		A.Macchiavelli

ISOLA E PIANURA

Mov. turistico (2013) ISOLA E PIANURA		BERGAMO E PIANURA	
Presenze	306.396		
Arrivi	195.571		
Permanenza media (gg)	1,6		
Densità turistica (pres./popol.)			
Incidenza stranieri (%)	25,2		
Incidenza turismo alberghiero(%)	93,4		
Permanenza media alberg. (gg)	1,5		
Var. presenze 2013/ 2003 (%)	52,3		
Var. presenze 2013/2008 (%)	13,0		
Strutture alberghiere (2011)			
BERGAMO E PIANURA			
Alberghi	105		
Posti letto	6.548		
Dimensione media albergh.(p.l)			
Utilizzo lordo alberghiero (%)			
Quota % p.l.alberg. 3-4 stelle			

GRANDE BERGAMO

Punti di forza

Aeroporto di Orio

Forte componente di turismo d'affari (domanda rigida)

Risorse artistiche e culturali di grande pregio in un contesto di area verde (Parco dei colli)

Centro fieristico in posizione strategica (aeroporto, autostrada)

Condizioni ideali per turismo congressuale

Importanti risorse artistiche anche nei comuni del territorio

Punti di debolezza

Tassi di utilizzo delle camere spesso elevati in settimana con scarso spazio per turismo leisure

Situazione viabilistica non sempre adeguata

Eventi poco orientati al mercato turistico

In evoluzione il profilo del turista

GRANDE BERGAMO

Rischi

Cambiamento dei mercati indotto dai collegamenti aerei di Orio.

I prezzi alti (rigidità) possono favorire il pendolarismo giornaliero

Cultura della popolazione non turistica, che non favorisce orientamenti nuovi.

Opportunità

L'esistenza dell'aeroporto consente di concentrare la promozione sulle aree collegate

L'aeroporto collega anche città italiane. Guardare anche al mercato nazionale

Bergamo è città di Donizetti. Grandi potenzialità del mercato "musicale"

Potenzialità di collegamento della città con risorse culturali e ambientali esterne

Forme di collaborazione con altre città d'arte

ISOLA E PIANURA

Punti di forza

Punti di debolezza

Aeroporto di Orio

Area industriale e turismo commerciale

Possibilità di fruizione di aree e ambienti fluviali

Scarsissima cultura turistica della popolazione

Piste ciclabili

Castelli (da attrezzare)

Crespi d'Adda e archeologia industriale

GRANDE BERGAMO

- **I flussi arrivano: ma cambiano in conseguenza delle politiche delle compagnie aeree**
- **Lo sviluppo di Orio non è infinito...**
- **Ma Orio ha fatto conoscere Bergamo agli stranieri. Le provenienze sono cambiate. Ci sono ampi margini sugli Italiani**
- **Le risorse potenziali sono enormi (Es. la Carrara e Donizetti); oggi alcune sono pressochè insignificanti**

**Riqualficare e gestire
l'esistente**

CARATTERI E PROBLEMI DEL TURISMO IN PROVINCIA DI BERGAMO

**Andrea Macchiavelli- CeSTIT, Università di
Bergamo**