

# **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, Brembilla, San Pellegrino Terme, Sant'Omobono Terme, Almenno San Bartolomeo, Villa d'Almè, Sorisole, Alzano Lombardo, Albino, Casazza, Marone, Lago d'Iseo, Scanzorosciate, Trescore Balneario, Villongo, Iseo, Ponte San Pietro, Bergamo, Soriate, Treviolo, Dalmine, Stezzano, and Cornate d'Adda. Major roads are marked with shields for SS671, SS42, E64, and A4. The text 'LA MONTAGNA' is overlaid in large orange letters in the upper central part of the map.

**IL LAGO**

The text 'IL LAGO' is overlaid in large orange letters in the lower right quadrant of the map, pointing towards the Lago d'Iseo. The lake is depicted in blue and is situated in a valley between the mountains and the plain.

**BERGAMO E LA PIANURA**

The text 'BERGAMO E LA PIANURA' is overlaid in large orange letters at the bottom of the map, highlighting the city of Bergamo and the surrounding plain. The plain is shown in a lighter green color, indicating a lower elevation compared to the surrounding mountains.

# 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**



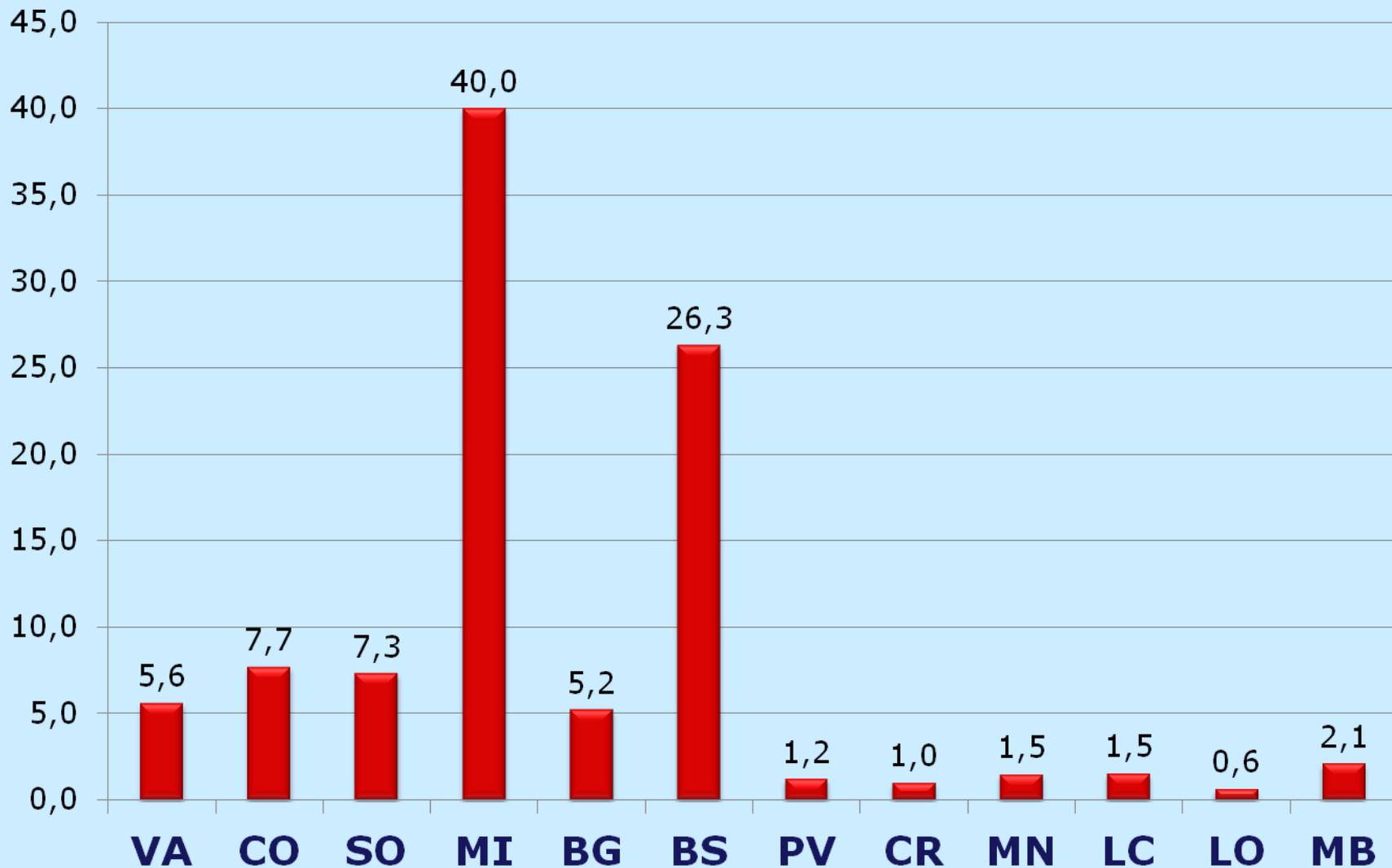
**Numero dei pernottamenti**

**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**

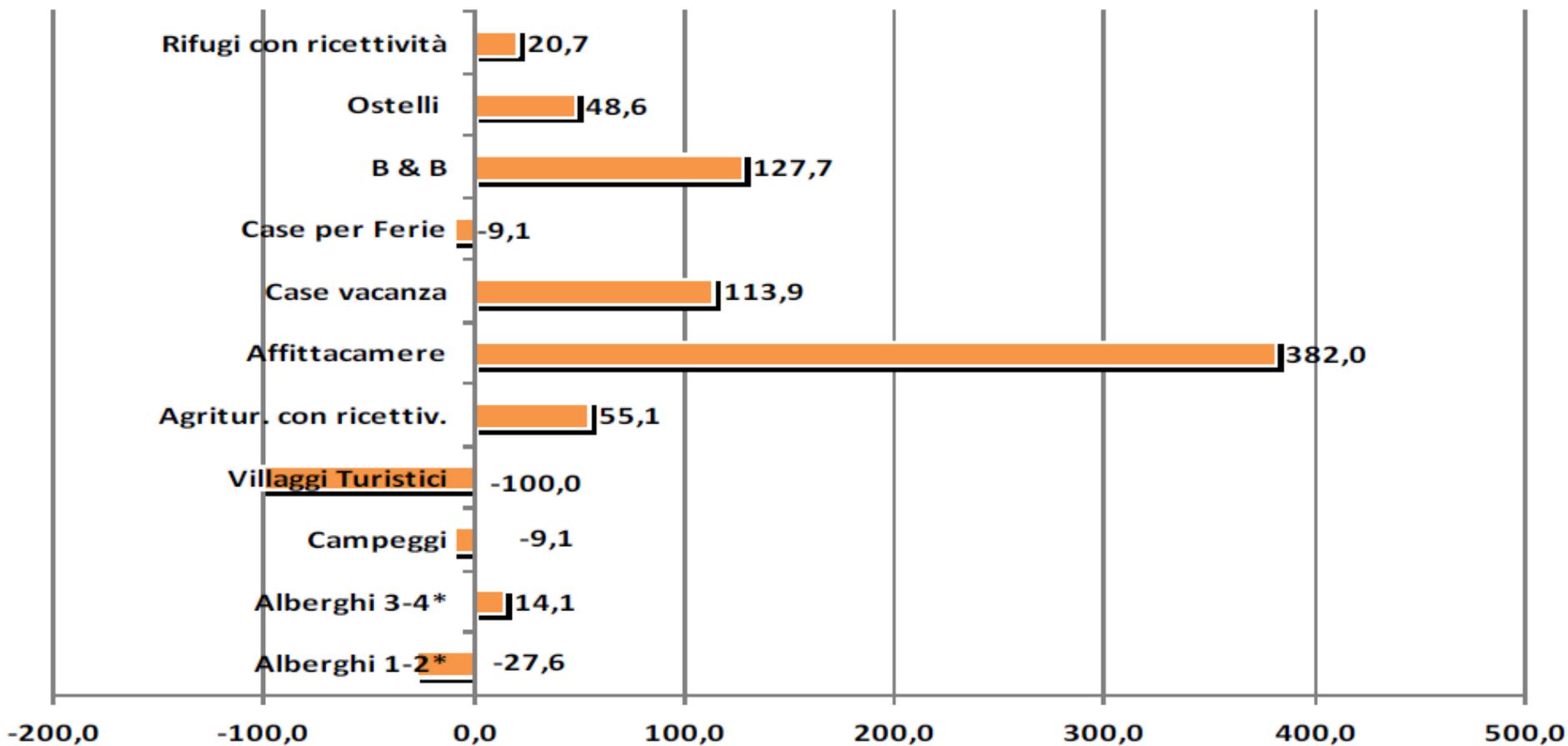
# LE CARATTERISTICHE DELL'OFFERTA RICETTIVA ('13)

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

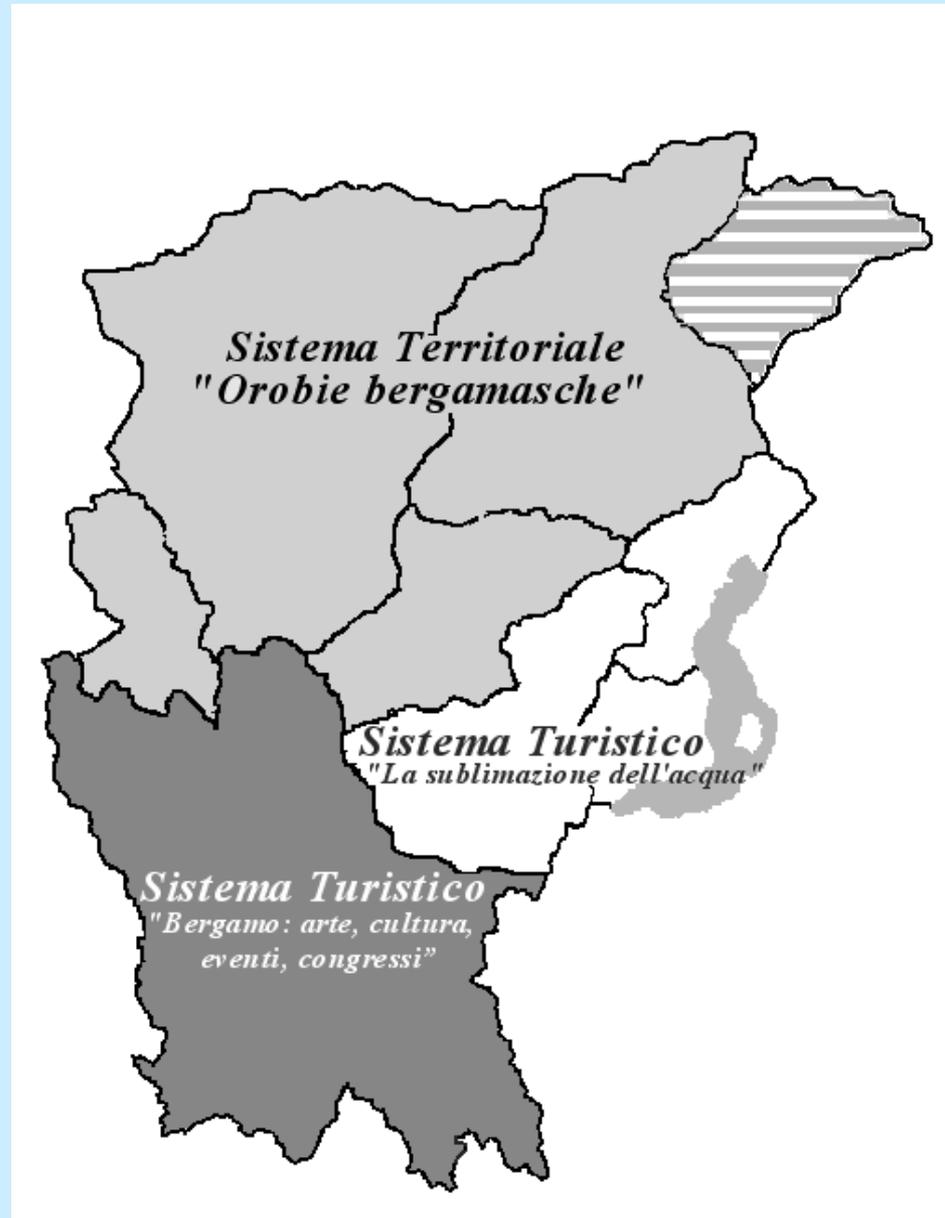
Italia: 67

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

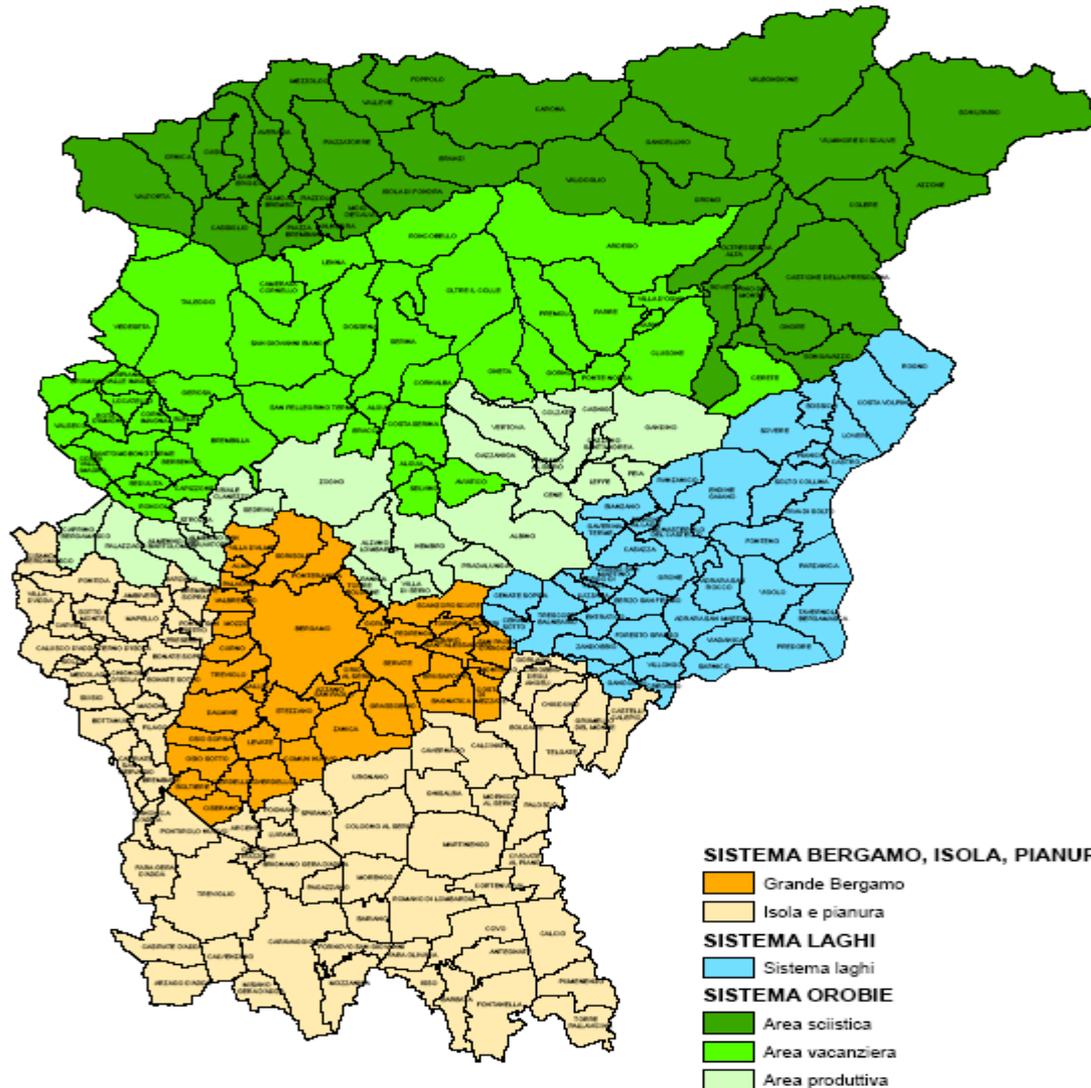
# Variazione % posti letto. 2008-2013



# I sistemi turistici della provincia di BG

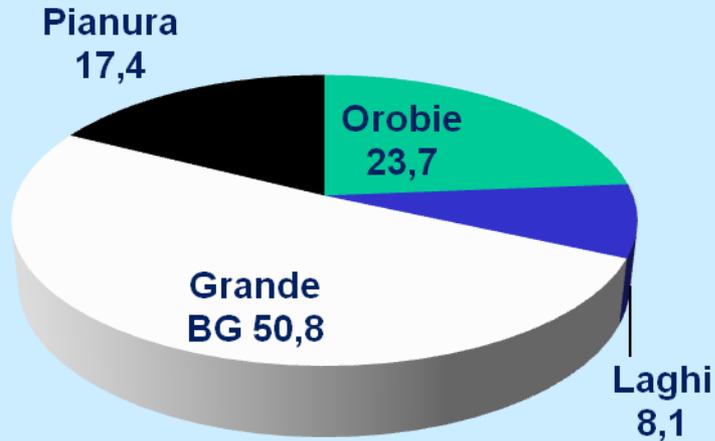


## RIPARTIZIONE DEL TERRITORIO PROVINCIALE PER SISTEMI TURISTICI E AREE FUNZIONALI



# IL TURISMO DOVE (% 2013)

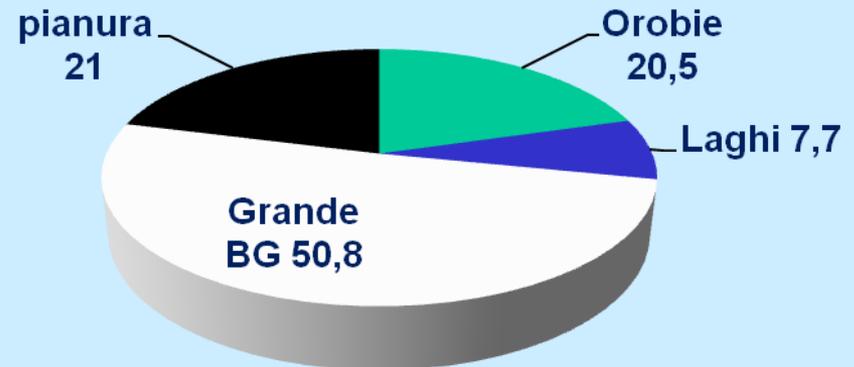
quote presenze



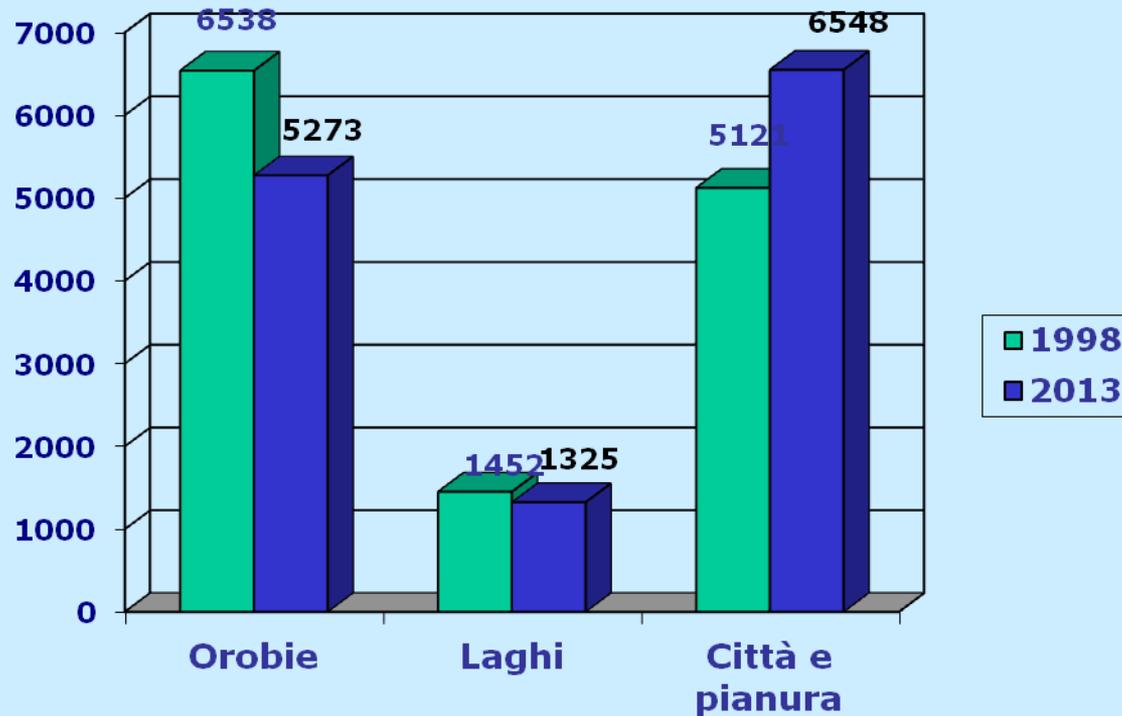
**PRES. TOTALI: 1.760.000**

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

quote presenze



# DINAMICA ALBERGHIERA DI LUNGO PERIODO (P.L.)



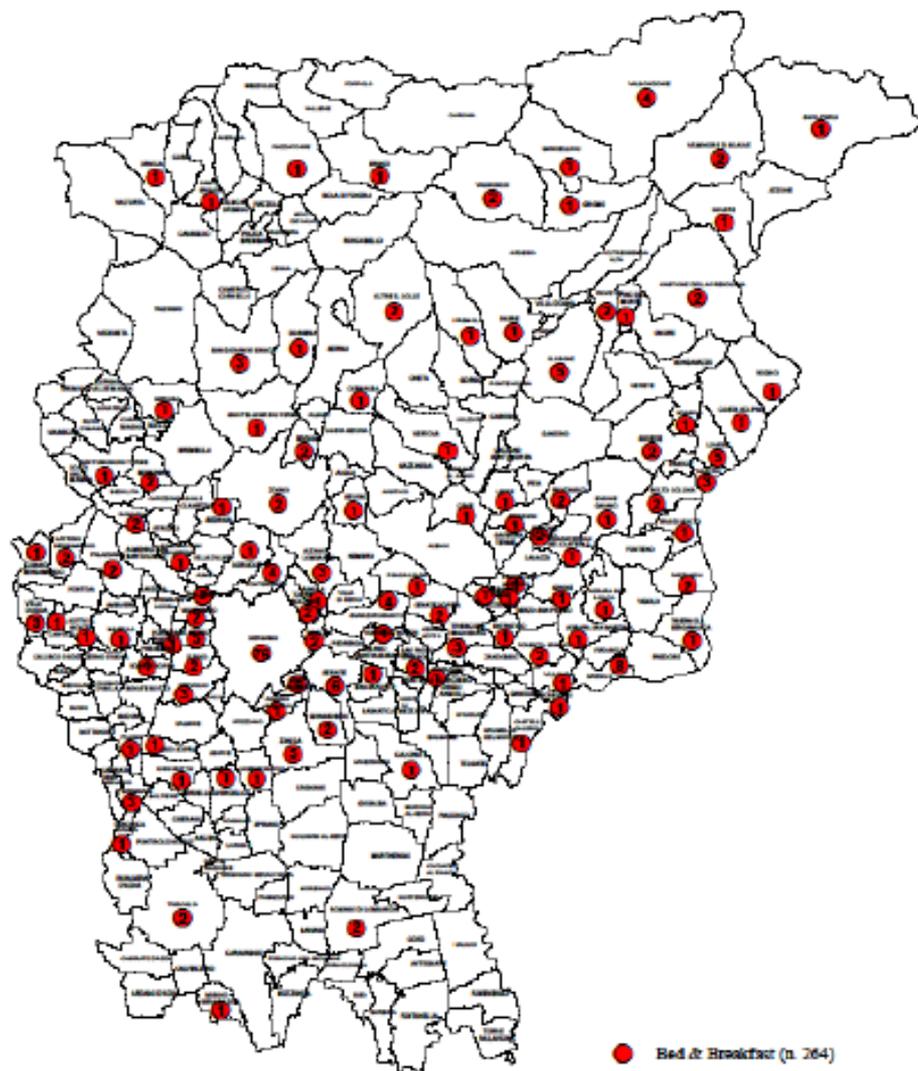
**Orobie: -40 alberghi; - 19 % p.l.**

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

**BG –pianura: +29 alberghi; +28 % p.l.**

**1998-2013**

## BED & BREAKFAST

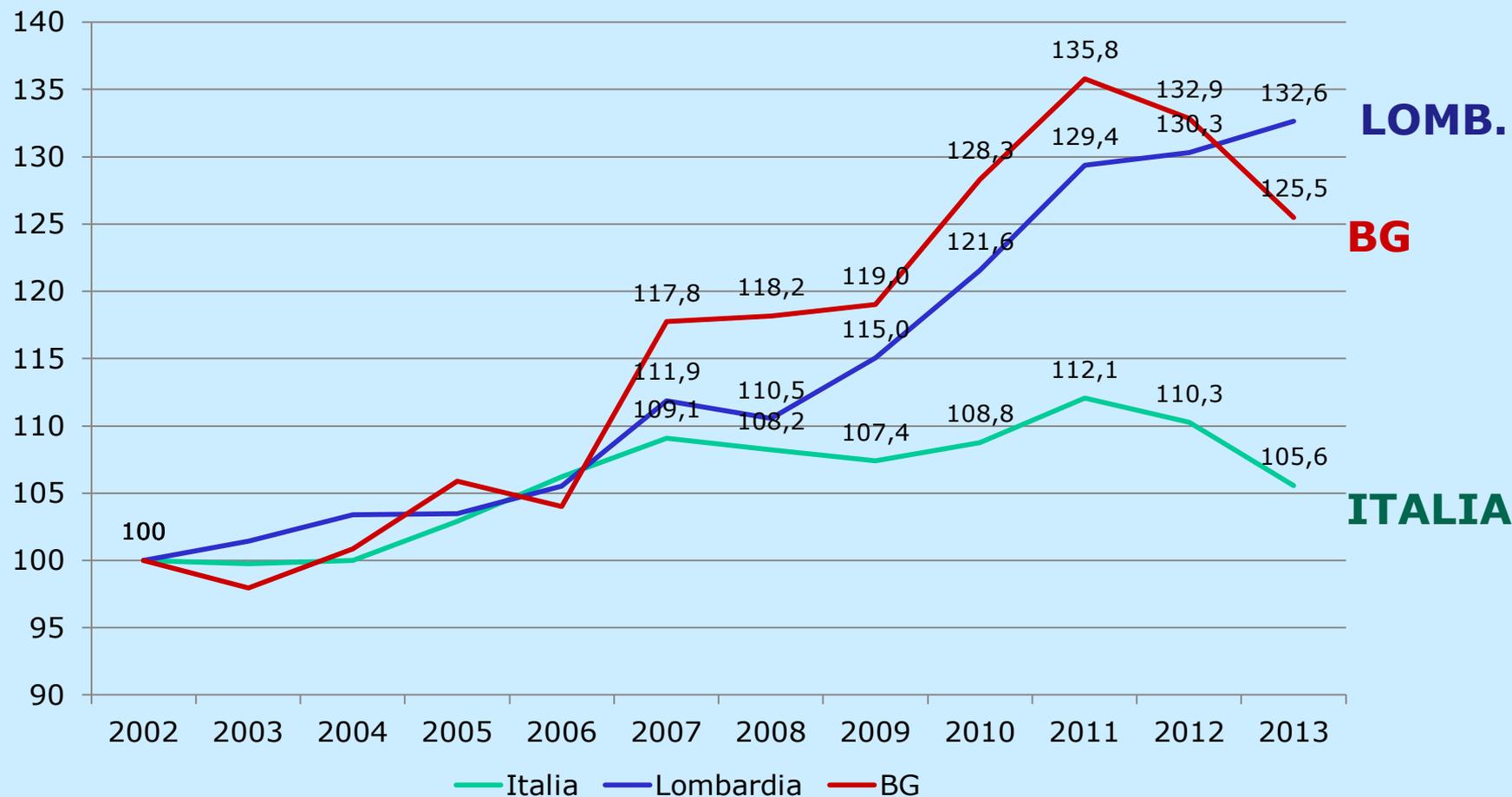


# CONCLUSIONI DEL QUADRO GENERALE

- **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

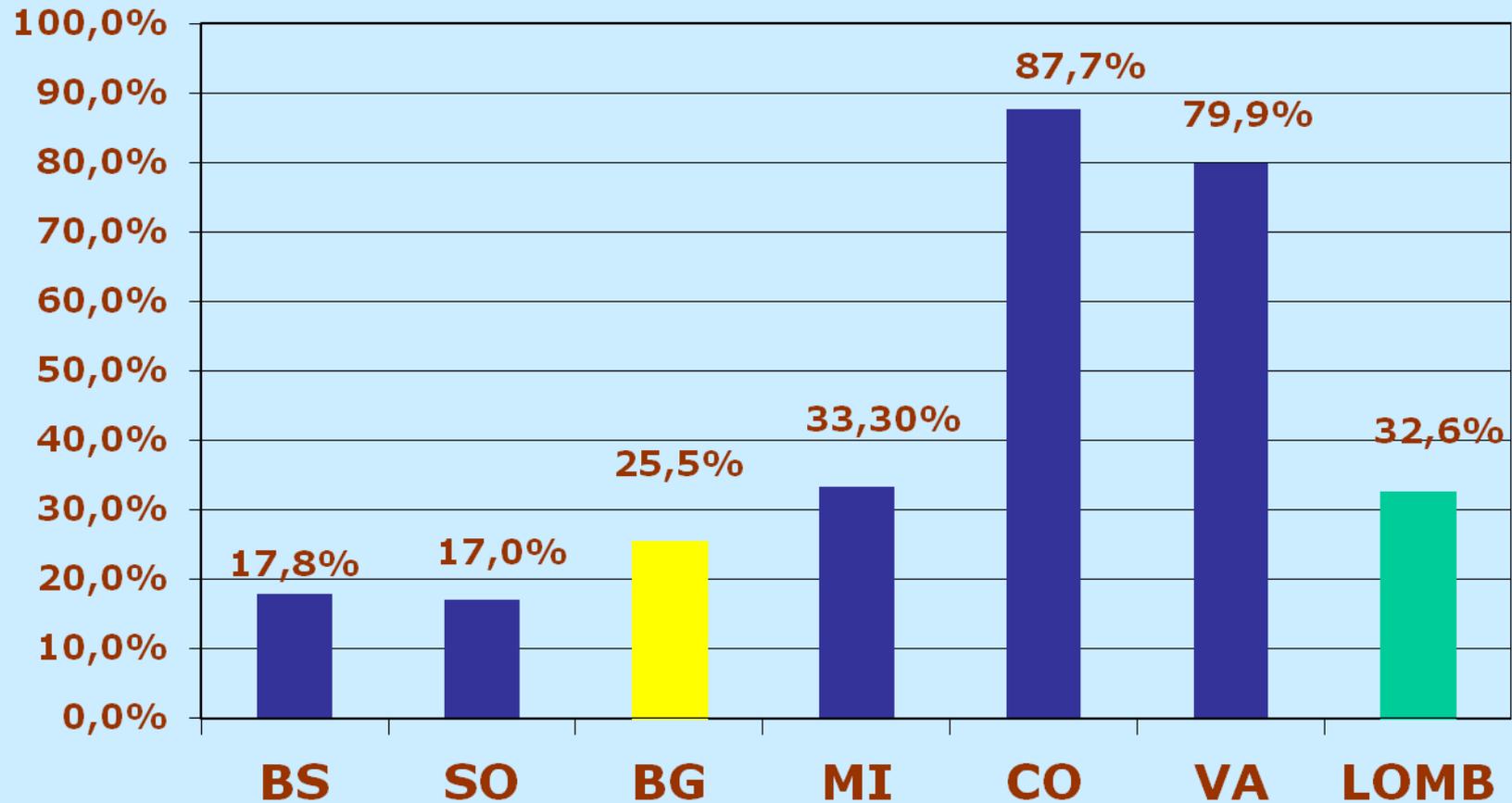
(Numeri indice. 2002=100)



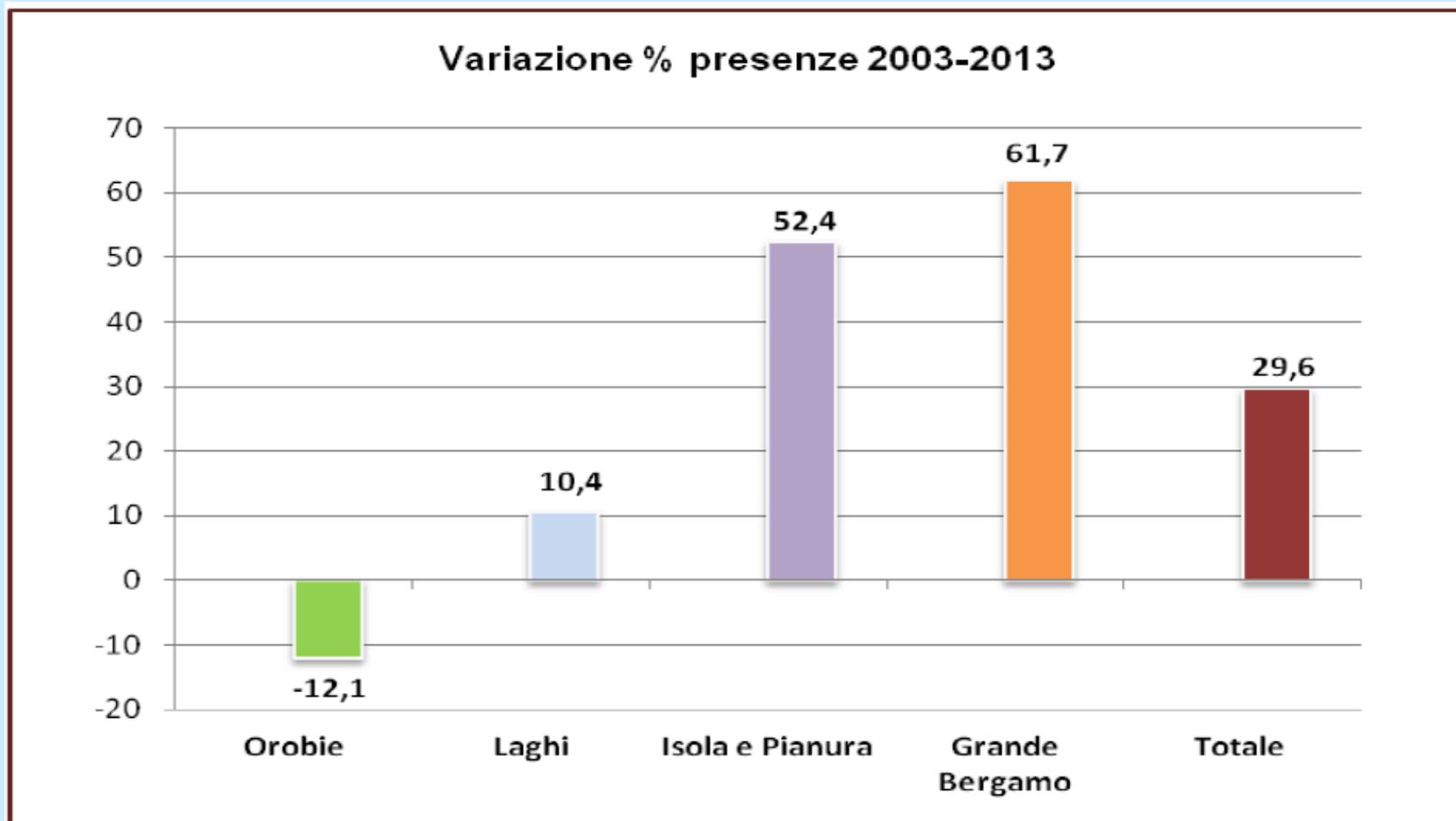
# LE ALTRE PROVINCE LOMBARDE

(variazione % presenze)

## 2002 - 2013

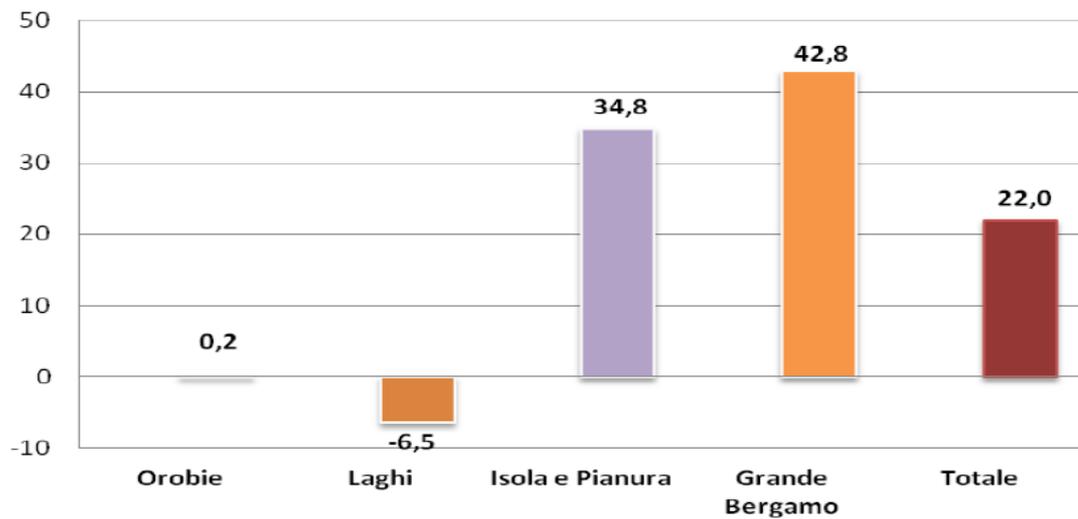


# LO SVILUPPO DEL TURISMO NELLE AREE

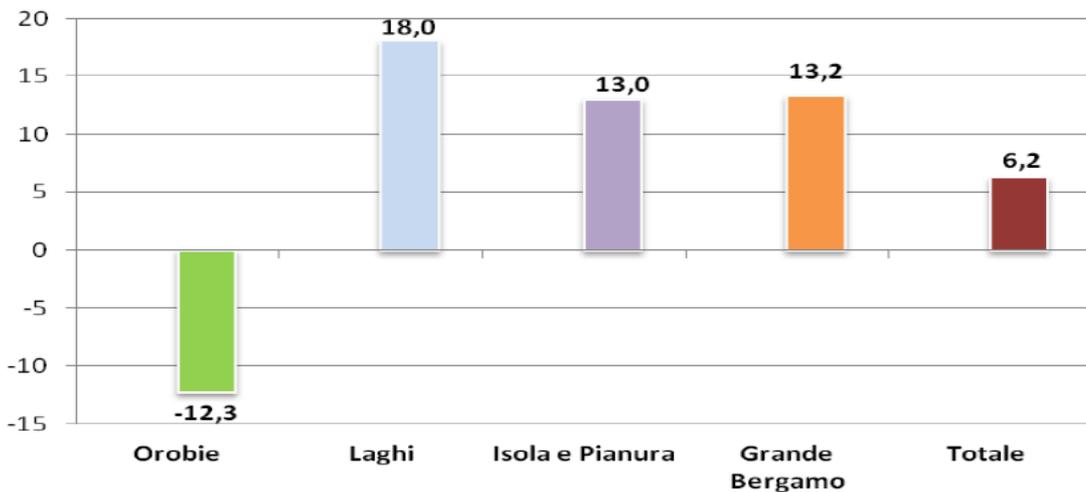


# LO SVILUPPO DEL TURISMO NELLE AREE

Variazione % presenze 2003-2008



Variazione % presenze 2008-2013



# IL RUOLO DELL'AEROPORTO

**VOLI DI LINEA**  
2012



**Orio 2013:**

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

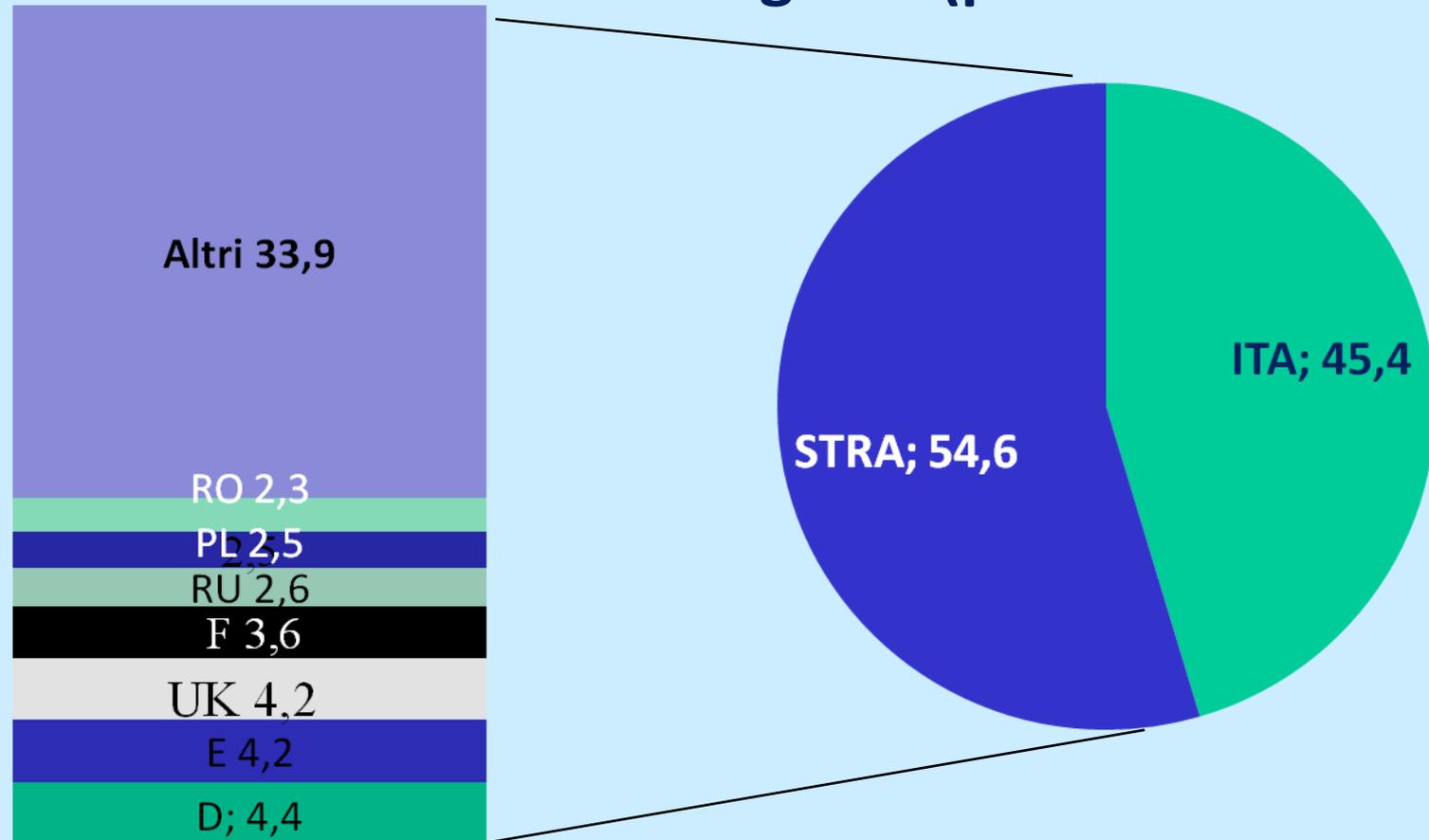
**98 dest. estere +  
14 dest.ital.**

# 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

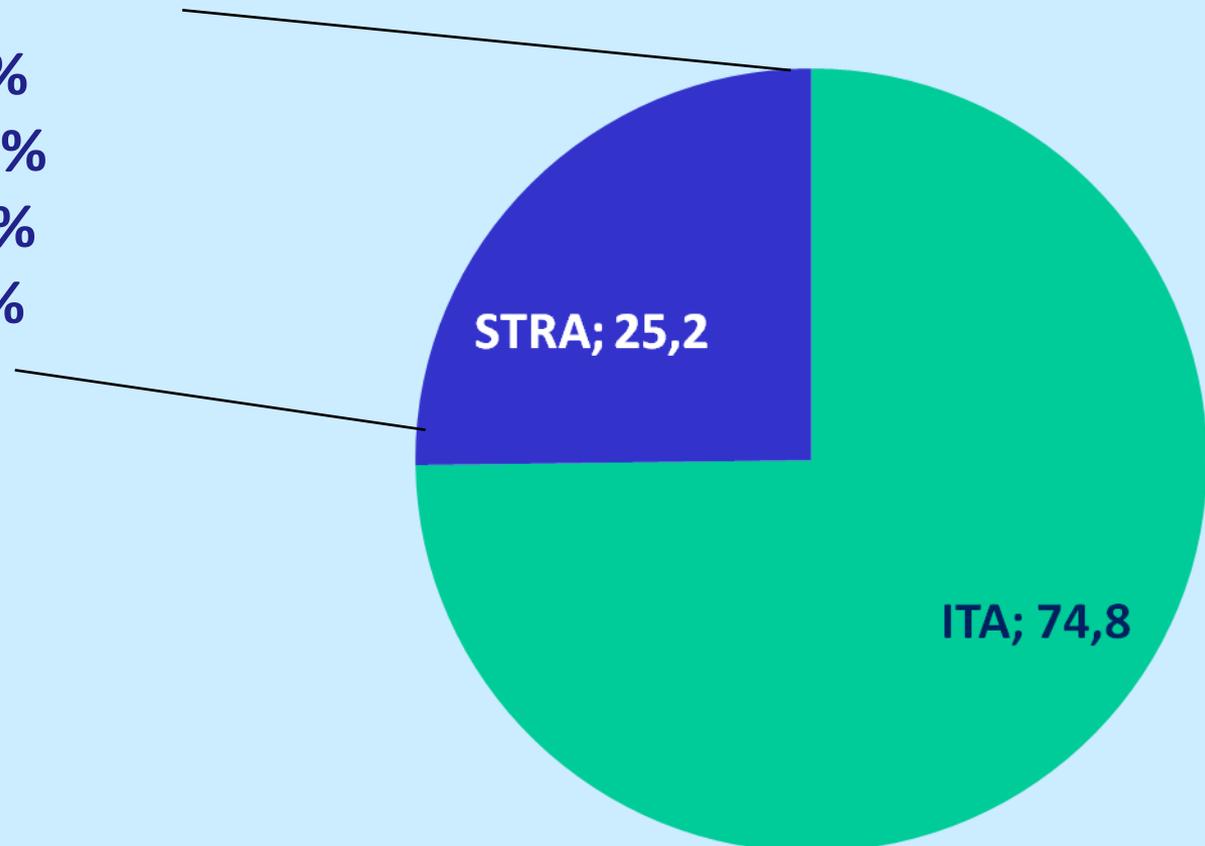
Isola e pianura (presenze %.2013)

RM: 3,9%

D: 3,0 %

F: 2,1 %

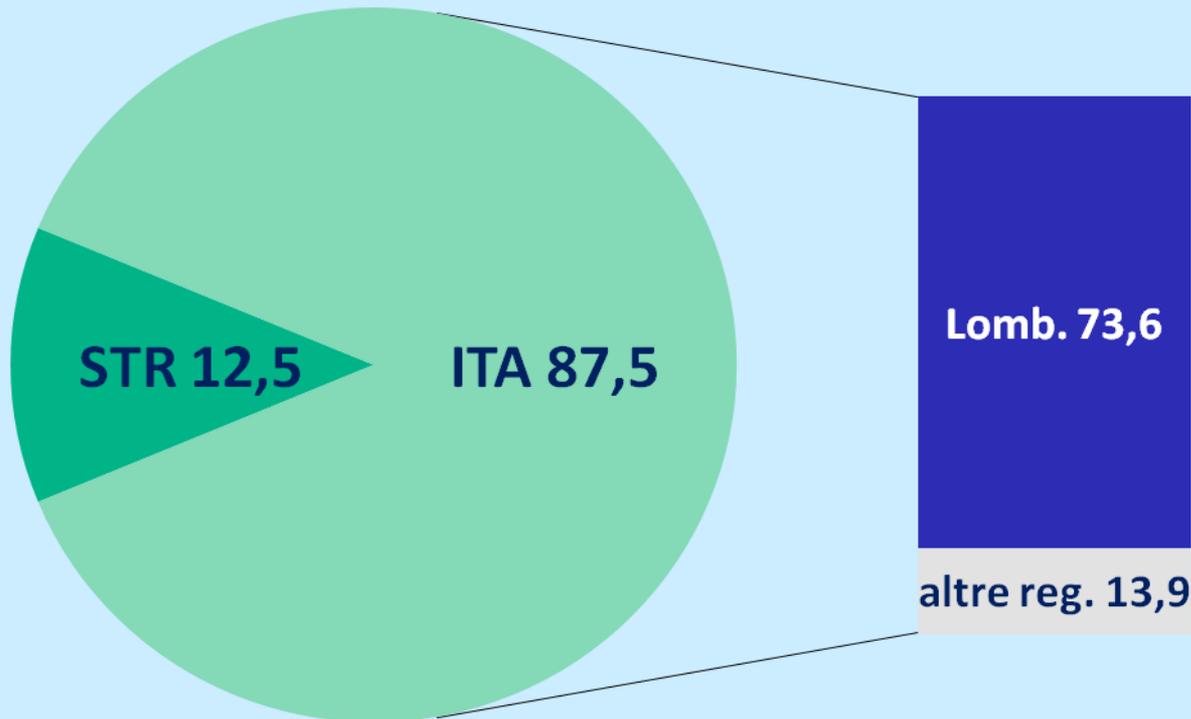
E: 0,8%



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

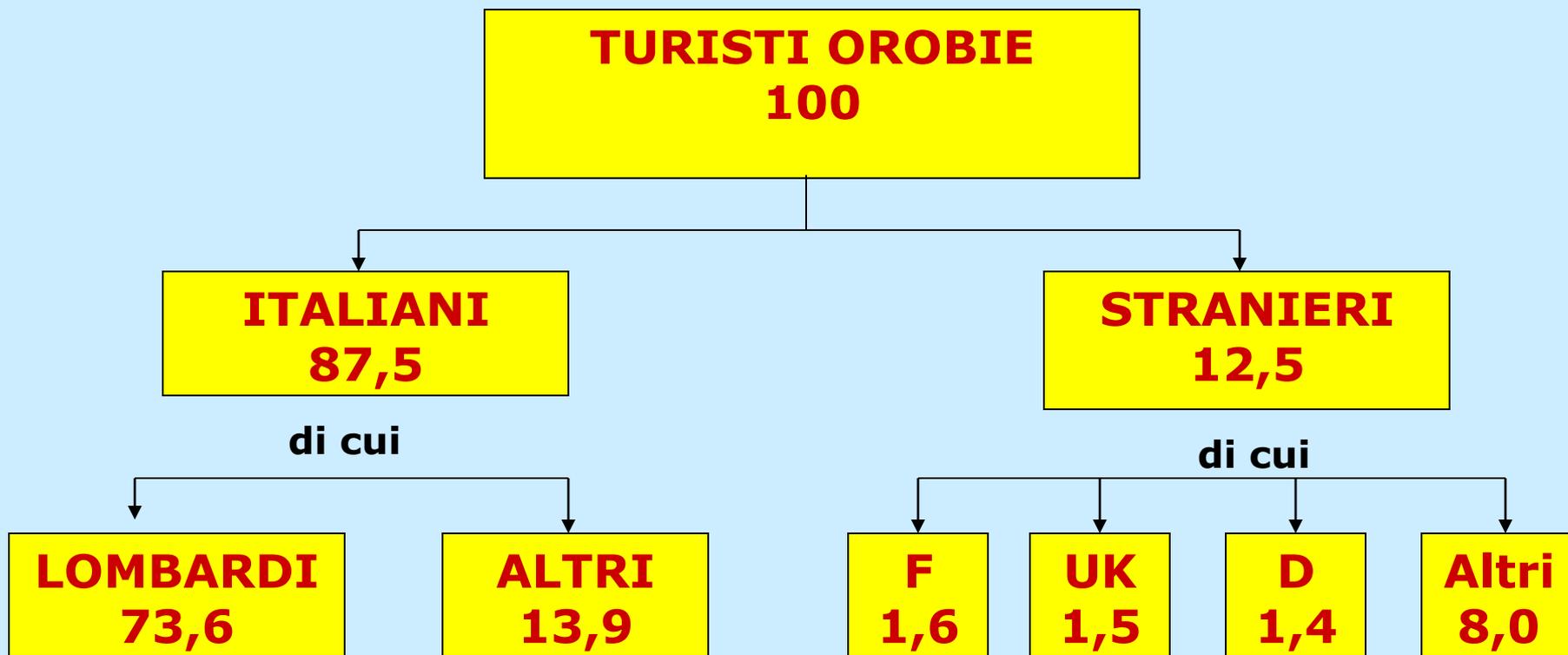
# QUALE TURISMO NELLE AREE

Orobie (% presenze 2013)



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

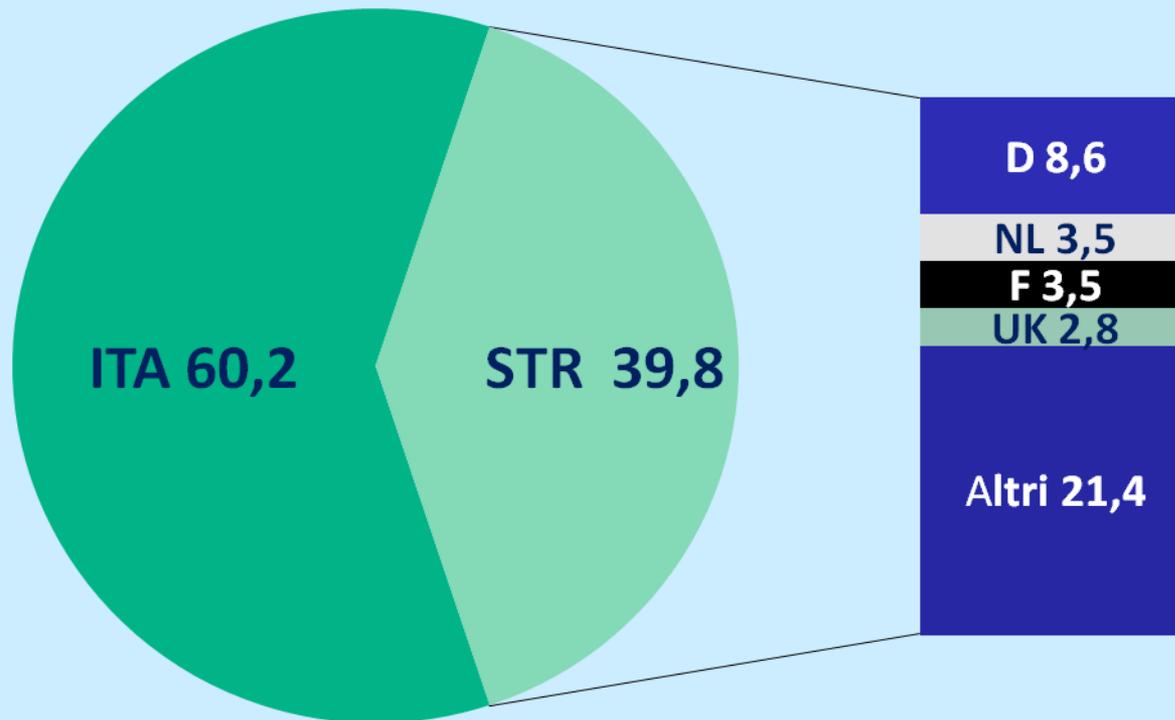
# DA DOVE VENGONO I TURISTI DELLE OROBIE (2013)



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

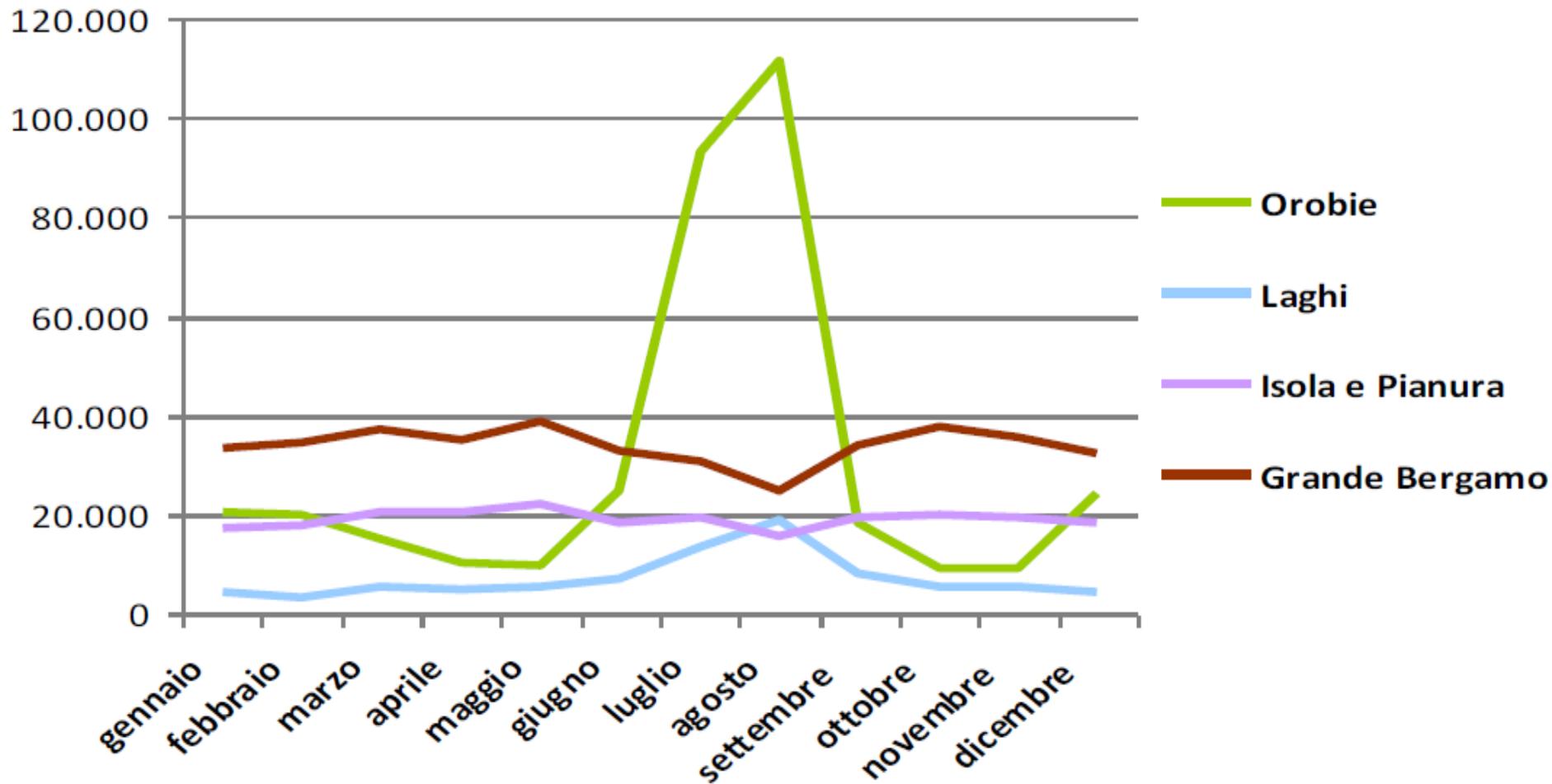
# QUALE TURISMO NELLE AREE

Laghi (% presenze 2013)



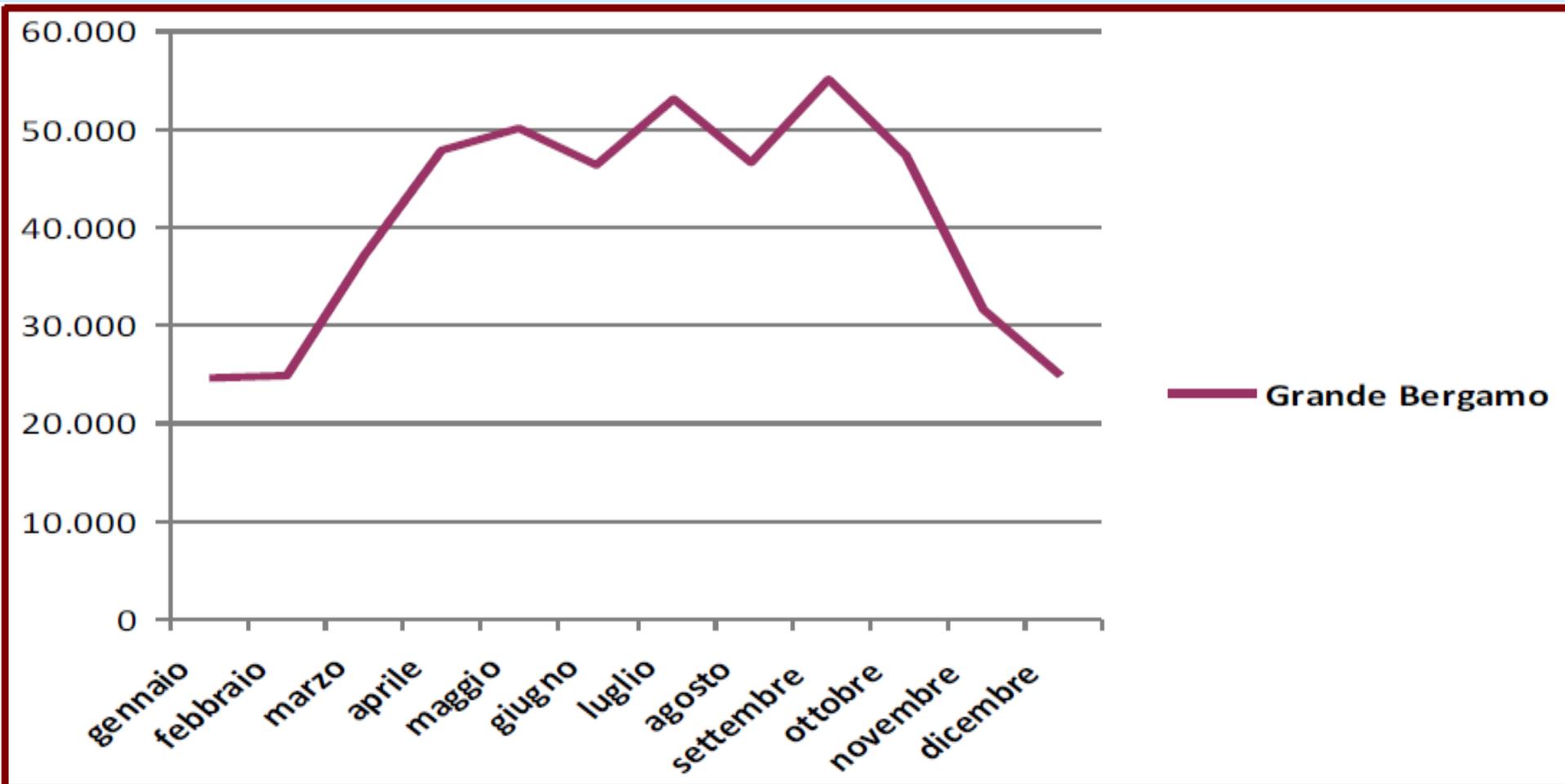
Durata media soggiorno: 2,7 gg. (str.3,0; ita.: 2,5)

# LA STAGIONALITA' DEGLI ITALIANI ('13)



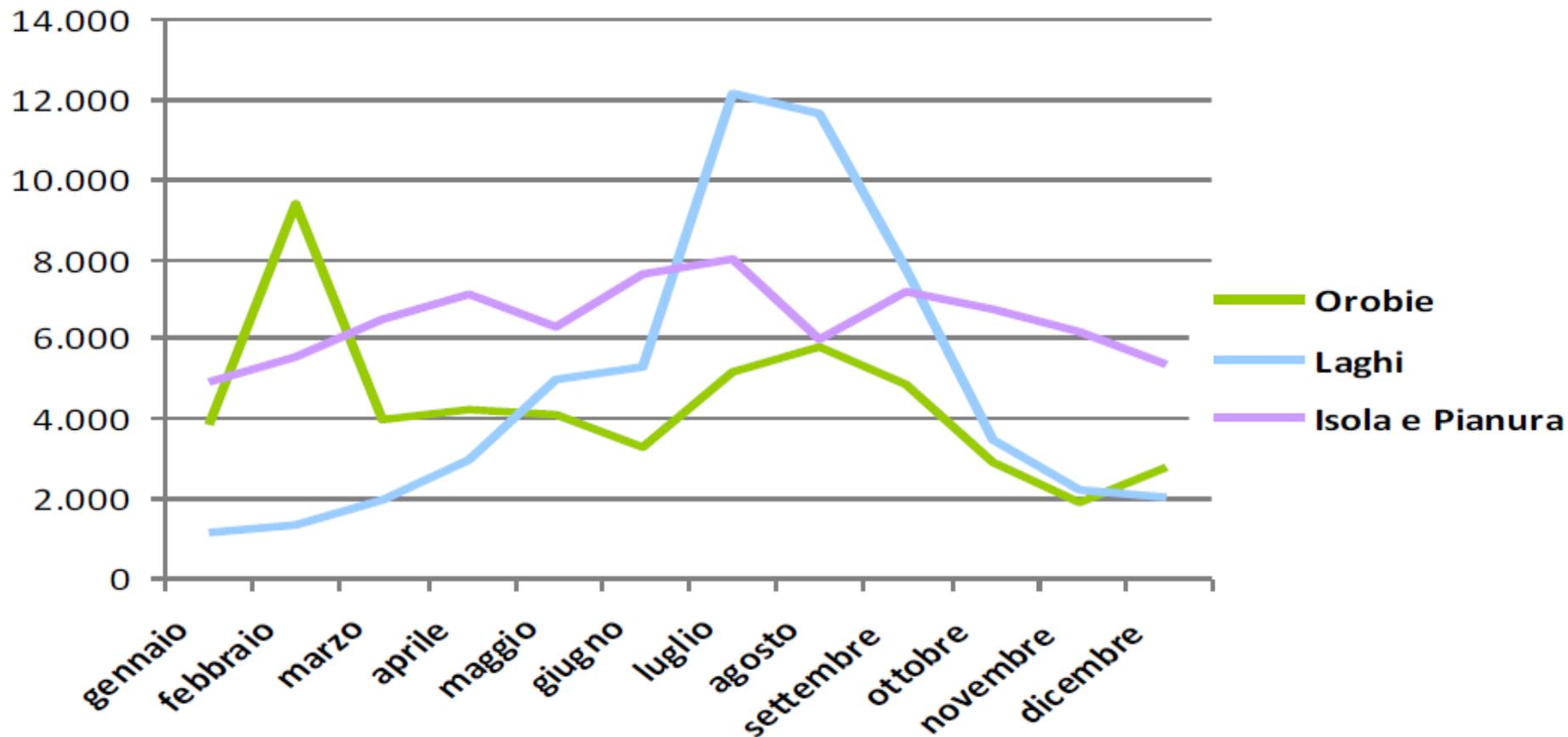
# LA STAGIONALITA' DEGLI STRANIERI ('13)

## Grande Bergamo



# LA STAGIONALITA' DEGLI STRANIERI ('13)

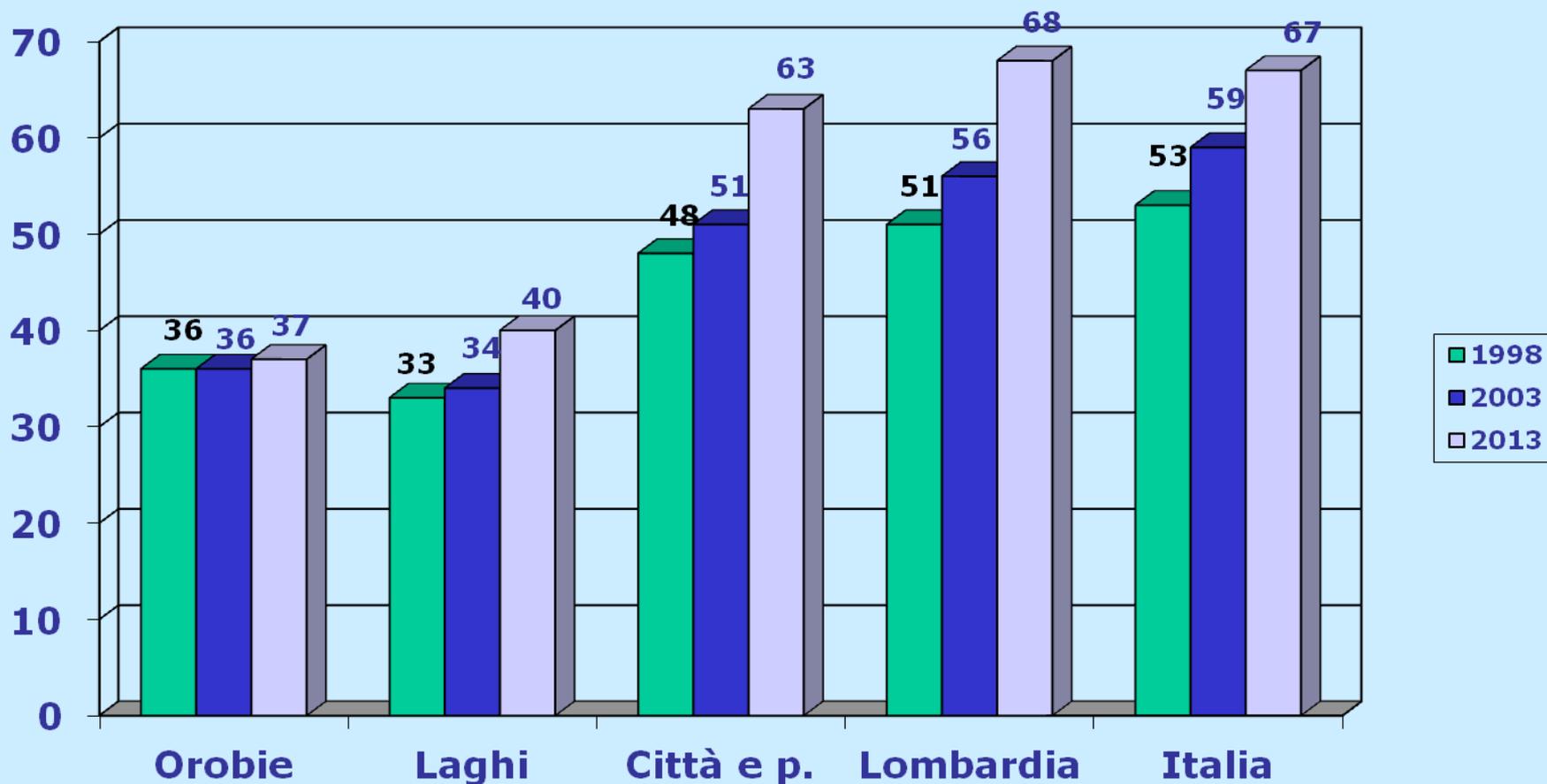
## Orobie, Laghi e Pianura



# LA DURATA MEDIA DEL SOGGIORNO

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

# PUNTO DEBOLE: LA DIMENSIONE ALBERGHIERA



# OROBIE BERGAMASCHE

<b>Movimento turistico (2013)</b>			
Presenze (2013)	<b>417.892</b>	Variaz. alberghi 2008-2013 (n.)	<b>-9</b>
Arrivi (2013)	<b>138.518</b>	Variaz. p.l. albergh.1998-13(%)	<b>-19,0</b>
Permanenza media (gg) 2013	<b>3,0 gg.</b>	Variaz. dimensione med. Alb. 1998-2012	<b>da 36 a 37 p.l.</b>
Densità turistica (pres./popol.)	<b>2,3</b>	Variaz. 1998-2012 quota alb. 3-4 stelle	<b>Da 46 a 77%</b>
Incidenza stranieri (% pres) '13	<b>12,5</b>		
Incidenza turismo alberghiero(%) '12	<b>66,8</b>	<b>Strutture extralberghiere (2012)</b>	
Permanenza media alberg. (gg)	<b>3,0</b>	Agriturismo (n. e pl.)	<b>26 -356</b>
Var. presenze 2013/2003(%)	<b>- 12,1</b>	B&B (n e pl)	<b>63-338</b>
Var. presenze 2012/2007 (%)	<b>-12,3</b>	Abitazioni per vacanza	<b>56.500</b>
<b>Strutture alberghiere (2012)</b>		Posti letto abitazioni per vacanza	<b>225.000</b>
Alberghi (2013)	<b>141</b>		
Posti letto (2013)	<b>5.273</b>		
Dimensione media albergh.(p.l)	<b>37,4 p.l.</b>		
Utilizzo lordo alberghiero(%)'13	<b>14,5</b>	<b>Popolazione residente</b>	<b>223.000</b>
Quota % p.l.alb. 3-4 stelle '13	<b>75</b>		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	Estero	Totale	Italia	Estero	Totale	Italia	Estero	Totale	Italia	Estero	Totale
<b>Area Sciistica</b>				89,1	10,9	100	94,0	6,0	100	92,4	7,6	<b>100</b>
<b>Area Vacanziera</b>	83,2	16,8	100	79,8	20,2	100	89,9	10,1	100	85,0	15,0	<b>100</b>
<b>Area Produttiva</b>	60,1	39,9	100	57,3	42,7	100	64,3	35,7	100	62,8	37,2	<b>100</b>
<b>Totale</b>	79,1	20,9	100	84,8	15,2	100	90,1	9,9	100	87,5	12,5	<b>100</b>

# IL NODO DELLE ABITAZIONI TURISTICHE

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

	<b>Rota I.</b>	<b>Foppolo</b>	<b>Serina</b>	<b>Selvino</b>	<b>Castione</b>	<b>Schilpario</b>
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

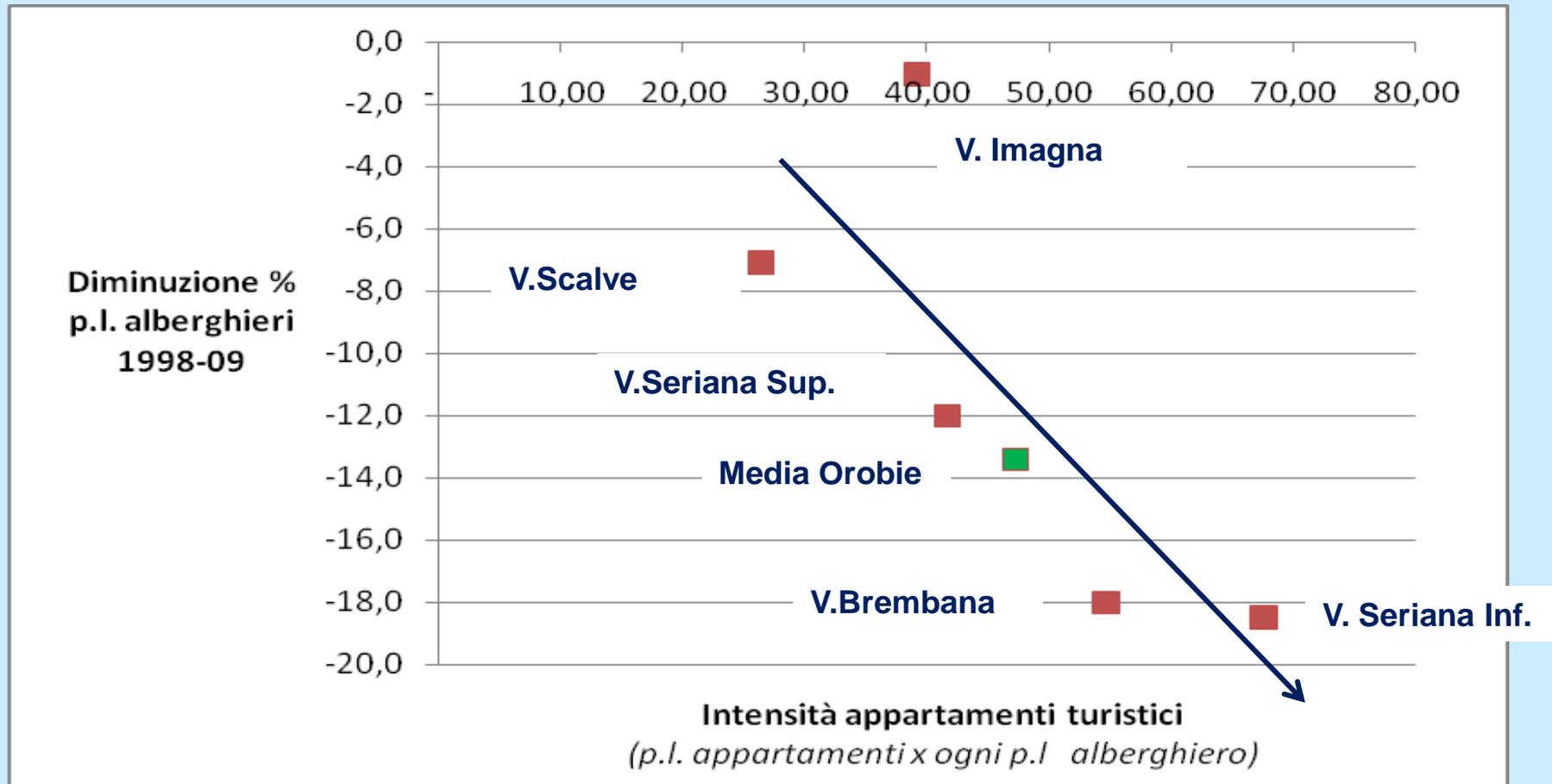
Il circolo vizioso delle località turistiche



# IL NODO DELLE ABITAZIONI TURISTICHE

## Le implicazioni sull'offerta alberghiera

### Incidenza appartamenti turistici e diminuzione posti letto alberghieri

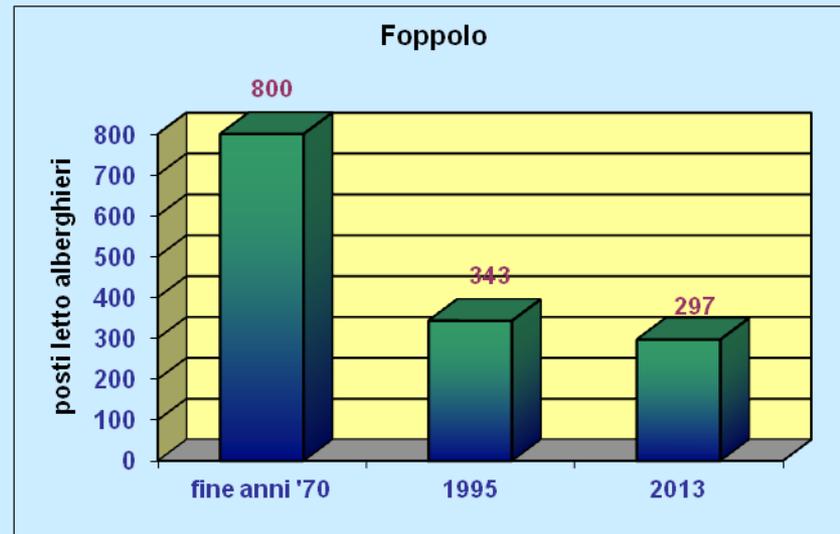
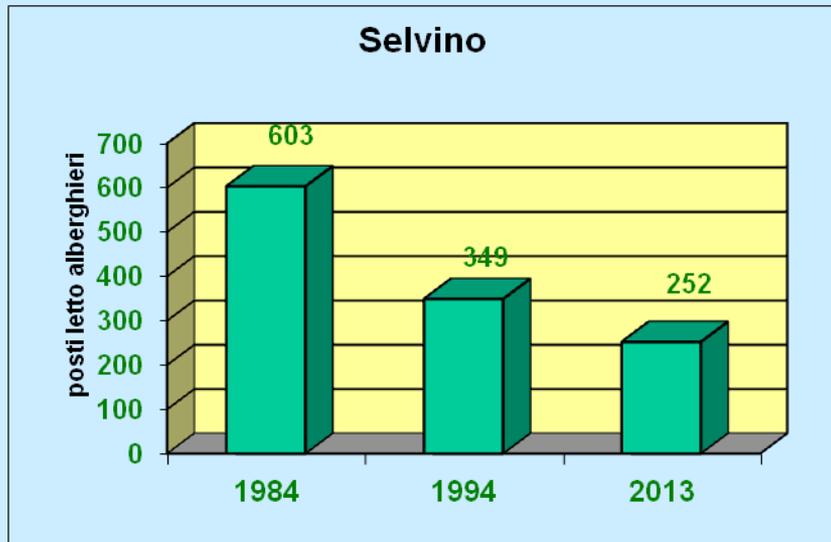


Fonte: ISTAT e Osservatorio Turistico Provinciale

# 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

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

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

# ISOLA E PIANURA

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