

LAGO DI COMO

EFFETTO CLOONEY

George sembra avere ancora un grande appeal su italiani, inglesi e tedeschi, ma meno sui propri connazionali che nel 2005 non sono aumentati sul Lario

Turisti americani in calo Arrivano gli australiani

*Il metodo di promozione più efficace sembra ancora il "passaparola"
Per le prenotazioni alberghiere il 14% degli utenti sceglie Internet*

Coppie e famiglie, attratte soprattutto dalle bellezze naturali del lago, indirizzate prevalentemente agli alberghi e ben disposte a spendere. Turisti fai da te che si organizzano da soli le vacanze, spesso ricorrendo a Internet, e approdano a Como perché indirizzati da amici e familiari. Oltre sette su dieci, nella zona del lago, sono stranieri, ma l'effetto Clooney - se davvero c'è - sembra farsi sentire solo in Europa, visto che tra gli americani le presenze sono in lieve calo a fronte di un boom di tedeschi, inglesi, spagnoli e svizzeri. New entry assoluta gli australiani.

Il turismo made in Como ha, per la prima volta, un identikit dettagliato. Una fotografia reale che mette nero su bianco, dati alla mano, luci e ombre di un settore

che da tempo ormai aspira a diventare un motore trainante dell'economia lariana. Numeri e analisi che emergono dal primo rapporto messo a punto dagli esperti dell'Osservatorio del Sistema turistico Lago di Como (Stlc), presentato ieri a Bellagio e promosso dalle Camere di Commercio di Como e Lecco.

Nessuna scoperta sensazionale, forse, ma «dati concreti da cui partire - come hanno spiegato gli ideatori - per predisporre efficaci politiche di attrattiva e di accoglienza dei turisti».

La prima conferma è di una prevalenza delle strutture ricettive di elevata categoria: il rapporto fra le presenze alberghiere a 4 e 5 stelle rispetto a quelle minori è a Como di 3,71 a fronte di una media in Italia di 1,6 e in Lombardia di 2,95.

Ma torniamo all'identikit del turista. Se da gennaio a aprile, periodo in cui prevalgono le presenze congressuali, circa il 64% dei visitatori è italiano, in estate gli stranieri rappresentano più della metà dei flussi turistici. Considerando solo le località del lago poi, il 75% dei visitatori proviene da oltre confine, con un saldo positivo nel 2005. Al primo posto nella speciale graduatoria i tedeschi, oltre 280mila, seguiti dagli inglesi (252mila) e dagli americani (164mila). Nel caso del turismo a stelle e strisce, le presenze sono in leggero calo. È boom di arrivi invece per gli australiani (+20%), per gli spagnoli (+17%) e per gli svizzeri (+13%).

La durata media del soggiorno è di 3 notti nella prima parte dell'anno e di 4,7 in estate. I turisti del Stlc - si

legge nel rapporto - sono prevalentemente autonomi e quasi la metà sono abituati. Le coppie nei mesi estivi sono oltre il 35%, cui si aggiunge un 26% di famiglie. Oltre la metà scelgono il Lario grazie al passaparola, mentre quasi il 14% prenota

offerte su Internet a fronte di una media italiana che non raggiunge neppure il 2%. Per quanto riguarda le attività infine, 3 turisti su 10 visitano le bellezze naturali, mentre circa il 14% preferisce assistere ad eventi sportivi. Una percentuale analoga cerca spettacoli musicali oppure si dedica alla degustazione di prodotti tipici. A questi si aggiunge poco più del 10% dei turisti interessato ai monumenti e circa il 7% che in vacanza pratica attività sportive.

Anna Campaniello



COSA NON FUNZIONA

Scarsa promozione e poco sport

(a.cam.) Scarse politiche di promozione, poca attenzione ai prodotti culturali e alle specialità gastronomiche tipiche, strutture sportive insufficienti e un vero e proprio tallone d'Achille, l'incapacità di sfruttare le zone montane, dove nel 2005 si è registrato un crollo delle presenze.

Gli esperti dell'Osservatorio del turismo del Sistema Lago di Como nel loro primo rapporto evidenziano una serie di criticità ed elementi di debolezza che impediscono al settore di decollare.

La nota più negativa riguarda soprattutto la montagna. «Il giro d'affari complessivo è basso e i flussi turistici in continuo calo - afferma Flavia Maria Coccia, esperta dell'Istituto Nazionale Ricerche Turistiche, che ha curato il rapporto - con un meno 30% nel 2005. L'offerta appare scarsamente coerente con la domanda ed emerge una forte carenza soprattutto per quanto riguarda le strutture sportive».

Bocciatura anche per le politiche promozionali. Solo il 16,7% degli operatori - a fronte di una media italiana del 32% - ha pianificato per

l'estate del 2006 una politica di sconti e offerte speciali, con pacchetti che potessero attrarre i turisti.

«Manca soprattutto una politica di servizi abbinati al soggiorno - dice l'esperta - e si registra inoltre una scarsa attenzione ai prodotti culturali ed enogastronomici, ai quali invece una buona fetta di turisti si dice

interessata. Sul Lario i visitatori appaiono ben disposti a spendere per questo valore aggiunto, ma l'offerta è ancora insufficiente».

«Pensare di continuare a puntare soltanto sulle bellezze naturali non è più una scelta vincente - conclude Flavia Maria Coccia - Si tratta di un'idea miope che dev'essere modificata per

crescere. Servono politiche mirate di promozione che prevedano soprattutto servizi aggiuntivi in tutti i settori, dalle attività sportive alla cultura».

«I servizi devono diventare il nostro elemento di forza - commenta l'assessore regionale al Turismo, Pier Gianni Prosperini - Servono eventi sportivi, culturali e artistici per fare la differenza. Il turista dev'essere coccolato e viziato. Dobbiamo ricordare che la giornata è fatta di 24 ore e non è pensabile che le bellezze naturali possano occuparle tutte e soddisfare ogni esigenza».

«A livello politico cercheremo anche di aumentare l'impegno economico, ma gli operatori del settore devono essere disposti a fare la loro parte - aggiunge Prosperini - Il turismo è il nostro futuro e dobbiamo darci da fare».

L'assessore provinciale al turismo, Giorgio Bin, sottolinea invece la necessità di un intervento politico. «Per far fronte alle criticità del nostro territorio, viabilità e navigazione in testa - dice - serve un impegno forte che veda in prima linea tutte le istituzioni».



Viabilità e navigazione sono due aspetti da potenziare per incentivare il turismo

280mila

- I turisti tedeschi che nel 2005 hanno soggiornato sul Lario

+20%

- "L'invasione dei canguri": sono in netto aumento i turisti australiani

252mila

- È invece il numero dei vacanzieri inglesi sul Lago di Como

+17%

- In crescita anche i turisti provenienti dalla Spagna nel corso del 2005

164mila

- Sono in calo le presenze a stelle e strisce sul Lario rispetto al 2004

+13%

- "L'erba del vicino è sempre più verde", crescono anche gli svizzeri

Non sono soltanto le bellezze naturali ad attrarre il popolo dei vacanzieri.

Il 14% opta per uno o più giorni nel Comasco per assistere a un evento sportivo, altrettanti per assistere a uno spettacolo musicale.

Molto apprezzata anche la gastronomia

