

Il lago è il più gettonato Decollano i viaggi d'affari La montagna rimane debole

Le prenotazioni per i prossimi giorni sono superiori alla media

Il lago vola, il turismo d'affari decolla. Arranca la montagna, ma non abbastanza da invertire il segno - positivo - del bilancio turistico 2006: gli arrivi sono aumentati del 9,4%, le presenze (pernottamenti) crescono del 6,6%.

La Camere di Commercio di Como e Lecco hanno presentato ieri, alla presenza dei rispettivi assessori al turismo, il rapporto 2006 dell'Osservatorio del Sistema Turistico Lago di Como.

I risultati? Basta leggere il primo titolo della ricerca. A chiare lettere: "La sorprendente stagione turistica 2005-2006". I ricercatori di **Isnart** (Istituto Nazionale ricerche turistiche) e del consorzio Ideas hanno suddiviso il sistema turistico (che comprende le due province) in tre macroaree: lago (comuni rivieraschi), montagna (comuni montani e collinari) e affari (Brianza e pianura).

Parlando degli arrivi, nella zona lago ammontano a 575.455 nel 2006 contro i 522.189 del 2005: sono cresciuti, cioè, del 10,2%.

Passi da gigante anche in montagna, dove gli arrivi sono aumentati del 34,8% passando da 21.765 a 29.339. La zona affari ha registrato un trend positivo del 5,5%.

Le presenze, invece, sono aumentate del 7,23% nella zona lago e del 12,86% nella zona affari.

In montagna, invece, sono calate del 20,87%: verrebbe, dunque, da chiedersi il perché di questa discrepanza. Crescono gli arrivi ma traccollano le presenze: i turisti quindi non si fermano.

Secondo i ricercatori, il "prodotto montagna" del Lago di Como risulta ancora debole, incapace di offrire motivi per un soggiorno prolungato.

Quasi l'opposto della zona affari, che cresce più in presenze (+12,86%) che in arrivi (+5,54%): la Brianza inizia ad attrarre clienti per più di una sola notte. Capita, dunque, che l'uomo d'affari si fermi qualche giorno, piuttosto che i turisti scelgano queste terre per una vacanza vera e propria.

Il turismo d'affari non conosce stagionalità, e non segue certo il trend del lago. D'estate le produzioni rallentano, quindi anche i viaggi d'affari; contrariamente, d'inverno si registra un piccolo incremento. Il trend di occupazione delle camere rivela che il Sistema Turistico Lago di Como in inverno è in linea con le medie nazionali.

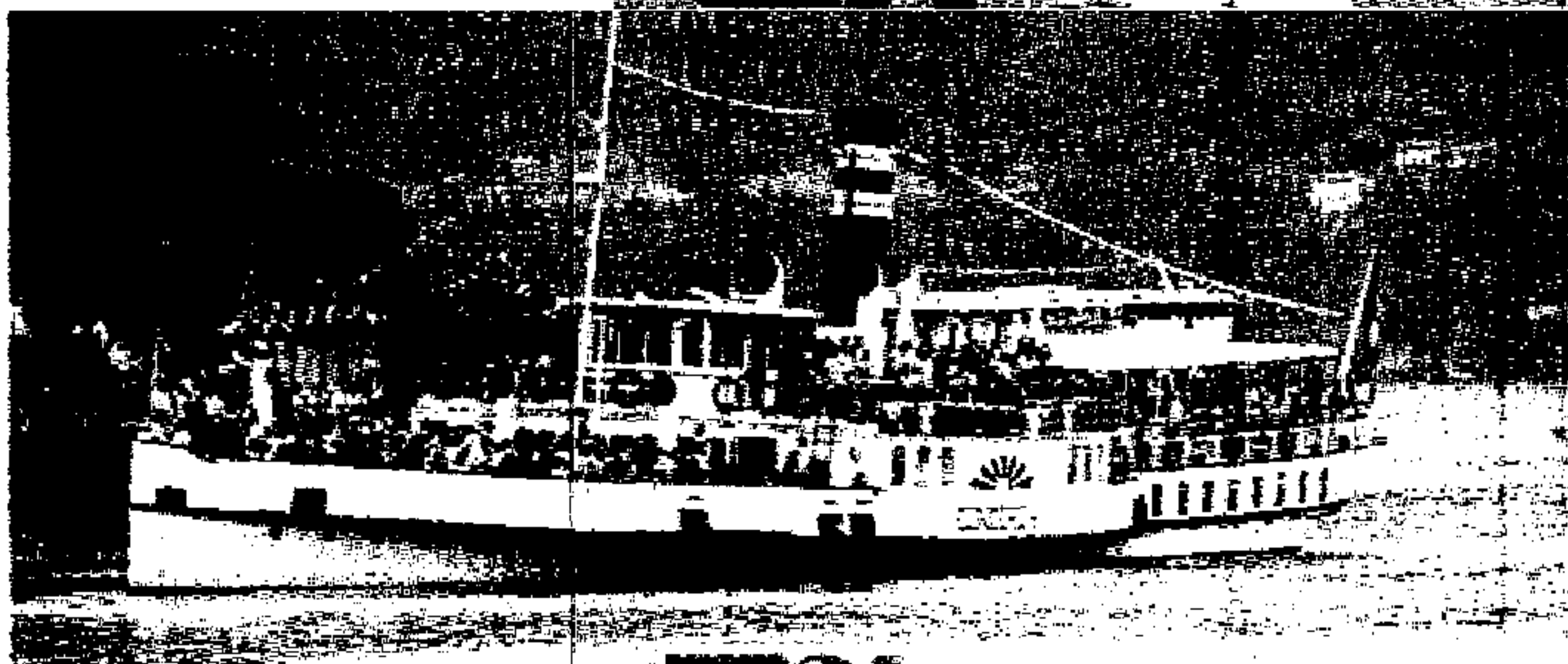
Le prenotazioni per i ponti di 25 aprile e 1° maggio portano addirittura a previsioni supe-

riori alla media sia nazionale sia regionale. Per il lago l'estate rimane ovviamente la stagione di punta, ma anche autunno e primavera marciano su ottime percentuali.

Gli hotel soffrono poco o nulla la stagionalità: la capacità di intercettare flussi di turismo d'affari fa sì che l'occupazione dei nostri alberghi scenda sotto il 30% solo nel mese di dicembre.

Gli agriturismo, invece, si avviano alla piena occupazione durante le festività pasquali, con percentuali di prenotazioni che sfiorano il 90% dei posti disponibili.

IL RAPPORTO Le statistiche sono state presentate dalle Camere di Commercio del territorio



L'ASSESSORE**Bin: «Industriali date una mano»**

«Dobbiamo superare gli egoismi, i particolarismi tipici del territorio. La parola d'ordine è siner-

gia». L'appello porta la firma di Giorgio Bin, assessore al Turismo della Provincia di Como, che ha lanciato il monito ieri mattina in Camera di Commercio alla presentazione dei dati dell'Osservatorio Sistema Turistico Lago di Como.

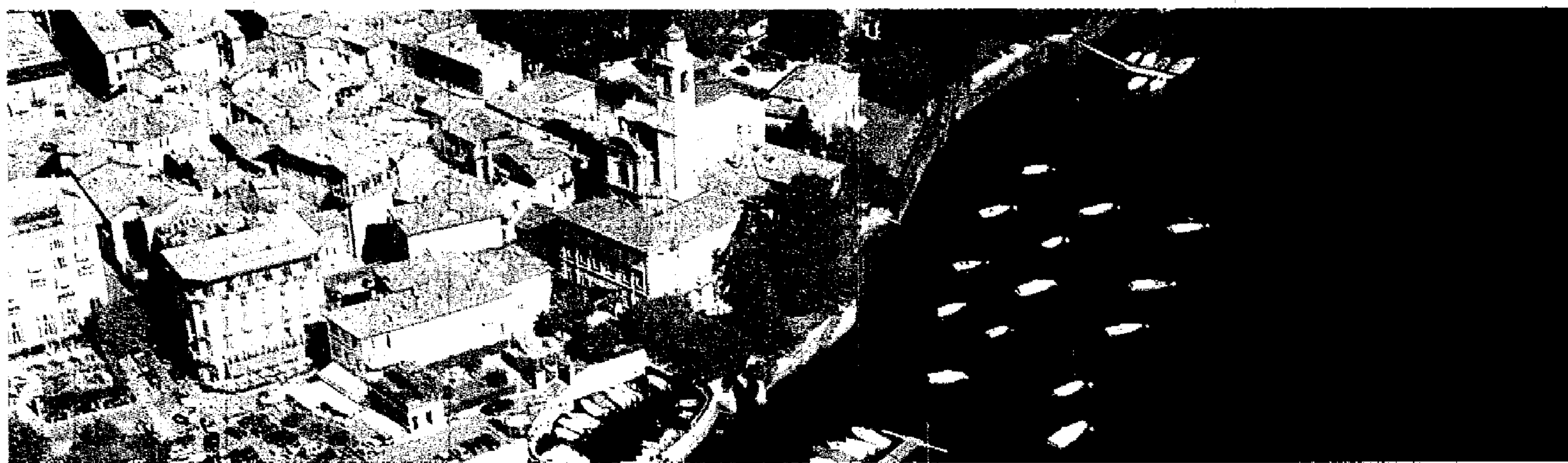
«Serve passione -

ha aggiunto - tutti gli operatori devono prendere coscienza del fatto che in un sistema turistico è necessaria la sinergia tra gli attori del territorio. Tutti dicono di averlo capito, ma all'atto pratico non mi sembra che sia così. In altre realtà, tutti, dai grandi ho-

tel agli enti istituzionali, sono proiettati alla promozione del territorio e rimangono nella stessa direzione. Il sistema turistico Lago di Como esiste da 18 mesi, un tempo ancora troppo breve per superare questa cultura comasca».

Interrogato su

quali soggetti, a Como, manchino all'appello del sistema turistico, Bin parla di «nuove realtà che devono ancora nascere» ma porta, a esempio, anche «i grandi hotel e l'Unione Industriali, che pur non essendo specificamente del settore potrebbe comunque essere interessata a questo progetto».



Un panorama dall'alto di Cernobbio, una tra le località più gettonate della provincia di Como. Le statistiche che sono state presentate ieri dall'Osservatorio del Sistema Turistico sono molto positive (foto Mv)

LE PAGELLE DEI VACANZIERI

Ospiti soddisfatti, il voto è 8

Gli stranieri sono più generosi

Le eccellenze: pulizia dell'alloggio e accoglienza

■ MENO BENE

In coda, con i voti più bassi, si trovano il costo della ristorazione e l'offerta di intrattenimento, con 7,3

Turisti in cattedra, Lario tra i banchi. Voto: 8. L'Osservatorio del Sistema Turistico Lago di Como ha rilevato anche il grado di soddisfazione dei vacanzieri, chiedendo loro di assegnare un voto alle più disparate voci che compongono un soggiorno, dalla pulizia delle camere d'albergo alla varietà d'intrattenimenti.

Il territorio esce dall'esame di maturità con la media dell'8, con picchi di voti alti (8,4) e minime di voti discreti (7,3).

Manica larga per i turisti stranieri, che hanno mediamente assegnato un 8,4, mentre gli italiani hanno espresso un giudizio - da 1 a 10 - pari a 7,7.

Le eccellenze? Pulizia dell'alloggio e accoglienza nelle strutture ricettive (8,2). Seguono, a ruota, pulizia dei luoghi (8,1), cortesia e ospitalità della gente (8,1), qualità di cibo e bevande (8,1).

Dall'8 in poi, troviamo a scendere rispetto per l'ambiente (7,9), offerta culturale (7,9), informa-

zioni turistiche (7,7), costo dell'alloggio (7,6), organizzazione del territorio (7,6), traffico (7,5) e costo dei trasporti locali (7,4).

In coda, con i due voti più bassi ma comunque dignitosi, si trovano il costo della ristorazione e l'offerta di intrattenimento, premiati con un 7,3. All'offerta turistica nel complesso i turisti hanno assegnato mediamente un 8.

Dividendo invece le valutazioni per tipologia di turismo, vince la vacanza in città (voto 8,4) seguita dal lago (8) e dalla montagna (7,5). In tutte le voci di valutazione, i turisti stranieri hanno segnato voti più alti rispetto ai "colleghi" italiani.

Il divario più alto è alla voce "informazioni turistiche": gli italiani assegnano un 7,3, contro l'8,1 degli stranieri.

Passando invece alla provenienza dei turisti, i

dati dell'Osservatorio rivelano una forte espansione di ospiti americani (in totale 190mila, +16,2%) e australiani (29mila, +21,6%). Più modesto, invece, l'incremento di tedeschi (+7,2%), austriaci (4,51%), francesi (2,87%) e belgi (2,59%).

L'unico segno negativo è di fianco alla Svizzera e al Liechtenstein (-0,84%), ma bisogna ricordare che l'anno precedente i turisti giunti dalla vicina Confe-

derazione Elvetica erano aumentati del 13%.

Gli arrivi degli stranieri sono sostanzialmente in crescita, ma quelli italiani alternano invece saldi positivi e negativi.

Su dieci regioni di provenienza, sei sono segnate in rosso e presentano cali di flussi turistici.

Diminuiscono infatti gli arrivi da Veneto (-5%), Piemonte (-3,83%), Lazio (-0,84%), Campania (-4,45%), Puglia (-2,99%) e

Liguria (-1,86%).

Per contro si assiste a un boom di turisti lombardi (+11,46%), emiliani (+12%), toscani (+15,4%) e siciliani (+10,26%).

Il rapporto dell'Osservatorio è solo un passo nella strategia comunicativa del Sistema Turistico Lago di Como, che da oggi si è dotato di un nuovo logo (due laghi stilizzati, uno verde e uno blu).

La strategia del sistema turistico servirà a infor-

mare oltre 1.500 operatori e amministratori comaschi e lecchesi sull'evoluzione delle dinamiche turistiche: rapporti statistici, newsletter, bollettini mensili sui flussi turistici ed eventi come workshop e seminari.

L'elaborazione dei dati è affidata alle Camere di Commercio di Como e Lecco, **all'Isnart** (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche) e al consorzio Ideas di Lodi.

A.Bam.

IL CONTO DEI TURISTI

I dati sono riferiti alle province di Como e di Lecco e al periodo dicembre 2005 - novembre 2006

GLI ARRIVI

Numero di persone giunte in riva al Lario

TUTTE LE STRUTTURE

Lago	575.455	+10,20%
Montagna	29.339	+34,80%
Affari	264.488	+5,54%
TOTALE	869.282	+9,40%

ALBERGHI

Lago	475.900	+10,64%
Montagna	16.167	+42,93%
Affari	242.358	+4,15%
TOTALE	734.425	+8,94%

LE PRESENZE

Numero di pernottamenti dei turisti

TUTTE LE STRUTTURE

Lago	1.701.471	+7,23%
Montagna	103.257	-20,87%
Affari	490.276	+12,86%
TOTALE	2.295.004	+6,66%

ALBERGHI

Lago	1.135.452	+8,03%
Montagna	62.702	+12,00%
Affari	387.340	+5,81%
TOTALE	1.585.494	+7,61%

Fonte: Osservatorio del Sistema turistico del Lago di Como su dati Province di Como e Lecco e su rilevazione diretta **Isnart** 2006

Il turismo porta sul Lario trecento milioni di euro

Il dato si riferisce al 2006. Il 61% di questo indotto giunge dall'estero

I turisti affittano stanze e camere, mangiano nei ristoranti, comprano nei nostri negozi, entrano nelle discoteche. Spendono, insomma. Ma quanto? Un vero patrimonio: soltanto nel 2006 i vacanzieri hanno lasciato sul Lago di Como 300 milioni di euro.

Dove per "Lago di Como" si intende, in realtà, tutto il sistema turistico, che comprende anche la provincia di Lecco.

Si parla spesso di "indotto turistico", ma altrettanto spesso questo concetto appare un po' fumoso. Ora, però, grazie all'Osservatorio del Sistema Turistico Lago di Como, è possibile quantificare con buona precisione l'ammontare di questo indotto: 302,7 milioni di euro.

Il 61% del totale - quindi 184,64 milioni - arriva dal turismo internazionale, e il restante 39% (118,06 milioni) da italiani. Bisogna poi considerare che questa cascata di milioni non piove solo sugli alberghi e sui ristoranti (che ricevono comunque il 62,4% della torta), ma a beneficiarne sono pure negozi, industrie, commercianti e altri settori a margine, che nel 2006 si sono visti arrivare dal turismo 113,7 milioni di euro.

Nel dettaglio, l'industria manifatturiera ha ricevuto oltre 43 milioni, il settore abbigliamento e calzature oltre 25, l'agroalimentare 18,6. Circa 16 milioni di euro sono poi stati spesi in attività ricreative e culturali.

Ingrandendo la lente si arriva persino a capire quali siano le categorie commerciali che più beneficiano dell'indotto.

I turisti italiani e stranieri hanno speso mediamente

al giorno 39,9 euro in abbigliamento, 39,7 in calzature e accessori, 35,7 in ristoranti e pizzerie, 35,4 in noleggio di attrezzature, 28,6 euro nelle visite guidate, 24 euro nelle attività sportive, 21,2 in cibi acquistati nei negozi.

Il conto dell'albergo e del viaggio varia a seconda del tipo di vacanza e della nazionalità delle persone. Gli italiani che arrivano sul Lario in modo autonomo spendono in media 53,7 euro per il viaggio e 61,88 euro al giorno per l'alloggio. Gli ospiti stranieri, invece, spendono 160,48 euro per il viaggio e 54,4 euro, sempre al giorno, per l'alloggio.

Ai turisti che hanno acquistato la vacanza tramite tour operator, un giorno di vacanza sul lago costa in media 131,04 euro (italiani) o 385,73 euro (stranieri).

Escludendo invece viaggi e alloggi, gli italiani consumano beni e servizi per 59,66 euro al giorno, gli stranieri spendono invece 110,75 euro. Tra i consumi che sono più diffusi spiccano bar e caffè (58,2%), ristoranti e pizzerie (53,2%) e shopping (29,9%).

Si può infine dividere la spesa a seconda della zona di vacanza prescelta. In città si spendono in media al giorno 108,28 euro (stranieri) o 71,54 euro (italiani), in montagna 123,47 euro (stranieri) o 62,68 (italiani), sul lago 118,02 euro (stranieri) e 49,56 euro (italiani).

Sommando tutti gli indicatori, si arriva così alla sorprendente cifra di 302,7 milioni di euro: ossia, quanto nel 2006 i turisti hanno speso nel sistema turistico Lago di Como.

Andrea Bambace

LA CURIOSITÀ

Per attività ricreative e culturali spesi 16 milioni

LA DIVISIONE Tra i beneficiari non soltanto alberghi e ristoranti, ma anche commercianti e industrie

L'INFORMAZIONE Sarà migliorato il sistema di strategia comunicativa verso tutti gli addetti ai lavori

LA PROVENIENZA dei vacanzieri sul Lario

ITALIANI

1° Lombardia	485.431	+11,46%
2° Veneto	40.864	-5,00%
3° Emilia Romagna	40.209	+12,00%
4° Piemonte	39.211	-3,83%
5° Lazio	36.765	-0,84%
6° Campania	35.024	-4,45%
7° Puglia	29.841	-2,99%
8° Toscana	29.782	+15,40%
9° Sicilia	28.413	+10,26%
10° Liguria	14.263	-1,86%

STRANIERI

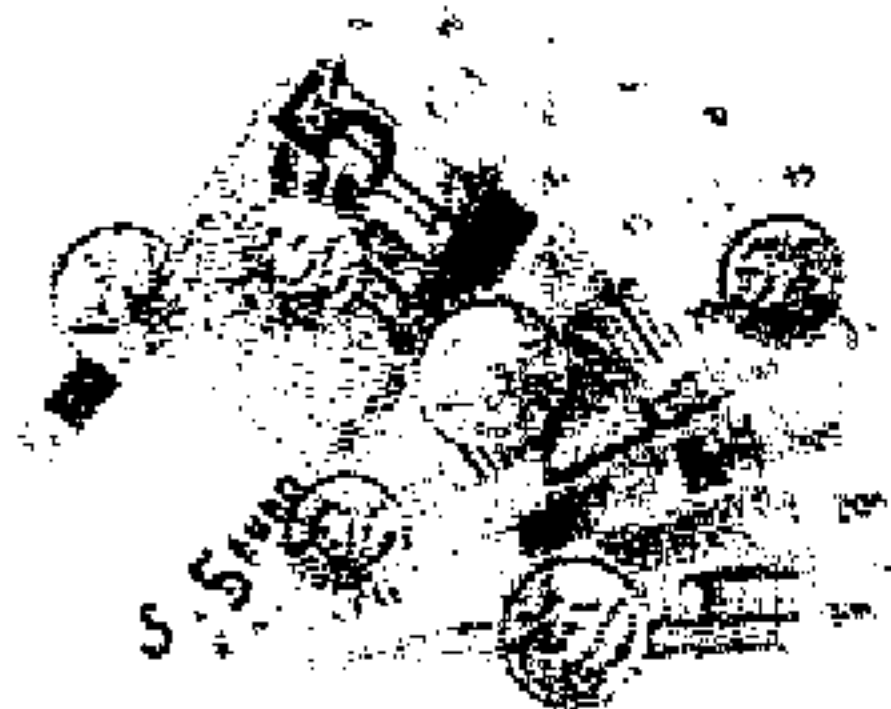
1° Germania	302.078	+7,24%
2° Regno Unito	259.232	+0,92%
3° Stati Uniti	190.052	+16,25%
4° Olanda	145.644	+1,19%
5° Svizzera e Liechtenstein	128.154	-0,84%
6° Francia	85.427	+2,87%
7° Belgio	32.875	+2,59%
8° Austria	31.499	+4,51%
9° Australia	29.819	+21,67%
10° Altri Paesi extraeuropei	25.350	+28,08%

QUANTO SPENDONO

Per il 2006 l'impatto economico del turismo sul Lago di Como è stimato in oltre 302 milioni di euro di cui

188,9 milioni (62,4%)

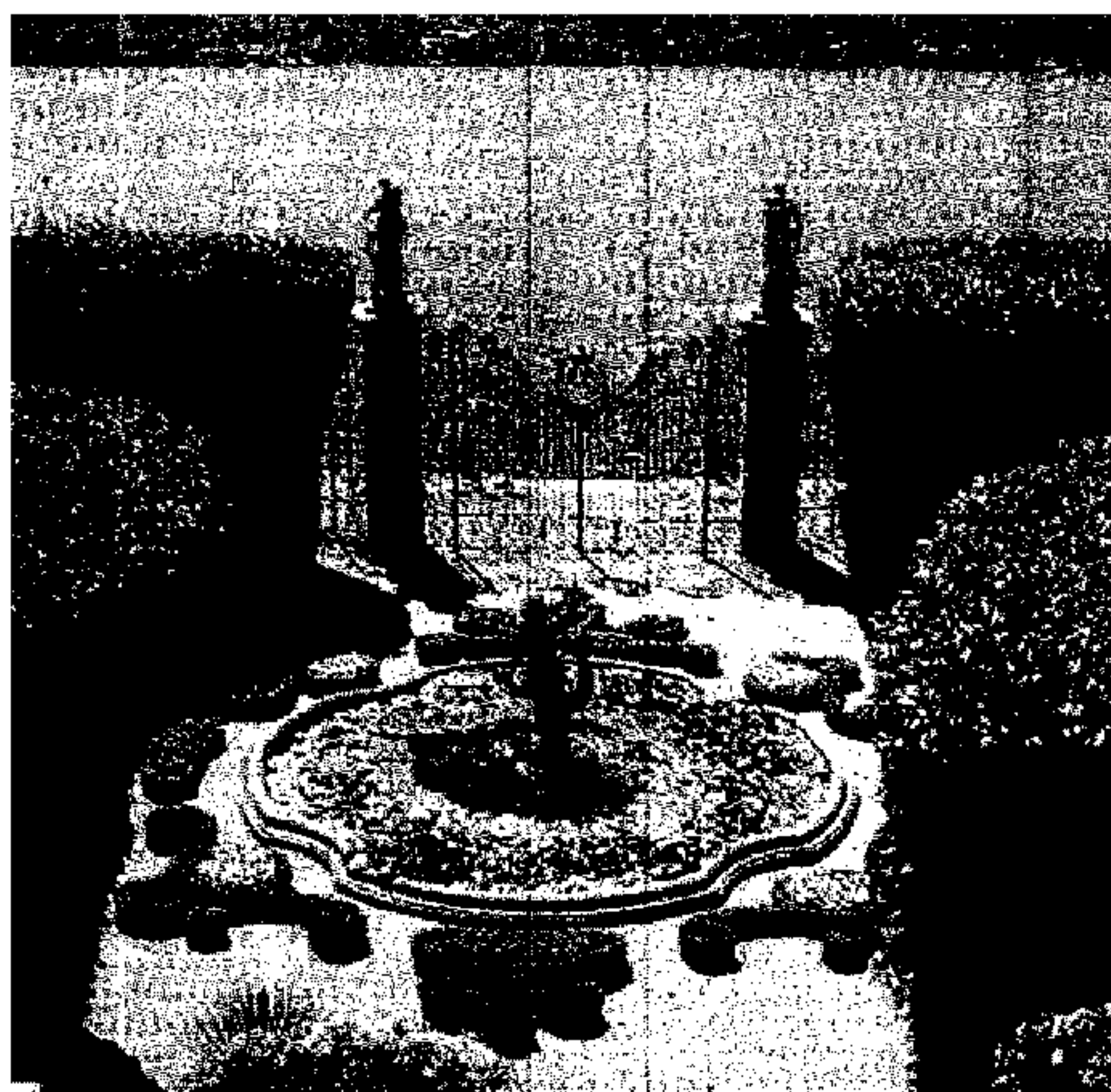
a favore di alberghi, ristoranti e altre strutture ricettive



113,7 milioni (37,6%)

a favore degli altri settori economici

- Le maggiori voci di spesa giornaliera per gli italiani sono ristoranti e pizzerie (**30,20 euro**), abbigliamento (**30,10 euro**) e calzature e accessori (**29,60 euro**)
- Le spese quotidiane dei turisti stranieri si concentrano invece soprattutto nel noleggio di attrezzature per le attività sportive (**55,30 euro**), nell'abbigliamento (**52,50 euro**) e in calzature e accessori (**45,90 euro**)



I LUOGHI

Villa Carlotta a Tremezzo. Il lago, con le sue bellezze, rimane il luogo della provincia che è più apprezzato dai turisti. Bene anche il settore dei viaggi d'affari. Più problematica la situazione che riguarda la montagna