

**“TURISTICITÀ” E REGIONALIZZAZIONE TURISTICA : RIFLESSIONI
METODOLOGICHE E SPUNTI DI ANALISI TERRITORIALE. IL CASO DEL TURISMO
LACUALE NELLA REGIONE LARIANA**

Gianluigi Salvucci¹, Giuseppe Muti²,

SOMMARIO

La valutazione della “turisticità” di un territorio è fondamentale per la regionalizzazione turistica dell’area ma pone diversi problemi teorici (tassonomia, definizioni operative), pratici (regionalizzazione turistica, raccolta dati, feedback locale,) e di messa a punto transcalare e dinamica. I criteri di valutazione attualmente diffusi non sono sempre chiari nella loro messa a punto e non sono sempre efficaci nel rendere conto delle complesse dinamiche della domanda e dell’offerta sul territorio, come dimostra la regionalizzazione turistica del Lago di Como.

Analizzando il caso del Lario, l’articolo avanza alcune idee operative di regionalizzazione geografico turistica, con particolare attenzione all’analisi delle seconde case come indice fondamentale nell’individuazione della vocazione turistica territoriale. Dall’analisi del caso emerge una regionalizzazione turistica innovativa, forse in grado di agevolare la messa a punto di politiche di organizzazione e pianificazione turistica del territorio.

¹ Istat, Viale Oceano Pacifico 181, 00146, Roma, e-mail: salvucci@istat.it

² Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, e-mail: g.muti@unicas.it

1 Introduzione³

La quantificazione del fenomeno turistico sul territorio permane esercizio arduo. Uno studio attualmente in corso sul Lario si sta confrontando nella pratica con alcune problematiche di rilevazione, elaborazione e interpretazione dei dati che possono essere discusse e analizzate come utile esempio, per contribuire al dibattito sulla rilevazione statistica e sulla regionalizzazione turistica. Le difficoltà legate alle statistiche istituzionali riguardano soprattutto i continui cambiamenti e aggiornamenti nelle rilevazioni, non sempre migliorativi come la fuoriuscita delle seconde case, e le incertezze introdotte dalla devoluzione quanto a competenze e responsabilità degli enti territoriali. Le difficoltà legate ai dati ed agli studi non istituzionali sono connesse, in particolare, alla crescita continua degli attori e degli enti, pubblici o privati, e all'ipertrofia della produzione e diffusione di studi e dati di difficile valutazione, come già rilevato da Gismondi e Mirto (2003). Il crescente deficit di rappresentazione del fenomeno turistico di cui sembrano soffrire le statistiche ufficiali è connesso ad una pluralità di fattori. Alcuni, strutturali, rimandano al turismo in quanto modello di sviluppo economico territoriale mai seriamente perseguito a livello di politica nazionale. Altri, più recenti, rinviando sia alla pluralità di termini, indici e modelli utilizzati non sempre con chiarezza sia, soprattutto, alle recenti evoluzioni del fenomeno turistico, i cui flussi sono sempre più legati a mode, immagini e pulsioni improvvise e difficilmente prevedibili nelle cause e negli effetti.

Analogamente al caso del Lago di Como, le lacune di rappresentazione della realtà turistica territoriale possono dare luogo a una regionalizzazione inidonea nei presupposti, con effetti fuorvianti sulla programmazione e pianificazione turistica del territorio e, a cascata, problematiche ambientali e di pressione turistica che possono circolarmente diminuire l'appetibilità turistica della località.

2 Turisticità, tipologia e circoscrizioni: necessità di un approccio geografico alla regionalizzazione turistica.

La “turisticità” è una nozione relativamente recente degli studi sul turismo e viene attualmente impiegata in due accezioni, perdendo parte della propria efficacia. In un primo significato la “turisticità” si basa sui flussi di turisti e viene utilizzata per valutare la forza attrattiva del territorio. L'Osservatorio nazionale sul turismo riconosce e rinomina nella “turisticità”⁴ i

³ Del lavoro svolto in collaborazione e condivisione fra gli autori, i paragrafi 2 e 3 sono attribuibili al dott. Giuseppe Muti, i paragrafi 4 e 5 al dott. Gianluigi Salvucci.

⁴ http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/statistiche/indicatori_turistici/index.html

tradizionali indicatori di densità e di pressione turistica che rapportano il numero delle presenze alla superficie ed agli abitanti del territorio (Lozato Giotart, 2002; Innocenti, 2005). In un secondo significato la “turisticità” si basa sulla dotazione naturale e culturale oltre che sui flussi, e in tal senso sembra costituire il parametro di definizione della tipologia turistica dei comuni italiani proposta dall’Istat. Questa accezione è particolarmente interessante, riverbera i suoi effetti sulle modalità turistiche prevalenti e sulle circoscrizioni turistiche, ma necessita di diversi aggiornamenti di sensibilità geografica. Vediamo perché. Per attenuare gli elementi di eterogeneità nella classificazione degli enti periferici del turismo l’Istat fornisce dagli anni Ottanta un’indicazione generale sulle tipologie di interesse turistico, nella quale gli enti locali classificano i comuni del territorio. All’interno della griglia trovano posto le seguenti specializzazioni: località d’arte, collinari, lacuali, marine, montane, religiose, termali, capoluoghi d’arte, capoluoghi senza specifici interessi turistici, altri comuni non altrimenti classificati. In queste due ultime categorie rientrano quei capoluoghi e quei comuni che, indipendentemente dalla loro capacità ricettiva, non hanno specifiche attrazioni turistiche. (Istat, 2001) Il progetto di catalogare per organizzare e valorizzare è chiaramente interessante, ma il risultato dell’operazione è modesto e peggiora nel tempo data la mancanza di aggiornamenti e di approfondimenti anche concettuali. Al 2012 (Istat, 2012) i capoluoghi senza specifici interessi turistici nel paese sono ben 36 fra i quali compaiono anche Monza (nonostante il duomo e la Corona ferrea), Caserta (nonostante la Reggia) e Ragusa (nonostante Ibla). Oltre il 66 per cento dei comuni italiani (5.256) è privo di vocazione turistica e di fattori di attrazione naturali o culturali: un risultato piuttosto incongruo in un territorio con tre millenni di storia, epicentro della modernità e della principale religione mondiale, dotato di oltre 7 mila chilometri di sviluppo costiero nel Mediterraneo e circa 1.200 chilometri di arco alpino. A livello regionale, rileva Santoro (2013), le percentuali di comuni non turistici sono incisivamente diverse fra loro, e questi squilibri nascondono un problema di classificazioni non omogenee adottate dai diversi enti, sicché, in alcuni casi, scompaiono intere zone turisticamente rilevanti, come il Cilento e la Costiera amalfitana e sorrentina. (Santoro, 2013). Dalla carta dell’offerta turistica per tipi di località (Sgi, 2009), emerge come diverse province e intere regioni siano analizzate in maniera sommaria e per nulla propositiva. Nella Provincia di Roma solo la capitale è dotata di turisticità: per essere catalogati comuni turistici a Tivoli non basta il riconoscimento dell’Unesco, a Castel Gandolfo la residenza estiva del Pontefice e a Bracciano il lago, il castello e le nozze globali di Tom Cruise. In Puglia, Sardegna e Sicilia le località marine sono in totale 27, circa un decimo dei comuni costieri. In Lombardia i comuni turistici sono 128, meno di un decimo del totale, dei quali 54 lacuali, solo 38 montani e 15 di interesse artistico dei quali 5 in provincia di Pavia. Squilibri e incongruenze sono davvero molte ed evidenti. In proposito è interessante l’analisi di Gismondi e Russo (2004) che presenta aggiornamenti verso una metodologia attenta allo sviluppo locale, in grado di valorizzare la turisticità anche dei siti turistici minori. Nella scelta

del livello territoriale, tuttavia, l'analisi di Gismondi si scontra con le circoscrizioni turistiche. Le circoscrizioni turistiche oggi in vigore sono i residui delle partizioni amministrative e degli enti periferici del turismo (Ept, Apt, Aacst, Aast, Aiat) creati con la Legge quadro del 1983. A causa dei cambiamenti normativi e della redistribuzione di competenze sul turismo, sottolineano Santoro (2013) e Di Sante Petrei (2013) risultano poco significative dal punto di vista concettuale e in molti casi hanno del tutto perso aderenza alla realtà. Destinate ad essere sostituite dai Sistemi turistici locali le circoscrizioni turistiche si sono moltiplicate fino a diventare 547 nel 2003 (Gismondi e Russo, 2004) e 566 nel 2012, delle quali 252 costituite da un singolo comune e nessuna a varcare i confini di una provincia costituendo un sistema interprovinciale. Nessuna costituisce insomma un vero e proprio sistema locale anche perché, seppur specializzate funzionalmente, esse dimostrano una vocazione più conservativa che non espansiva e progettuale. Il sapere geografico ha fra le proprie prerogative la sensibilità territoriale e una certa dimestichezza con la transcalarità e le delicate operazioni di regionalizzazione, ma anche uno spirito critico e attento alle novità, indispensabile in un ambito prettamente interdisciplinare. Questi strumenti possono essere doppiamente utili all'individuazione e valorizzazione sostenibile della turisticità. Non tutti gli elementi naturali costituiscono un 'attrazione turistica, sebbene lo stesso elemento possa esserlo in un luogo e non in un altro, ovvero in un momento storico e non in un altro. I fattori geografici non sono investiti di proprietà turistiche intrinseche, anche se un ristretto novero sembra aver posseduto un 'appetibilità ricreativa trasversale alle epoche ed alle società e, fra questi, è forse possibile annoverare proprio l'elemento geografico lago. Altri elementi quali il mare e la spiaggia o la montagna, invece, devono il proprio successo turistico alle evoluzioni socio culturali di determinate società in determinati momenti storici, costituendo altrove o in altro tempo un fattore di disinteresse o repulsione. (Urry, 95; Battilani, 2001, Dell'Agnese e Bagnoli, 2004; Aime e Papotti, 2012). In questo senso, ad esempio, sarebbe utile aggiornare le tipologie turistiche alle odierne modalità di fare turismo modificando le località "collinari" in località di turismo "verde" o "rurale" di più semplice verifica e maggior coerenza anche con le terminologie oggi in uso. Alcuni fattori immateriali intrinseci, questi sì, al fenomeno turistico hanno una valenza talvolta superiore ai fattori ambientali e culturali locali. L'immagine turistica nelle sue diverse modalità di diffusione, le mode e le nuove tecnologie fanno sì che ogni luogo sia potenzialmente e repentinamente un 'attrazione turistica, magari fittizia, magari fugace, ma di grande richiamo. (Minca, 96; Bonadei e Volli, 03; Celata e Borghi, 2009) come nel caso del Comune di Agliè (Bagnoli, 2010) o, negli anni recenti, di Dubai. Domanda e offerta di servizi turistici sono evolute parallelamente ai gusti e alle tendenze delle diverse epoche, dando luogo a una straordinaria gamma di voglie, modi e opportunità di "fare turismo", mentre la correlazione "esigenza da soddisfare – località che la soddisfa" quasi imperativa in passato, è oggi molto più debole. (Bagnoli, 2010).

Il turismo si basa su una fortissima componente immateriale, davvero difficile da quantificare statisticamente. A partire da questa constatazione, il luogo turistico risulta davvero un ‘invenzione, come spiegano Stock (et all, 2006) e il gruppo di ricerca del Mit di Parigi. Una invenzione che implica una nuova lettura del territorio e un doppio processo rivoluzionario di diversificazione della tipologia di utilizzo principale dello spazio e l’incorporazione alla località turistica di nuovi spazi precedentemente ignorati. Il luogo turistico può essere creato appositamente, da zero o tramite una discontinuità di fondazione, oppure può derivare dalla trasformazione di una località già esistente, così che gli spazi turistici sono analizzabili attraverso uno schema che prende in considerazione le attrazioni turistiche, la ricettività, gli abitanti e le funzioni urbane. (Stock et all, 2006)

Tabella 1 - Differenti tipologie di spazio turistico (Stock et all, 2006)

	Capacità ricettiva	Abitanti permanenti	Funzioni urbane diverse
Sito turistico (attrazione)	–	–	–
Nucleo turistico (villaggio)	+	–	–
Stazione turistica (località)	+	+	–
Città turistica (polo turistico)	+	+	+

2.1 Il turismo residenziale e le seconde case ad uso turistico: un dato imprescindibile.

Il turismo residenziale (Montipò, 85) o immobiliare (Innocenti, 2005), ovvero quello che si svolge nelle seconde case, di proprietà o in affitto, è una componente fondamentale del turismo in Italia; la mancanza di rilevazioni in merito crea un grave vuoto di conoscenza, un angolo buio saltuariamente illuminato da indagini mirate che offrono dati e costatazioni per certi versi sconcertanti. In diverse località italiane lo sviluppo delle seconde case ha un ‘origine storica che risale al Diciottesimo e al Diciannovesimo secolo quando, la nobiltà prima e la borghesia poi, trascorrono lunghi periodi di villeggiatura in lussuose residenze fuori città. Dal secondo dopoguerra, con lo sviluppo del turismo di massa ed in assenza di piani regolatori e paesaggistici, le seconde case si moltiplicano in una vasta e disordinata occupazione privata del territorio, nota come rapallizzazione. Secondo le caratteristiche della regione prevalgono costruzioni individuali o edifici di tipo condominiale destinate alle classi alte e medie dei vicini centri urbani. Sugli effetti della diffusione delle seconde case (soprattutto fra gli anni ‘60 e ‘80) le opinioni sono contrastanti, spiega Innocenti (2005). In senso positivo, soprattutto nella fase iniziale, essa contribuisce alla rivalutazione di terreni di scarso valore, al richiamo di nuovi abitanti in aree in fase di spopolamento (soprattutto in montagna) e incide positivamente sull’economia locale in termini sia economici che occupazionali, a partire dal comparto edilizio. In senso negativo, invece, gli alloggi sono

ampiamente sottoutilizzati, privilegiano la rendita fondiaria con ricadute solo parziali sull'economia locale e originano guasti ambientali anche gravi. In assenza di piani regolatori e soprattutto di politiche di pianificazione turistica, sottolinea Montipò (1985) l'economia turistica delle seconde case tende a diventare un settore monopolizzato da società finanziarie e immobiliari, spesso esogene al territorio. Definito "spontaneo" o "informale" o "sommerso", il turismo residenziale denota almeno tre impatti critici di insediamento: sulla società, sul territorio e sulla pianificazione turistica. Le società ospitanti conoscono un generale aumento dei prezzi e sono obbligate ad un incontro, non neutro, con i valori e i modelli culturali metropolitani dei visitatori, che possono prevaricare e marginalizzare la collettività locale (Minca, 1996; Aime, 2005). Il territorio subisce una vasta occupazione privata che può avere gravi effetti ambientali sul suolo e sul paesaggio, soprattutto nelle aree a forte dissesto idrogeologico, e può arrivare a complicare o a rendere impossibile anche l'accesso e la fruizione delle risorse naturali che costituiscono la principale attrazione. (Montipò, 1985; OTPB, 2010). La diffusione dell'edificato incide sulla fisionomia turistica della destinazione modificandone la tipologia. Emergono così i danni allo sviluppo ed alla pianificazione turistica, sia perché si preclude l'opportunità di favorire altre forme di turismo più redditizie per l'economia locale e di minor impatto ambientale; sia perché con il degrado ambientale diminuisce corrispettivamente l'appetibilità turistica dei luoghi stessi; sia perché, sfuggendo alle rilevazioni e quindi anche alla pianificazione programmatica dell'offerta ricettiva e turistica locale, il turismo delle seconde può innescare una spirale che conduce alla riproduzione del modello turistico residenziale come forma ricettiva caratterizzante. Il turismo residenziale è stato monitorato fino al 1987 quando gli alloggi in affitto non gestiti in forma imprenditoriale (non iscritti al Rec) sono esclusi dalla rilevazione delle strutture ricettive extralberghiere. Il censimento del 1991 cattura la distribuzione territoriale delle abitazioni destinate a vacanza, ma da allora non sono disponibili che studi indiretti, calcolati sulla base del censimento del 2001 e aggiornati al 2004 (Becheri, 2005; Gambassi, 2005). I dati che emergono destano clamore ma sono ribaditi da vari approcci anche istituzionali; il turismo delle seconde case equivale a oltre due volte quello ufficiale con 792 milioni di presenze stimante per il 2003, contro circa 344,4 ufficiali (Becheri, 2005). Le seconde case per vacanza censite nel 1991 sono oltre 2,7 milioni e quelle stimate per il 2001 sono oltre 2,9 milioni, in un percorso di crescita che tende a rallentare per effetto della sempre maggior densità abitativa e per il cambiamento delle modalità di fare turismo. (OTPB, 2010) Il potenziale di posti letto è di circa 12 milioni e l'utilizzazione marginale delle seconde case è stimata in 71 giorni all'anno, inferiore al 20 per cento del potenziale, ma l'ampiezza del patrimonio edilizio chiamato in causa è tale che le presenze sono doppie rispetto a quelle ufficiali; il coefficiente moltiplicativo messo a punto per stimare le presenze complessive arriva, in certe province, fino a venti o trenta volte il turismo ufficiale. (Becheri, 2005)

I turisti nazionali sono nettamente prevalenti e la spesa stimata per i turisti residenziali è di circa 43 euro al giorno, talché nel sud e nelle isole la spesa turistica così generata è superiore a quella imputabile ai movimenti ufficiali; la spesa turistica totale sostenuta dai turisti residenziali ammonta a oltre 31 miliardi di euro, pari al 41 per cento della spesa complessiva attivata dal turismo pernottante, ed è in grado di attivare consumi per oltre 25 miliardi di valore aggiunto. (Becheri, 2005)

La rilevazione delle presenze effettive, afferma Becheri (2005) porta a rivedere la mappa del mercato turistico italiano e la revisione dovrebbe spingere molti amministratori locali a guardare con maggior fiducia alle potenzialità turistiche del proprio territorio ed a disporre politiche, infrastrutture e servizi adeguati alle reali dimensioni del turismo. Si rivela così necessaria la messa a punto di un Indice di funzione immobiliare che valuti l'andamento demografico e l'incremento di abitazioni occupate, non occupate e per vacanza (Montipò, 1985; Becheri, 2005; Gismondi e Russo, 2004; OTPB, 2010).

3 Il caso studio del Lago di Como.

Il Lago di Como è probabilmente la più famosa ed ambita destinazione turistica lacuale al mondo ma a questo primato globale della marca turistica, fanno riscontro flussi contenuti ed un 'offerta ricettiva circoscritta e disarticolata, seppur caratterizzata dalla presenza punteggiata di eccellenze a scala globale. (Muti, 2014). Le Province di Como e Lecco non spiccano nelle graduatorie regionali (in Lombardia Como è 3° per presenze turistiche e 4° per offerta ricettiva, Lecco 9° e 8°) né nazionali, (44° ed al 92° posto per presenze). (TCI, 2012). Le due province nascono da una divisione, nel 1992, che corona ataviche conflittualità e campanilismi che caratterizzano ancora oggi le relazioni fra i capoluoghi e diversi comuni del lago. Nel 1996 nasce il Sistema turistico Lago di Como a ricomporre almeno turisticamente i due territori. Nella classifica del XVIII° Rapporto sul turismo italiano (Becheri e Maggiore, 2013) la «destinazione territoriale diffusa» lago di Como è oltre la ventesima posizione, dopo il lago di Garda ed anche il lago Maggiore. Ma cos'è la destinazione territoriale diffusa Lago di Como? Proviamo a ricostruirne il profilo seguendo le riflessioni fin qui esposte sulla regionalizzazione turistica.

3.1 2.1. Il Lago di Como e il Sistema Turistico Lago di Como

In un 'ottica squisitamente geografica e dunque, unitamente, quantitativa e qualitativa, fanno parte del sistema turistico lacuale tutti i comuni che si affacciano direttamente sul lago, secondo un principio di unitarietà regionale sottolineato anche da Biagini, e quelli la cui funzionalità turistica è legata allo specchio d'acqua (Defert, 62), anche secondo lo schema di Stock proposto in Fig. 1. La morfologia montana e collinare tipica dell'ambiente lacustre,

“consente uno sdoppiamento delle sedi turistiche fra il livello del lago e le pendici sovrastanti” (Valussi, 85), caratterizzando in senso poliedrico il turismo lacuale. Uno schema ampiamente accettato e discusso anche nei più recenti studi accademici sul turismo lacuale (Hall, 2006), di cui approfondiremo le indicazioni circa la necessità di fare sistema.

Nella classificazione Istat dei comuni per circoscrizione e tipo di località turistica, tuttavia, il quadro è differente. Se i comuni che si affacciano direttamente sui laghi Maggiore e di Garda sono considerati pressoché tutti a turisticità lacuale, dei 46 comuni che compongono il litorale lariano nelle Province di Como e Lecco solo 13 sono caratterizzati da turismo lacuale, mentre Como è città di interesse storico e artistico⁵. Al comune di Ossuccio non basta il riconoscimento dell’Unesco per essere considerato turistico, mentre a Laglio si spera che George Clooney, attualmente uno degli attrattori turistici immateriali più forti dell’immagine lariana, non si accorga di possedere una splendida villa sul lago in una località priva di turisticità. Dei complessivi 255 comuni delle due province solo 21 sono ‘turistici’ nella regionalizzazione dell’Istat, suddivisi in ben 9 circoscrizioni. Ed è interessante notare il riaffiorare delle rivalità proprio nella nomina di tali circoscrizioni, cosicché il ramo di Lecco è promosso ad autonomo bacino lacustre nell’originale circoscrizione del ‘Lago di Lecco’.

Una seconda regionalizzazione turistica funzionale delle province di Como e Lecco è proposta dall’Osservatorio del Sistema Turistico Lago di Como (Stlc). Questo ente è anche utile esempio delle diverse problematiche che affliggono gli attori non istituzionali che operano nelle ricerche sul turismo: gli studi dell’Osservatorio, ad esempio, non seguono l’anno solare ma sono basati su un “anno turistico” che va da dicembre a novembre dell’anno successivo, rendendo i dati non confrontabili con altri.

Partendo dalla classificazione Istat, l’Osservatorio distingue 4 tipologie in base al prodotto turistico prevalente, a coprire tutto il territorio provinciale: il lago, meta di turismo leisure; la montagna, meta di turismo sportivo e di villeggiatura; la Brianza meta di turismo d’affari; i capoluoghi meta di turismo leisure e d’affari (Montisci, 2009).

Come emerge da un recente studio sulla resilienza del Sistema turistico del lago alla crisi economica globale (Muti, 2014), tuttavia, questa regionalizzazione introduce contraddizioni che minano l’opera di regionalizzazione compromettendo la lettura del quadro d’insieme e, a cascata, le politiche di pianificazione. L’inclusione nell’area Affari delle stazioni lacuali meridionali del ramo di Lecco (Malgrate e Valmadrera), di quelle collegate ai laghi fluviali dell’Adda (come Garlate) e dei comuni affacciati sui laghi brianzei (come Annone, Eupilio e Montorfano), dilata il turismo d’affari senza tenere in considerazione la tipologia del soggiorno (diffusione dei campeggi) le presenze medie (di molto superiore ai tre giorni in diversi comuni) e la provenienza dei turisti (stranieri in aumento).

⁵ Bellagio, Cernobbio, Domaso, Gravedona, Griante, Menaggio, Porlezza, Tremezzo (Circoscrizione Lago Como); Abbadia Lariana, Colico, Mandello del Lario, Varenna (Circ. Lago di Lecco); Lecco, Malgrate (Circ. Id.). Como è città storico culturale (Circ. Como); Cantù, Cando e Erba sono località collinari (Circ. Brianza); Lanzo d’Intelvi (Circ. Val d’Intelvi), Barzio e Cremona (Circ. Id.) sono località montane.

Figura 1 - La regionalizzazione turistica dell'Osservatorio STLC (da Imbesi, 2012)



Fonte: Imbesi, 2012

La meta turistica di fama mondiale “Lago di Como” è confusa in un generico ambito Lago, amputata dei due capoluoghi e indebitamente accresciuta dalle buone prestazioni turistiche delle stazioni del Ceresio (Porlezza) e del Lago di Piano (Carlazzo) nella capacità ricettiva e nei flussi soprattutto extralberghieri. La separazione dei capoluoghi dall’Area lago, inoltre, appare una spersonalizzazione delle due città lacuali. Se si perde di vista il Lario, infatti, Como e Lecco non sono che due poli turistici urbani culturali complementari, appartenenti alla cintura della regione turistica metropolitana milanese, allo stesso livello d’attrazione di altri centri quali Bergamo, Vigevano, Pavia, Varese o Novara. La regionalizzazione turistica attualmente adottata, in particolare, non permette di riconoscere e mettere a frutto il “Genius Loci” del sistema, ovvero l’elemento geografico Lago, e le pratiche correlate, sia quelle più classiche e contemplative, sia quelle più recenti sportive e naturalistiche. E il lago smarrito corrisponde al brand limnologico probabilmente più famoso al mondo, ovvero il Lago di Como. È fondamentale sottolineare come il deficit di rappresentazione concerna non solo l’analisi dei dati, ma anche la “lettura” turistico territoriale della regione, e quindi l’identificazione dei fattori primari e secondari di attrazione turistica e la predisposizione di adeguate politiche di organizzazione e pianificazione. L’elemento “Lago” è il connotato geografico sostanziale del territorio. Si è intrecciato con la storia degli uomini e delle società ed ha strutturalmente contribuito a qualificare la regione, fin dall’epoca romana, come spazio di confine, come campo militare, come via di comunicazione, come ambito socio economico di sviluppo e come ambiente di riposo e svago. Non tutti i laghi hanno funzione turistica. Nei

bacini artificiali le funzioni ricreative sono assoggettate alle funzioni che hanno portato alla costruzione del bacino (usi civili, irrigazione, energia, ecc.). Nei laghi alpini le funzioni lacuali sono assoggettate al clima rigido e sono secondarie rispetto alla turisticità montana. Ma i laghi naturali, ed in particolare quelli delle medie latitudini nelle regioni storicamente antropizzate, costituiscono una risorsa turistica eccezionale quasi ovunque nel mondo (Hall, 2006). L'attenzione prioritaria all'elemento lago permette di indentificare 2 regioni turistiche nell'ambito del STLC: la destinazione "Lago di Como" e il "Distretto dei laghi lariani". La destinazione "Lago di Como" è l'aggregato dei 46 comuni litoranei del Lario e degli 8 comuni la cui funzionalità turistica è legata alle pratiche lacuali⁶, secondo una rilettura della pionieristica tassonomia di Pierre Defert (1962). A parte i capoluoghi si tratta di comuni mediamente piccoli (solo altri 4 hanno più di 5.000 abitanti) e piccolissimi (19 hanno meno di 1.000 abitanti) la cui storia millenaria è tanto segnata da sanguinose e reciproche ostilità, quanto rappresentata da artisti e creativi per l'emozione del paesaggio. Como (84 mila abitanti) e Lecco (46 mila) non fanno eccezione in quanto a campanilismo ma denotano notevoli differenze in ambito turistico. A Lecco, le strutture sono diverse ma i posti letto sono limitati e la sponda lecchese appare nel complesso la meno dotata, mentre Como è il principale polo quantitativo dell'offerta turistica del STLC. La regione turistica "Lago di Como" è meta turistica di fama globale dalla solida tradizione ricreativa d'élite. A fronte del 40% della popolazione e del 33% del territorio del Sistema Turistico Lago di Como (STLC), assomma la metà dell'offerta ricettiva, accoglie circa il 60% dei flussi complessivi ed oltre il 70% di quelli stranieri, potendo disporre di 4 esercizi alberghieri e almeno 800 letti "extra lusso" dallo straordinario impatto qualitativo e quantitativo. Il "Distretto dei Laghi" associa tutti gli 82 comuni che si affacciano su uno degli 11 laghi che punteggiano il territorio, sottolineando l'importanza strutturale dei due ambiti centrati sull'elemento "Lago" rispetto all'intero STLC: 7 arrivi su 10 (8 stranieri), 8 presenze su 10 (9 straniere), più di 3/4 dei letti totali e quasi il 7 letti alberghieri su 10. Tutti i comuni che si affacciano su uno degli undici laghi del distretto.

La regionalizzazione proposta non esclude la presenza del turismo di affari né il valore storico e culturale dei capoluoghi, ma li subordina all'elemento caratterizzante il territorio, ovvero il *genius loci* lacuale. Marginalizzando parzialmente quella porzione di Brianza a più avanzata urbanizzazione ed industrializzazione, la nuova regionalizzazione lacuale lascia emergere i 5 ambiti montani costituiti dal Val d'Intelvi, Alpi Lepontine, Val Sassina, Triangolo lariano e Valle San Martino, che potrebbero utilmente giovare di una maggior integrazione con il *genius loci* lacuale e con l'immagine di marca del Lario.

⁶ Come nel caso di Brunate e Pigra, località in belvedere collegate tramite funicolare, o di Trezzone, Monte Mezzo, Peglio, Stazzona, Plesio e Vestreno, borghi in cornice sui rilievi del bacino lacuale.

Tabella 2 - Spunti per una nuova regionalizzazione turistica del lago di Como.

	STLC	Lago di Como	% Stlc	Distretto Laghi Lariani	% Stlc
Superficie	2.093,62 km ²	691,82 km ²	33	899,76 km ²	42,9
Popolazione	586.735 ab.	233.654 ab.	39,8	336.851 ab.	57,4
Esercizi ricettivi	933	453	48,6	607	65
Letti totali	49.990	26.847	53,7	37.905	75,8
Letti alberghieri	19.280	10.455	54,2	13.133	68,1
Letti 5 e 4 stelle	794 + 6.126	794 + 2.977	100 e 48,5	794 + 4.071	100 e 66,4
Arrivi	1.225.339	694.296	56,7	851.307	69,4
Arrivi stranieri	772.782	533.489	69	623.842	80,7
Presenze	3.221.352	1.997.217	61,9	2.569.241	79,7
Presenze stranieri	2.182.941	1.559.005	71,4	1.908.411	87,4
Presenze Alberghi	2.234.431	1.438.131	64,3	1.572.019	70,3
Presenza Media	2,63 (2,2 alb.)	2,88 (2,62 alb.)		3 (2,7 alb.)	
Nottate	13.483.172	6.906.092	51,2	9.970.469	73,9

Fonte: elaborazione dati Apt 2011

Gli elementi immateriali che consolidano la fama del Lario come più bel lago del mondo (Huffington Post, 2013) difficilmente possono essere tradotti statisticamente ed aggiornati con continuità. È invece impossibile tradurre in indicatori puri, osservazioni geografiche complesse come quelle di Defert (1962) e Valussi (1985) relativamente alla turisticità dei borghi in cornice o in belvedere rispetto allo specchio lacustre. La regionalizzazione turistica deve partire dal lavoro sul campo del geografo.

3.2 *Il turismo residenziale sul lago di Como*

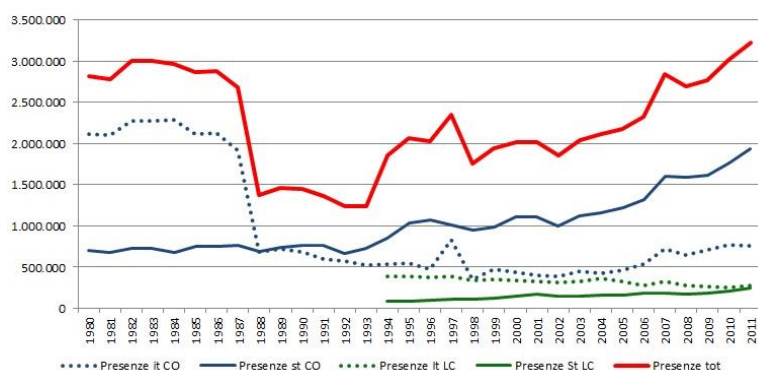
Il Lago di Como è la prima meta di villeggiatura lacuale di cui si abbiano testimonianze storiche: nel I secolo d.C. il comasco Plinio il giovane descrive le sue ville, chiamate l'una Commedia e l'altra Tragedia, i suoi luoghi di contemplazione e riposo sulle amene sponde lariane e le sue pratiche quotidiane, come la pesca e le passeggiate ai salti d'acqua.

Fin dal Sedicesimo secolo il Lario diventa meta di villeggiatura della nobiltà milanese, quindi tappa sui percorsi del Gand tour e dalla fine del Settecento vera e propria destinazione di lusso per le élite mondiali, da Bismark a Kennedy. La villeggiatura conosce il suo apice fra la seconda metà dell'Ottocento e gli anni Trenta, modificando intensamente il paesaggio lacuale ma in relativa armonia con l'ambiente naturale e culturale. Il rilievo è comunque occupato e l'accesso al litorale è comunque impedito, ma le lussuose ville che punteggiano il versante o la costa, seminasconde fra parchi esotici e giardini finemente curati, hanno un impatto ambientale e paesaggistico non paragonabile alle successive urbanizzazioni massificate.

In coerenza con le scelte a livello nazionale, dal secondo dopoguerra si privilegia lo sviluppo industriale; i distretti serico, del legno arredo e della meccanica di precisione attirano le attenzioni e le risorse a scapito dello sviluppo turistico. In un quadro segnato da conflittualità, divisioni e mancanza di piani regolatori, si diffonde e consolida un turismo residenziale di livello intermedio, parallelamente alla progressiva perdita di appetibilità turistica di stazioni d'élite come Brunate, che si trasforma da terrazza di lusso di Como a sobborgo del capoluogo comasco (Muti, 2012).

La situazione del turismo residenziale resta monitorata fino al 1987, quando le seconde case per vacanza sono censite annualmente fra le strutture ricettive extralberghiere. Nel 1987 la provincia di Como conta 656.928 arrivi (421.415 italiani e 235.513 stranieri) e 2.678.501 presenze, (1.915.388 italiani e 763.113 stranieri). L'anno successivo, uscite le seconde case dalle rilevazioni, 398.032 arrivi (187.470 italiani e 210.562 stranieri) e 1.380.144 presenze (683.185 italiane e 696.959 straniere). Il cambiamento, seppur riconducibile a una pluralità di motivi, sembra piuttosto evidente

Figura 2 - Serie storica presenze Provincia di Como 1980, 2011



Elaborazione su dati Apt, diversi anni.

Da allora in poi il turismo residenziale si fa sommerso, ancor più individuale e, data la strutturale carenza di spazi in un bacino lacustre subalpino, rischioso da un punto di vista ambientale. A ciò si aggiunga il progressivo degrado e abbandono di un gran numero di abitazioni antiche nei centri storici dei piccoli borghi, il cui abbandono genera ulteriore “fame” di spazio. Ed ancora lo spunto tale per cui quando la seconda casa è costruita o acquistata da non residenti, è spesso una forma di investimento il cui utilizzo è secondario all’acquisto e in ogni caso difficilmente viene affittata per essere utilizzata in esclusiva dai proprietari. (OTPB, 2010). Da qui nascono molte delle difficoltà di rilevazione e delle incongruenze turistiche del sistema territoriale. Secondo i dati dell’analisi condotta sul turismo sommerso nel 2003 dalla Mercury (Becheri, 2005, Gambassi, 2005) le stime sulle presenze turistiche che utilizzano abitazioni per vacanza è di 6.368.540 per la provincia di Como e 4.829.243 per la provincia di Lecco, con un rispettivo coefficiente moltiplicativo del

turismo ufficiale di 5,05 per Como e ben 11,16 per Lecco, decimo a livello nazionale e spiccatamente prima fra le province settentrionali. Anche l'impatto sociale e territoriale è naturalmente molto forte con Lecco decima (5.917 turisti residenziali per chilometro quadrato) e Como quindicesima (4.944) a livello nazionale. Sono dati che modificano evidentemente la percezione e la rappresentazione del turismo nella regione. Anche perché l'analisi cartografica della ripartizione delle abitazioni non occupate (Istat, 2011), individua fra i comuni maggiormente interessati dal fenomeno proprio quelli litoranei, in cornice e di montagna che sembrano marginalizzati dall'analisi dei flussi alberghieri ed extralberghieri, ed in particolare quelli della Provincia di Lecco. La rilevazione delle seconde case e la distinzione fra spazi turistici ricettivi e spazi turistici immobiliari è quindi uno strumento necessario ed indispensabile ai fini di una contabilità turistica nazionale minimamente corretta e coerente con la realtà.

4 Per una regionalizzazione lacuale : esercizi e applicazioni sul Lago di Como.

Il turismo è un fenomeno caratterizzato anche dal movimento (Toschi, 1947) ed immaginare di riuscire a circoscriverlo è un esercizio di difficile soluzione. Non si tratta di un caso unico, basti pensare ai sistemi locali del lavoro prodotti dall'Istat relativamente ai censimenti della popolazione dal 1981 (Sforzi 1990). Per entrare nel caso di studio specifico, risulta significativa la presenza di una circoscrizione denominata Lago di Como (0135003) che si contrappone ad una fantomatica Lago di Lecco (0975003), giustamente distinte dalle Altri comuni di Como (0135006) e Altri comuni di Lecco (0975004) ma a sua volta da non confondere con Lecco, Malgrate (0976001) che con le citate Lago di Lecco e Lago di Como costituiscono le circoscrizioni lacuali mentre Como (0136001) è una città d'arte. Come già evidenziato, queste circoscrizioni altro non sono che *“partizioni territoriali di tipo amministrativo basate su aree territoriali definite in base alle competenze degli Enti Periferici del Turismo. Ormai poco significative dal punto di vista concettuale”* e pertanto destinate all'eliminazione (Di Sante, Petrei, 29 ottobre 2013). La recente indicazione di Eurostat muove il processo di organizzazione dei dati verso regioni naturali, individuando la regione costiera come una ripartizione da analizzare in modo particolare, anche se relativa ai solo comuni della costa marina.

4.1 L'individuazione del turismo lacuale dal lato dell'offerta: metodologie e proposte

Tra le diverse tipologie considerate, quella lacuale dispone di caratteristiche peculiari. Innanzitutto non è al momento considerata a livello europeo, seppur una gran parte del turismo del nord Europa è focalizzato su località lacustri (Hall 2006). La scelta pone in essere una difficoltà metodologica non irrilevante per il ruolo svolto dalle seconde case che

caratterizzano i bacini lacuali facendo emergere un 'offerta di servizi di pernotto autoprodotta (Hall 2004). L'adozione di processi di regionalizzazione automatici ha il pregio di proporre una sintesi di ciò che il territorio offre, in particolare risponde alla domanda circa l'esistenza di un comportamento circoscritto idoneo ad accogliere chi voglia godere di un paesaggio lacustre. Il risultato è sicuramente influenzato dalla scelta degli indicatori, e quindi dalle variabili e dalla sintesi che se ne intende proporre. In questo lavoro si tende ad utilizzare indicatori provenienti dal censimento perché sono quelli che più facilmente possono essere ottenuti e confrontati su serie storiche particolarmente lunghe, con il pregio di essere rilevati con metodologie consolidate. Nella metodologia proposta si parte da un caso studio specifico dove sicuramente la motivazione principale del viaggio è interconnessa alla presenza del lago, ma non si ha la certezza modificando la scala e i contenuti immateriali si riproduca lo stesso risultato. L'analisi statistica regionale potrebbe così interagire con le osservazioni geografiche corroborando o modificando la lettura geoeconomica e turistica del territorio, permettendo di vagliare l'attribuzione della tipologia lacuale in coerenza o meno al set di indicatori.

4.2 *Gli indicatori utilizzati*

Si ritiene che il fenomeno turistico dal lato dell'offerta sia validamente qualificato in base al set di indicatori che si propone in Tabella , ponendo l'attenzione in particolare sull'offerta di servizi di pernottamento che caratterizzano l'esistenza del fenomeno, sia prodotti da terzi (alberghi) che autoprodotti (case non occupate). Variabile proxy di quest 'ultima categoria possono considerarsi le abitazioni non occupate. Bisogna precisare che in realtà la variabile derivante dal censimento della popolazione include tutte le abitazioni dove non risiede una famiglia e pertanto potrebbero risultare non occupate ma destinata ad attività terziarie, studi professionali ad es., che nulla hanno a che fare con il turismo. Tuttavia da un 'analisi dei dati il numero dei professionisti è talmente trascurabile che può considerarsi assente. Diverso sarebbe il caso di una città come Roma dove nel centro storico sono concentrate attività professionali in edifici residenziali, in questo caso è opportuno intervenire sottraendo il numero delle unità locali relative alle attività professionali (settori H ATECO 2001) dal numero delle abitazioni non occupate per ottenere una visione più adeguata all'autoproduzione del servizio di pernotto da parte del turista proprietario di una seconda abitazione. Nel caso in esame la superficie media dei comuni è molto simile e pertanto si preferisce utilizzare un indicatore di concentrazione piuttosto che la densità delle strutture ricettizie, la distribuzione percentuale per comune sottintende manifestare la concentrazione nel territorio di aziende specializzate la cui forza produttiva è misurata dalla dimensione media. In questo modo si vuol dare risalto a strutture complesse rispetto quelle familiari. La presenza di dimensioni modeste è indice di un turismo non adeguatamente sviluppato o pianificato che non riesce a sostenere la crescita di queste attività. In questo panorama

significativo è il ruolo dell'indotto diretto, cioè legato direttamente alla presenza del turista che si trova a scegliere di mangiare in un ristorante del luogo che sta visitando; potrebbe in tal senso rivelarsi interessante l'individuazione della compresenza di alberghi e ristoranti. Situazione del tutto diversa quella contrassegnata dall'assenza di alberghi e presenza di seconde case e turismo residenziale, per il quale l'indicatore minimo più adeguato è il rapporto tra case non occupate e occupate (si veda in tal senso anche Becheri 2005).

Non si può comunque escludere che il turismo, qualsiasi sia la forma che produce il servizio di pernottamento, abbia una influenza sui prezzi dei valori immobiliari che a loro volta incidono sulla distribuzione della popolazione. È evidente che i giovani abbiano più difficoltà degli adulti ad addossarsi un mutuo o pagare affitti elevati, pertanto, pur non disponendo di informazioni dettagliate sull'evoluzione dei prezzi immobiliari, si può ragionevolmente ritenere che siano inferiori quando la popolazione giovane è di ampiamente superiore a quella anziana. Le relazioni statistiche esistenti tra gli indicatori scelti in Tabella offrono importanti informazioni circa la struttura e il rapporto tra turismo prodotto e residenziale, nonché una prima analisi degli impatti socio-demografici sulla popolazione e degli impatti economici sull'area considerata. Nel caso in esame la correlazione tra le variabili scelte non è così elevata da indurre a ridurre il numero, perfino l'indicatore della dimensione media delle imprese del turismo diretto e indiretto non è così correlato con la distribuzione percentuale del fenomeno stesso. Esiste una correlazione abbastanza significativa tra percentuale di alberghi presente nel comune e dimensione pari a 0,63. Il fenomeno è evidente quando esistono strutture di grosse dimensioni che localizzano gli addetti in pochi comuni. Tuttavia si tratta di una correlazione positiva con indice di Pearson pari a 0.63 elevato ma non eccessivamente.

Sul fronte delle imprese turistiche indirette la situazione è diversa e la correlazione tra dimensione e concentrazione è molto bassa seppur positiva (0.196), e potrebbe indicare che i ristoranti sono diffusi senza particolari concentrazioni in tutta l'area considerata e che esiste una distribuzione della dimensione molto più omogenea di quanto non lo siano gli alberghi. Aspetti significativi sono altresì quelli desumibili dalla correlazione tra seconde case e turismo. Innanzitutto si registra una correlazione negativa tra dimensione dei ristoranti e l'incidenza seconde case pari a -0.25, verosimilmente spiegabile con l'autoproduzione del pasto da parte di questa forma di turisti. Stessa considerazione sul fronte alberghiero dove però il valore assoluto è molto più basso rispetto quello dei ristoranti seppur negativo -0.04 il che sembrerebbe manifestare una sorta di indipendenza di scelta della *location* da parte degli albergatori. Eppure esiste un risvolto comune che lega il fenomeno, l'indice di rinnovamento della popolazione è correlato negativamente sia alla presenza di seconde abitazioni (- 0.34) che alla presenza di strutture alberghiere importanti (ovvero rispetto la loro dimensione - 0.149). Una variabile non osservata in questa analisi ma di notevole influenza in questo ambito è costituita dall'andamento del mercato immobiliare. È evidente il ruolo del prezzo

Tabella 3 – Elenco degli indicatori utilizzati nel processo di regionalizzazione

A551	Addetti settore alberghiero
A553	Addetti settore ristoranti
ul551	Unità locali settore alberghiero
ul553	Unità locali settore ristoranti
Ab_no_occ	Abitazioni non occupate
Ab_occ	Abitazioni occupate
Giov	Popolazione residente in età tra 0-14 anni
Ov64	Popolazione residente con età superiore a 64 anni
Dimensioni alberghi	$\text{dim_551} = \text{a551}/\text{ul551}$.
Dimensioni ristoranti	$\text{dim_553} = \text{a553}/\text{ul553}$.
Percentuale Abitazioni non occupate	$\text{per_ab_no_occ} = \text{ab_nocc}/\text{ab_nocc_sum}$.
Percentuale addetti alberghi	$\text{per_551} = \text{a551}/\text{a551_sum}$
Percentuale addetti ristoranti	$\text{per_553} = \text{a553}/\text{a553_sum}$.
Incidenza abitazioni non occupate	$\text{inc_no_occ} = \text{ab_nocc}/\text{ab_occ}$.
Indice di rinnovamento	$\text{rin} = \text{giov}/\text{ov64}$.

Tabella 3 - Matrice delle correlazioni tra gli indicatori utilizzati (indice di Pearson)

	dim_551	dim_553	rin	inc_no_occ	per_ab_no_occ	per_551	per_553
dim_551	1	-0,006	-,149*	-0,047	,151*	,636**	,141*
dim_553	-0,006	1	,199**	-,256**	-0,069	0,05	,196**
Rin	-,149*	,199**	1	-,389**	-,344**	-,162**	-0,082
inc_no_occ	-0,047	-,256**	-,389**	1	,488**	-0,043	-0,104
per_ab_no_occ	,151*	-0,069	-,344**	,488**	1	,365**	,473**
per_551	,636**	0,05	-,162**	-0,043	,365**	1	,600**
per_553	,141*	,196**	-0,082	-0,104	,473**	,600**	1

Fonte elaborazione su dati Istat 2001

degli immobili che scoraggia la presenza di giovani ma al tempo stesso deriva da qualche amenità che rende turistico quel particolare luogo da cui una domanda turistica.

4.3 La diffusione territoriale delle strutture ricettive

Una prima disamina della diffusione degli indicatori utilizzati può aiutare a comprendere la diffusione e l'esistenza di un turismo lacuale, nelle sue differenti tipologie. Per rendere confrontabili tra loro le diverse carte si procede ad utilizzare i valori standardizzati evidenziando in questo modo i fenomeni se superiori alla media dell'area considerata.

L'indicatore utilizzato offre una netta delimitazione per il settore alberghiero dove, sia la diffusione degli addetti (Figura 3) che delle unità locali (Figura 4), manifesta una certa propensione alla diffusione lungo i laghi della zona. La presenza di addetti indica la capacità delle aziende di far fronte al costo fisso degli stipendi e quindi può essere utilizzata come un indicatore della forza delle aziende locali. In particolare la diffusione degli addetti nelle aziende alberghiere al 2001 si concentra principalmente nella zona di Como- Cernobbio e nel centro Bellagio- Menaggio, pochi comuni si ritrovano nella parte media della distribuzione, a sud Moltrasio, Laglio, nella parte centrale si aggiunge Griante. Il versante di Lecco non risulta particolarmente dotato di strutture di grandi dimensioni, se si escludono i comuni di Lecco, Varenna e Colico. Da notare che tutti i comuni finora citati affacciano sul lago di Como, segno inequivocabile dell'importanza della prossimità del corpo idrico. Un ultimo comune, nella media della distribuzione degli addetti agli alberghi si ritrova a sud. Si tratta del comune di Erba anch'esso su un lago, quello di Alserio. La diversa e contemporanea presenza di valori diversi dei due indicatori è dovuta alla diversa dimensione media delle strutture, la cui analisi fa emergere particolari forme di turismo interconnesse al lago che meritano di essere approfondite (

Figura 5). Con strutture di dimensioni sopra la media emergono nell'entroterra i comuni di Appiano Gentile, Carimate, Figino Serenza, Albavilla, ancora sul ramo di Lecco i comuni di Oliveto Lario, Valmadrera, Garlate. Rimanendo nell'ambito dell'indotto economico diretto del turismo, la presenza di ristoranti è strettamente collegata alla presenza di alberghi. Se già una prima differenziazione si è verificata tra il versante di Como e quello di Lecco, l'analisi della distribuzione delle seconde case non può che confermare una diversa vocazione turistica, di fatti sia la distribuzione delle abitazioni non occupate che la loro incidenza su quelle occupate dimostrano una maggior concentrazione sul versante di Lecco (

Figura 6). Un primo gruppo a nord costituito da Sueglio e Introzio dove le abitazioni non occupate vanno da 4 a 6 volte le occupate, cui si aggregano Dorio e Vestreno con valori più bassi intorno a 2. Scendendo i comuni di Casargo e Margno anche loro con un incidenza di 4 volte le occupate, che costituiscono un cluster spaziale con altri comuni dai valori sensibilmente inferiori di Vendrogno, Taceno, Crandola Valsassina, Esino Lario, Pasturo e infine sulla costa Perledo. Un altro gruppo significativo emerge al centro a partire da Oliveto Lario e il suo entroterra costituito dai comuni di Civenna, Magreglio e Barni e con valori di incidenza molto più elevati Sormano e Caglio con valori da 3 a 4.

4.4 La sintesi territoriale il processo di clusterizzazione

Per effettuare un'analisi esplorativa al fine di una prima sintesi e classificazione territoriale si è proceduto ad una cluster analysis di tipo gerarchico. Dovendo rappresentare il territorio la scelta del numero dei cluster deriva anche dalle quote di superficie che vengono aggregate

(Figura 8). Il set di indicatori proposto non registra particolari gruppi di correlazioni e utilizzando un numero particolarmente basso, pari a 3, si ottiene un primo gruppo (cluster 1_3)⁷ a rappresentare tutto il territorio, indistinto dal punto di vista turistico e demografico, della vecchia provincia di Como al 1991. I valori più elevati della concentrazione degli addetti degli alberghi si rilevano per i comuni di Cernobbio e Laglio appartenenti al cluster 2_3, lo stesso dicasi per gli addetti ai ristoranti. La struttura alberghiera è sicuramente matura, con una dimensione media che supera le 40 unità, ma per quanto riguarda l'indotto diretto del turismo, la dimensioni dei ristoranti non si discosta considerevolmente dalla media. Ma questo cluster è quello con l'indice di rinnovamento più basso tra i tre individuati, segno che la popolazione nel tempo ha deciso di spostarsi altrove. Con una dimensione media degli alberghi notevolmente più bassa rispetto al cluster 2_3, il cluster 3_3 il comune di Albavilla, rappresenta quello con il turismo organizzato più elevato. Al 2001 risultava presente un 'unica struttura alberghiera con ben 20 addetti, e un indotto diretto di 5 ristoranti nel comune che alimentava 10 addetti, attualmente si rileva l'esistenza di una struttura (Hotel Albavilla) dotato di 102 stanze e in grado di offrire servizi congressuali di vario tipo, oltre la vicinanza al lago di Como e di Alserio. Si decide pertanto di individuare nel cluster no 1_3 quello turistico in assoluto aggregandolo in un 'unica partizione di riferimento. L'individuazione di gruppi significativamente turistici in prossimità dei laghi testimonia l'esistenza di un turismo lacuale. Ma la procedura deve essere raffinata dal momento che il cluster 1_3 rappresenta quasi l'intero territorio. Rispetto i gruppi turistici dispone di popolazione più giovane, un buon livello della dimensione dei ristoranti a testimonianza di un settore turistico indiretto molto diffuso. Dall'analisi dei valori medi registrati in questo raggruppamento emerge un dato significativo: l'incidenza delle abitazioni non occupate sulle occupate raggiunge il 70% ovvero ogni 100 che sono occupate ben 70 non lo sono, in altri termini poco meno della metà delle abitazioni non risulta occupata da residenti. Si tratta di una dimensione turistica particolare dal momento che la diffusione degli addetti ai ristoranti non è dissimile dal resto del territorio mentre si discosta notevolmente quella degli alberghi. L'idea che si fa luce è quella di una diversa specializzazione del territorio tra un turismo maturo ed una forma autoprodotta, in cui il pernottato è frutto della proprietà o di un servizio non professionale di tipo alberghiero. Per indagare a fondo questo fenomeno occorre aumentare il numero dei cluster e vedere come si raggruppano.

⁷ Per motivi che si spiegheranno di qui a breve l'indicazione dei cluster è data dal numero univoco seguito dal numero dei gruppi individuati nel dendogramma.

Figura 3 Addetti nelle strutture alberghiere



Figura 4 Unità locali degli alberghi

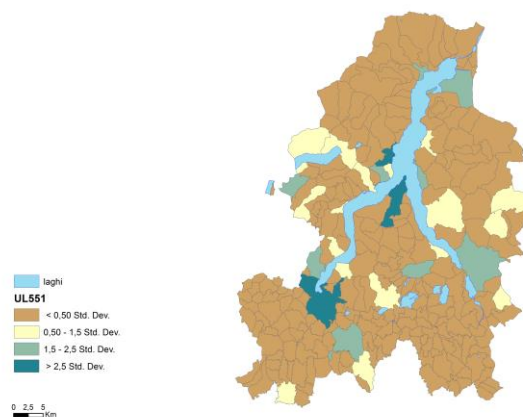


Figura 5 Dimensione media alberghi

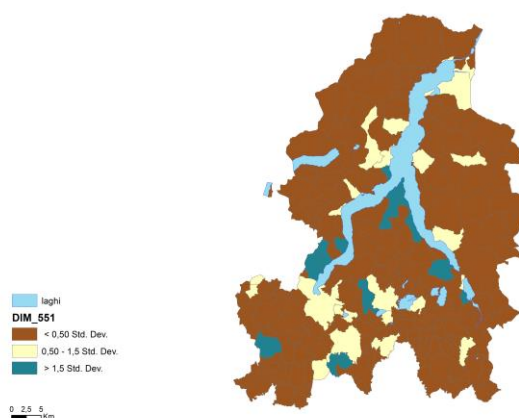


Figura 6 Distribuzione case non occupate

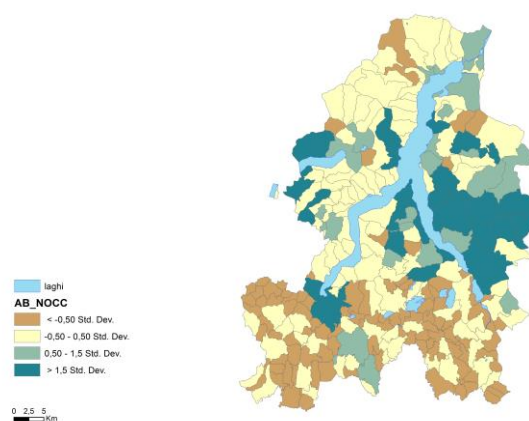
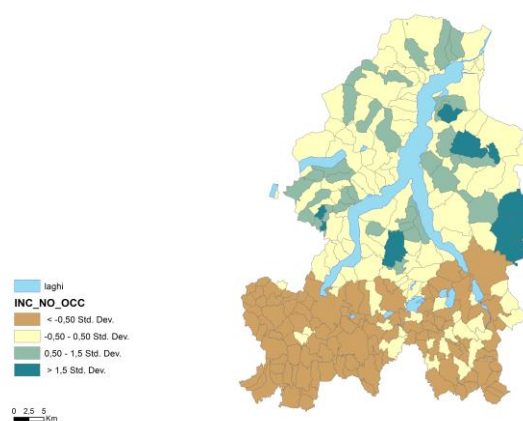


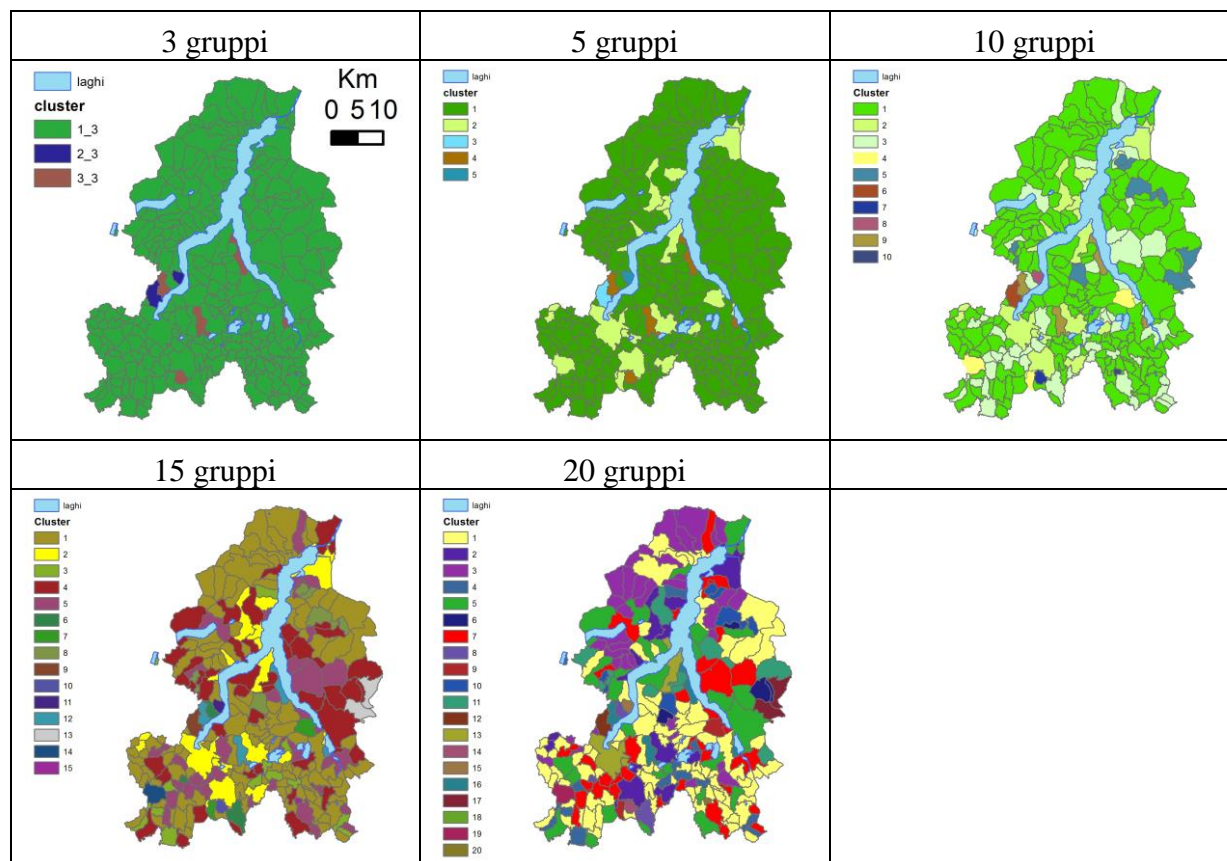
Figura 7 Incidenza abitazioni non occupate



Il modello sembra poter fornire risposte all'esistenza di una turisticità lacuale, al di fuori di Figino Serenza tutti i comuni che sono stati individuati come turistici toccano un lago. Nel caso specifico una rapida indagine individua il comune di Figino Serenza come orientato al turismo di eventi e congressuale, coerente con la vicinanza di Milano (30 km). Aumentare il numero dei cluster a 5 gruppi non muta sostanzialmente il quadro di riferimento, ma si assiste all'individuazione un cluster turistico nel cluster 1 a 3 gruppi. Il cluster 2_5 deriva dall'1_3 individuando un settore turistico organizzato con alberghi di media struttura con circa 8 addetti per albergo, ma fondamentale appare il turismo indiretto dove la dimensione media dei ristoranti è la più elevata, da notare la prossimità al cluster 4 e ancora una volta ai laghi. Passando a 10 gruppi emerge una nuova realtà degna di nota costituita dal cluster 3_10 che rispetto l'1_3, dispone di ristoranti con dimensioni più grandi. L'indice di rinnovamento è più basso e non sono elevate le seconde case. Dovrebbe trattarsi pertanto di turismo escursionistico. A 15 raggruppamenti sono visibili i cluster in cui si evidenzia il ruolo dell'incidenza delle seconde case all'interno del precedente gruppo 1_10. Il cluster 13_15 non dispone di alberghi, il numero delle abitazioni non occupate è elevatissimo 9.09 volte quello delle occupate. Con presenza di alberghi ma con una fortissima presenza di seconde case il cluster 8_15 ha 4.24 volte le abitazioni non occupate. Si compone dei comuni di Casasco d'Intelvi, Sormano, Casargo, Introzzo, Sueglio. Ma il fenomeno si diffonde maggiormente dal punto di vista dell'estensione nel cluster 4_15 inglobando ben 43 comuni. Si tratta di una regione statistica caratterizzata da un 'incidenza di seconde case pari a 1.19, alberghi e ristoranti di modeste dimensioni intorno a 3 addetti, probabilmente a conduzione familiare e un indice di rinnovamento della popolazione pari a 0.74 nella media dei centri a 15 gruppi. Si potrebbe ipotizzare che sia questo il gruppo del turismo autoprodotta proprio per la compresenza di strutture ricettive e strutture private che offrono contemporaneamente alloggio, e pertanto mettere insieme i 3 gruppi. Passando all'esame i 20 gruppi emergono tre cluster abbastanza numerosi da poter prendere in considerazione, la concentrazione è molto forte mettendo in ordine decrescente per numerosità i primi 5 gruppi detengono il 79% dei comuni oggetto dell'analisi. Rispetto le configurazioni precedenti sia dal punto di vista della distribuzione geografica che di quello statistico emergono il cluster 1_20, e il 3-20. Entrambi sono caratterizzati da un turismo non strutturato. Le dimensioni medie degli alberghi parlano di imprese individuali senza personale, una sorta di affitta camere. L'1_20 dispone di ristoranti leggermente più grandi ed ha un indice di rinnovamento pari a 0,91 individuando la parte di territorio più abitata da parte dei giovani. Dal momento che nel 1.20 l'incidenza di seconde case è pressoché inesistente bisognerebbe considerarlo come il territorio meno turistico, mentre il 3.20 pur avendo caratteristiche simili ha un'incidenza delle seconde case di 1.06 che indica un 50% e più di seconde case, sarebbe pertanto sbagliato parlare di un 'area

non turistica ma sicuramente di un 'area dove sta iniziando un processo di turismo di seconde abitazioni.

Figura 8 - Evoluzione della successione dei raggruppamenti nel dendrogramma



5 La classificazione proposta risultati finali

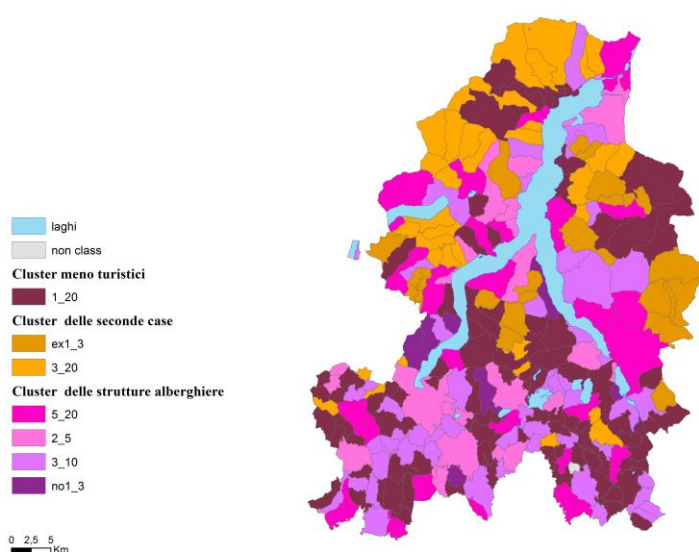
La distribuzione dei cluster ottenuti si caratterizza per 7 gruppi significativi con una superficie che va dal 3% al 29% . Idealmente possiamo individuare un gruppo di comuni dove il turismo ha un carattere residuale presente principalmente con attività familiare, che viene indicato come cluster meno turistici, i rimanenti vengono suddivisi secondo due tipologie diverse di turismo quello tradizionalmente organizzato con alberghi e presenza di ristoranti e quello invece in cui queste strutture lasciano il posto all'autoproduzione nelle seconde case.

5.1 Cluster meno turistici

1.20 ha un carattere estremamente residenziale è il cluster più vasto (1-20) è quello che ingloba la maggior parte della popolazione (28%), di conseguenza il 28% delle abitazioni occupate si trova in questa area, e sono occupate da famiglie residenti per l'84%. Il cluster

ottenuto è dotato inoltre di una tra le maggiori concentrazioni di addetti 26%. Il settore alberghiero è diffuso con il 13% delle unità locali ma solo il 3% degli addetti di tutta l'area; si tratta di strutture a conduzione familiare senza dipendenti con una dimensione media di 1.76 addetti/unità locale. I ristoranti sono concentrati in quest'area con il 18% degli addetti delle due province, anche se il settore ne occupa solo l'1% di quanti lavorano in loco. La popolazione è relativamente giovane con un indice di rinnovamento (giovani/anziani) pari a 087, uno dei più alti della zona. Si potrebbe ipotizzare una scarsa diffusione del fenomeno turistico per quest'area.

Figura 9 classificazione turistica dei comuni della zona del Lario



5.2 Cluster con turismo organizzato

No1_3 è caratterizzato per la presenza delle più grandi strutture alberghiere, con una dimensione media di 36.73 addetti. Ben il 7.29% degli addetti dell'area del cluster lavora nel settore alberghiero, mentre la situazione dal lato ristorazione è nella media.

3_10 con 5.1 addetti è il cluster con i ristoranti più grandi occupando ben il 26% degli addetti alla ristorazione di tutta l'area oggetto di studio con un'incidenza in loco del 1.49%.

Notevole la presenza di alberghi concentrata con il 9.12 del totale delle due province, la dimensione media di 2.2 non indica tuttavia la presenza di grandi aziende. L'indice di rinnovamento pari a 0.90 è il più elevato. La presenza residenziale è elevata solo il 15% delle abitazioni risulta non occupata, ma la presenza di professionisti indurrebbe a diminuire il dato per stimare le case per vacanze.

2_5 ha la più elevata concentrazione del settore alberghiero si trova in quest'area con il 47,08% degli addetti in alberghi e il 35,57% nei ristoranti. Si tratta di strutture abbastanza grandi dal momento che la concentrazione delle unità locali di questi settori è pari a 21,52% per gli alberghi e 30,21% per i ristoranti. La maggior concentrazione del settore non ha tuttavia un peso influente sull'economia locale, solo lo 0,95% degli addetti locali lavora nel settore alberghiero. Con una dimensione media di 8,21 addetti il settore alberghiero di questo cluster è notevolmente superiore alle altre imprese locali che si attestano a 4,37.

Escludendo il no 1_3 che è il più specializzato nel turismo alberghiero è quello con gli alberghi di dimensioni mediamente più elevate. Il turismo organizzato ha un 'influenza sul mercato immobiliare, la popolazione è più vecchia con un indice di rinnovamento di 0,65 molto al di sotto dell'indice globale di 0,78. Le abitazioni sono occupate all'88,84% e il fenomeno delle case non occupate è legato alla presenza di professionisti.

5_20 è un cluster dove il turismo si va organizzandosi, occupa il 12,51% degli addetti nel settore alberghiero e il 14,42% dei ristoranti. Ci si trova in un 'area in cui verosimilmente il turismo tradizionale comincia a far emergere possibilità di sviluppo. La dimensione media delle strutture è abbastanza elevata 3,58 per gli alberghi 2,87 per i ristoranti, entrambe le aziende "turistiche" considerate hanno dimensioni superiori a quelle delle aziende familiari che si tratti di una situazione embrionale è testimoniato dall'indice di rinnovamento pari a 0,74 nella media rispetto l'area considerata. Il fenomeno delle seconde case è limitato ben l'82% delle abitazioni è occupato da residenti.

5.3 Cluster con turismo residenziale e seconde case

Ex 1_3 (turismo seconde case) ha la maggior incidenza delle abitazioni non occupate pari a 3 volte le occupate. Ha l'indice di rinnovamento più basso di tutta l'area, individuando una situazione di domanda esterna particolarmente elevata di abitazioni per turismo che scoraggiano i giovani allontanandoli, dato che l'indice di rinnovamento è il più basso di tutta l'area 0,61. La presenza di professionisti è insignificante 12 a 741 e 59 a 742 a fronte di 17354 abitazioni non occupate. Questa tipologia di turismo prevede l'auto produzione di una serie di servizi, oltre al pernottamento anche il vitto. Sono presenti comunque le strutture alberghiere con il 4,85% degli addetti di tutta l'area considerata anche se corrisponde solo all'1% degli alberghi totali. La dimensione media degli alberghi è 2,66 più alta di quella dei ristoranti 1,83

3_20 rimanendo nell'ambito del turismo delle seconde case quest 'area ha un 'incidenza media di abitazioni non occupate pari a 61,35% delle occupate. Il turismo organizzato in strutture alberghiere è presente con strutture modeste 1,20 addetti medi e lo stesso per i ristoranti 1,48. La concentrazione locale dei due settori è particolarmente bassa per entrambi sotto l'1%. L'indice di rinnovamento è nella media, rispetto

1_3 il fenomeno non è si deve essere ancora diffuso con prezzi immobiliari relativamente più bassi che non scoraggiano i giovani.

Bibliografia

- Aime M. (2005) *L'incontro mancato*, Torino: Bollati Boringhieri.
- Aime M., Papotti D. (2012) *L'altro e l'altrove. Antropologia, geografia e turismo*, Milano: Einaudi.
- Bagnoli L. (2010) *Manuale di Geografia del turismo*, Torino: Utet.
- Battilani P. (2001) *Vacanze di pochi, vacanze di tutti: l'evoluzione del turismo europeo*, Bologna: Il Mulino.
- Becheri E., (2005) a cura di, *Il turismo italiano negli appartamenti, primo rapporto 2005*, Firenze: Mercury, Rescasa.
- Becheri E., Maggiore G. (2013) *Rapporto sul turismo italiano 2012*, Mercury, Irari, Milano: F. Angeli.
- Biagini E. (1986), *Proposte per una classificazione dei centri turistici su basi funzionali. La gerarchia dell'Italia settentrionale*, in *Quaderni dell'Istituto di Geografia della Facoltà di Economia e Commercio dell'Univ. di Trieste*, n.3. Trieste.
- Bonadei R., Volli U. (2003) *Lo sguardo del turista e il racconto dei luoghi*, Milano: F. Angeli.
- Borghi R., Celata F. (2009) *Turismo critico. Immaginari geografici, performance e paradossi sulle rotte del turismo alternativo*, Milano: Unicopli.
- Defert P., (1962) «Les Lacs et le tourisme», *Archives diplomatiques et consulaires*, Juin, 27^{eme}, n° 6.
- Dell'Agnese E., Bagnoli L. (2004) *Modi e mode del turismo in Liguria. Da Giovanni Ruffini a Rick Steves*, Milano: Cuem
- Di Sante S., Petrei F. (2013) *La diffusione dei dati: sviluppi, nuovi strumenti, nuovi prodotti e politica di revisione*, Istat, *Le rilevazioni sul turismo dal lato dell'offerta: proposte per una nuova strategia di diffusione*, 7 novembre 2013, Roma.
- Gambassi R., (2005) *Il turismo che non appare: il comparto degli appartamenti per vacanza*, in Becheri E, a cura di, *XIV Rapporto sul turismo italiano*, Firenze: Mercury.
- Gismondi R., Mirto A.P. (2003) *Le fonti statistiche per l'analisi della congiuntura turistica: il mosaico italiano*, Documenti, 10, Roma: Istat
- Gismondi R., Russo M. A., (2004) *Definizione e calcolo di un indice territoriale di turisticità: un approccio statistico multivariato*, *Statistica*, anno LXIV, n. 3.
- Hall C.M., Härkönen T., (2005), *Lake Tourism: An Integrated Approach to Lacustrine Tourism Systems*, Toronto: Channel View Publications.

- Imbesi P. N., 2012 Lago di Como. Domanda di luogo, in Leone N.G., a cura di, 2012, *Itatour. Visioni territoriali e nuove mobilità*, Milano: Franco Angeli Urbanistica.
- Innocenti P. (2005) *Geografia del turismo*, Roma: Carocci.
- Istat (2001) *Statistiche del turismo*, 2000, Roma: Istat.
- Istat (2013) *Statistiche del turismo*, 2012, Roma: Istat.
- Lozato Giotart J.P. (2002), *Geografia del turismo: dallo spazio vissuto allo spazio consumato*, Milano: F. Angeli.
- Minca C., (1996) *Spazi effimeri: geografia e turismo fra moderno e post moderno*, Padova: Cedam
- Montipò S. (1985) Flussi turistici e attrezzature ricettive, in a cura di Corna Pellegrini G, *Turismo come e perché, modello di ricerca geografica e psicologica: il territorio varesino*, Varese: Cedec.
- Montisci C., (2009), Il turismo dei laghi, il caso del lago di Como, in Isnart, *Impresa Turismo 2009*, Unioncamere, pp 31-44.
- Muti G. (2014) Resilienza 'reale' e 'resilienza "apparente". Effetti della recessione economica sul Sistema Turistico Lago di Como nel periodo 2008 – 2012, Società Studi Geografici, in corso di stampa.
- Osservatorio Turistico della Provincia di Bergamo OTPB (2010) *Le abitazioni turistiche nelle orobie: densità, utilizzo e implicazioni sulle destinazioni*, Provincia Bergamo.
- Santoro M.T., Cavallo L. (2013) La diffusione dei dati sul movimento dei clienti e sulla capacità degli esercizi ricettivi: stato dell'arte e criticità, Istat, *Le rilevazioni sul turismo dal lato dell'offerta: proposte per una nuova strategia di diffusione*, 7 novembre 2013, Roma.
- Società Geografica Italiana (2009) *Atlante del turismo in Italia*, a cura di Ferrari F., Roma: Carocci.
- Stock M., Dehoorne O, Duhamel P., (2003) *Le tourisme : Acteurs, lieux et enjeux*, Paris : Belin.
- Urry J. (1995) *Lo sguardo del turista*, Hoepli, Roma.