

2010

RAPPORTO ANNUALE FLUSSI TURISTICI



OSSERVATORIO
DEL SISTEMA TURISTICO LAGO DI COMO

L'Osservatorio è una iniziativa al servizio di tutti gli operatori pubblici e privati del Sistema Turistico Lago di Como realizzata da:



In collaborazione con:



Il **Rapporto Annuale Flussi Turistici** è stato realizzato da:



Le *Analisi trimestrali* e i *Monitoraggi mensili* realizzati dall'Osservatorio del STLC su dati forniti dagli Uffici Statistici delle Province di Como e Lecco hanno delineato un insieme di informazioni che vengono ora, con questo *Rapporto annuale*, arricchite in una visione d'insieme. In particolare vengono riprese le chiavi di lettura e gli indici utilizzati nelle analisi stagionali dei flussi turistici del nostro Sistema, confrontando quanto accaduto nel corso del 2010 coi risultati dell'anno precedente¹ e approfondendo aspetti quali la stagionalità, l'andamento dei mercati maggiori, gli arrivi e le presenze presso le strutture ricettive dell'intero Sistema Turistico Lago di Como e delle sue aree prodotte: Lago, Montagna, Affari e Capoluoghi.

Sistema Turistico Lago di Como: dati in crescita rispetto al 2009

Nel corso dell'anno il Sistema Turistico Lago di Como ha conseguito risultati positivi in termini di flussi turistici: da dicembre 2009 a novembre 2010 sono 1.122.079 gli arrivi e 3.018.399 le presenze registrate, con un incremento, rispetto al 2009 (vale a dire rispetto al periodo compreso tra dicembre 2008 e novembre 2009) del 5,37% negli arrivi e del 9,12% nelle presenze. Il merito di questi dati è da imputarsi in misura prevalente alla *performance* positiva registrata per i mercati stranieri (i maggiori frequentatori del territorio) per cui si è rilevato un aumento degli arrivi dell'8,63% (oltre 54.200 unità in più) e del 9,97% nelle presenze (sono passate da 1.779.731 a 1.979.137). Anche la tendenza del mercato italiano è risultata nel complesso positiva anche se gli incrementi sono stati più contenuti sia in valori percentuali che assoluti (+0,67% gli arrivi, +7,55% vale a dire circa 72.300 pernottamenti in più).

Si tratta di dati molto confortanti che portano a presupporre il definitivo superamento della "pratica crisi economica" che ha investito il territorio, e l'intera nazione, durante gli anni 2008 e 2009. In quest'ottica è altresì importante sottolineare che per la prima volta, da quando esiste il monitoraggio del STLC, le presenze nel territorio hanno superato il tetto dei tre milioni (quasi due milioni quelle degli stranieri ed oltre un milione – mai avvenuto fin ora – quelle dei nostri connazionali).

Un'ulteriore conferma del "rinato stato di salute" del STLC si riscontra analizzando i dati relativi ai flussi turistici presso le strutture alberghiere. E' negli hotel, infatti, che si è concentrato il più forte incremento di turisti: gli arrivi sono passati da 885.707 nel 2009 a 943.975 nel 2010 (+6,58%) e le presenze da 1.943.393 a 2.075.975 (+6,82%) – si tratta totalmente di un aumento di turisti stranieri in quanto gli arrivi degli Italiani sono invariati cresciuti lievemente (+1,85%) rispetto al 2009 e le presenze sono diminuite di circa 1 punto percentuale. Dopo dunque i primi accenni di riallineamento post crisi registrati nel 2009, quest'anno il STLC ha dato prova di una nuova ottima vitalità della sua domanda.

Presso le strutture complementari, invece, si sono osservati dati contrastanti: gli arrivi sono diminuiti lievemente (-0,62%) a causa di una contrazione del mercato italiano mentre le presenze sono cresciute in modo rilevante (+14,56% - circa 119.600). L'incremento di presenze ha riguardato in misura prevalente in nostri connazionali (oltre 79.000 pernottamenti in più) tuttavia anche per i mercati internazionali i dati sono stati nettamente in crescita (+8,13%). E' importante sottolineare che questi dati, oltre a testimoniare una tendenza particolarmente positiva della domanda, potrebbero in parte essere influenzati dalla presenza presso le strutture complementari di un fenomeno non prettamente turistico, vale a dire il soggiorno prolungato di lavoratori

¹ Così come nelle altre analisi a cura dell'Osservatorio, per "anno 2010" non si intende l'anno solare – da gennaio a dicembre – bensì la somma delle 4 stagioni turistiche: l'anno 2010 copre pertanto un periodo che va da dicembre 2009 a novembre 2010.

(soprattutto Italiani ma anche, in parte, stranieri) che secondo le classificazioni previste dall'OMT2 non possono essere considerati turisti d'affari in quanto percepiscono il reddito direttamente da enti ed aziende locali.

ARRIVI INTERO STLC			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Italiani anno 2009	357.370	79.258	436.628
Italiani anno 2010	363.975	75.565	439.540
Variazione %	1,85%	-4,66%	0,67%
Stranieri			
Stranieri anno 2009	528.337	99.966	628.303
Stranieri anno 2010	580.000	102.539	682.539
Variazione %	9,78%	2,57%	8,63%
Totale			
Totale anno 2009	885.707	179.224	1.064.931
Totale anno 2010	943.975	178.104	1.122.079
Variazione %	6,58%	-0,62%	5,37%

PRESENZE INTERO STLC			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Italiani anno 2009	637.022	329.281	966.303
Italiani anno 2010	630.284	408.978	1.039.262
Variazione %	-1,06%	24,20%	7,55%
Stranieri			
Stranieri anno 2009	1.306.371	493.360	1.799.731
Stranieri anno 2010	1.445.691	533.446	1.979.137
Variazione %	10,66%	8,13%	9,97%
Totale			
Totale anno 2009	1.943.393	822.641	2.766.034
Totale anno 2010	2.075.975	942.424	3.018.399
Variazione %	6,82%	14,56%	9,12%

Elaborazioni Osservatorio del STLC su dati Uffici Statistici Province di Como e Lecco

² Organizzazione Mondiale del Turismo.

Riepilogando in maniera schematica alcune delle dimensioni più significative dei flussi turistici del Sistema Turistico Lago di Como, nelle sue Aree-prodotto e nelle sue strutture, e i rispettivi tassi di crescita/diminuzione, si delinea una situazione positiva (fatta eccezione per l'Area Montagna):

- arrivi totali: +5,37%
- presenze totali: +9,12%
- arrivi area Lago: +4,92%
- presenze area Lago: +10,83%
- arrivi area Montagna: -0,38%
- presenze area Montagna: -2,88%
- arrivi area Affari: +6,26%
- presenze area Affari: +7,81%
- arrivi area Capoluoghi: +6,05%
- presenze aree Capoluoghi: +9,51%
- arrivi strutture alberghiere: +6,58%
- presenze strutture alberghiere: +6,82%
- arrivi strutture complementari: -0,62%
- presenze strutture complementari: +14,56%
- arrivi di Italiani: +0,67%
- presenze di Italiani: +7,55%
- arrivi di stranieri: +8,63%
- presenze di stranieri: +9,97%

Ovviamente a incrementi percentuali simili corrispondono dati assoluti molto diversi (ad esempio la crescita del 10% nelle presenze registrata per il Lago e per i Capoluoghi sottende numeri, seppur alti per entrambi, non comparabili). Per capire la reale situazione registrata nel territorio è importante, dunque, approfondire l'andamento interno delle singole Aree.

Il **Lago**, risulta essere il prodotto del STLC maggiormente frequentato in termini assoluti e registra le crescite più forti tali da incidere in modo predominante al generale andamento positivo registrato nel territorio. Gli arrivi crescono del 4,92% (oltre 20.000 unità in più) e le presenze del 10,83% (passano da 1.530.904 a 1.696.659). L'incremento riguarda in misura maggiore gli stranieri, già numericamente più presenti degli Italiani (oltre il triplo rispetto ai nostri connazionali in termini di presenze), i cui arrivi aumentano del 6,52% e le presenze del 9,14% (oltre 110.000 pernottamenti in più). L'andamento del mercato interno risulta solo in parte positivo in quanto cala lievemente il numero complessivo degli arrivi mentre aumentano le presenze (da 318.669 a 373.568 - +17,23%).

In quest'Area le due tipologie di turisti indirizzano la propria preferenza di soggiorno in modo diverso: mentre gli stranieri prediligono gli hotel (ed i loro incrementi si concentrano in queste strutture – arrivi +8,36%, presenze +10,66%) i nostri connazionali registrano un numero maggiore di presenze (ma non di arrivi) presso gli esercizi extra-alberghieri (da sottolineare che le presenze di Italiani nelle strutture alberghiere sono calate, rispetto al 2009, del 5,75% - circa 8.000 pernottamenti in meno).

ARRIVI AREA LAGO			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Italiani anno 2009	62.106	39.294	101.400
Italiani anno 2010	61.996	39.203	101.199
Variazione %	-0,18%	-0,23%	-0,20%
Stranieri			
Stranieri anno 2009	244.648	78.038	322.686
Stranieri anno 2010	265.100	78.636	343.736
Variazione %	8,36%	0,77%	6,52%
Totale			
Totale anno 2009	306.754	117.332	424.086
Totale anno 2010	327.096	117.839	444.935
Variazione %	6,63%	0,43%	4,92%

PRESENZE AREA LAGO			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Italiani anno 2009	135.320	183.349	318.669
Italiani anno 2010	127.533	246.035	373.568
Variazione %	-5,75%	34,19%	17,23%
Stranieri			
Stranieri anno 2009	778.692	433.543	1.212.235
Stranieri anno 2010	861.674	461.417	1.323.091
Variazione %	10,66%	6,43%	9,14%
Totale			
Totale anno 2009	914.012	616.892	1.530.904
Totale anno 2010	989.207	707.452	1.696.659
Variazione %	8,23%	14,68%	10,83%

Elaborazioni Osservatorio del STLC su dati Uffici Statistici Province di Como e Lecco

La **Montagna**, oltre ad essere l'Area meno frequentata in valori assoluti, è l'unico prodotto del territorio a registrare dati in calo rispetto al 2009: gli arrivi rimangono pressoché in linea con l'anno precedente (-0,38%) mentre le presenze passano da 163.689 a 158.974 (-2,88%). Questa diminuzione dipende esclusivamente dalla contrazione dei turisti italiani, i maggiori frequentatori dell'Area, che diminuiscono sia nelle strutture alberghiere (arrivi -9,19%, presenze -11,62%) che, anche se in misura minore, in quelle complementari (arrivi -11,71%, presenze -0,78%). Questa diminuzione, oltre a testimoniare le reali problematiche interne alla domanda nazionale, potrebbe anche essere stata influenzata, in parte, dai numerosi giorni di pioggia registrati nei mesi primaverili ed autunnali che hanno limitato i tipici *short break* dei turisti di prossimità.

Al contrario per i mercati stranieri si registrano dati negativi presso gli esercizi extra-alberghieri (in particolare le presenze diminuiscono del 10,13% - circa 1.450 pernottamenti in meno) mentre negli hotel si rilevano interessanti crescite sia a livello percentuale che assoluto tanto che per la prima volta il numero degli arrivi supera quello degli Italiani (gli arrivi passano da 14.884 a 17.974 e le presenze da 36.668 a 41.392). Si tratta di un nuovo fenomeno che, se confermato nei prossimi anni, potrebbe testimoniare un riposizionamento della domanda vista la maggiore apertura verso i mercati internazionali.

ARRIVI AREA MONTAGNA			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Italiani anno 2009	15.977	15.429	31.406
Italiani anno 2010	14.509	13.623	28.132
Variazione %	-9,19%	-11,71%	-10,42%
<hr/>			
Stranieri anno 2009	14.884	4.215	19.099
Stranieri anno 2010	17.974	4.208	22.182
Variazione %	20,76%	-0,17%	16,14%
<hr/>			
Totale anno 2009	30.861	19.644	50.505
Totale anno 2010	32.483	17.831	50.314
Variazione %	5,26%	-9,23%	-0,38%

PRESENZE AREA MONTAGNA			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Italiani anno 2009	65.465	47.257	112.722
Italiani anno 2010	57.859	46.890	104.749
Variazione %	-11,62%	-0,78%	-7,07%
<hr/>			
Stranieri anno 2009	36.688	14.279	50.967
Stranieri anno 2010	41.392	12.833	54.225
Variazione %	12,82%	-10,13%	6,39%
<hr/>			
Totale anno 2009	102.153	61.536	163.689
Totale anno 2010	99.251	59.723	158.974
Variazione %	-2,84%	-2,95%	-2,88%

Elaborazioni Osservatorio del STLC su dati Uffici Statistici Province di Como e Lecco

L'area **Affari**, è il secondo prodotto maggiormente "acquistato" all'interno del STLC (dopo l'Area Lago). In quest'Area prosegue il periodo di forte crescita dei flussi sia di Italiani che di stranieri iniziato negli ultimi anni. Gli arrivi aumentano del 6,26% (oltre 23.000 unità) e le presenze del 7,81% (sono passate da 620.780 nel 2009 a 669.261 nel 2010). In termini percentuali l'incremento riguarda sia gli Italiani (+3,75% di arrivi, +5,79% di presenze), che soprattutto gli stranieri (+10,20% di arrivi, +10,83% di presenze). Entrambe le tipologie di turisti, presenti nell'Area per motivi di *business*, preferiscono alloggiare presso le strutture ricettive alberghiere, che, infatti, incrementano il loro mercato italiano e straniero (rispettivamente +5,31% e +7,11% di presenze – vale a dire circa 16.000 pernottamenti in più per entrambe le tipologie di turisti).

Gli esercizi complementari registrano, invece, un lieve calo degli arrivi (circa 1.500 unità in meno esclusivamente di Italiani) mentre vedono incrementare le presenze sia dei nostri connazionali (+7,71%) che soprattutto degli stranieri (+57,83% - oltre 10.500 pernottamenti in più). E' importante sottolineare che in alcuni casi potrebbe trattarsi di clientela "stanziale", vale a dire

lavoratori che secondo le classificazioni previste dall'OMT non possono essere considerati turisti d'affari in quanto percepiscono il reddito direttamente da enti ed aziende locali.

ARRIVI AREA AFFARI			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Italiani anno 2009	208.340	19.059	227.399
Italiani anno 2010	219.598	16.326	235.924
Variazione %	5,40%	-14,34%	3,75%
Stranieri			
Stranieri anno 2009	138.888	6.001	144.889
Stranieri anno 2010	152.384	7.282	159.666
Variazione %	9,72%	21,35%	10,20%
Totale			
Totale anno 2009	347.228	25.060	372.288
Totale anno 2010	371.982	23.608	395.590
Variazione %	7,13%	-5,79%	6,26%

PRESENZE AREA AFFARI			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Italiani anno 2009	297.205	74.638	371.843
Italiani anno 2010	312.977	80.390	393.367
Variazione %	5,31%	7,71%	5,79%
Stranieri			
Stranieri anno 2009	230.667	18.270	248.937
Stranieri anno 2010	247.058	28.836	275.894
Variazione %	7,11%	57,83%	10,83%
Totale			
Totale anno 2009	527.872	92.908	620.780
Totale anno 2010	560.035	109.226	669.261
Variazione %	6,09%	17,56%	7,81%

Elaborazioni Osservatorio del STLC su dati Uffici Statistici Province di Como e Lecco

L'Area dei **Capoluoghi**, dopo il forte periodo di crisi vissuto l'anno scorso, registra importanti cenni di ripresa: si tratta di notevoli incrementi che riportano gli arrivi e le presenze totali nuovamente in linea con gli anni precedenti. Rispetto al 2009 la crescita degli arrivi è del 6,05% (quasi 13.200 unità in più) e quella delle presenze del 9,51% (passano da 450.661 a 493.505). L'aumento riguarda in misura maggiore i turisti stranieri: per questi si registrano, infatti, ottimi dati sia nelle strutture alberghiere (arrivi +11,26%, presenze +13,54%) che in quelle complementari (arrivi +5,99%, presenze +11,34%).

L'andamento del mercato italiano risulta in crescita, invece, solo presso gli esercizi extra-alberghieri (circa 1.000 arrivi e 11.600 presenze in più) in quanto negli hotel si osserva una generale contrazione degli arrivi (-4,33% - circa 3.000 unità in meno) e delle presenze (-5,12% vale a dire oltre 7.000 pernottamenti in meno).

ARRIVI AREA CAPOLUOGHI			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Italiani anno 2009	70.947	5.476	76.423
Italiani anno 2010	67.872	6.413	74.285
Variazione %	-4,33%	17,11%	-2,80%
<hr/>			
Stranieri anno 2009	129.917	11.712	141.629
Stranieri anno 2010	144.542	12.413	156.955
Variazione %	11,26%	5,99%	10,82%
<hr/>			
Totale anno 2009	200.864	17.188	218.052
Totale anno 2010	212.414	18.826	231.240
Variazione %	5,75%	9,53%	6,05%

PRESENZE AREA CAPOLUOGHI			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Italiani anno 2009	139.032	24.037	163.069
Italiani anno 2010	131.915	35.663	167.578
Variazione %	-5,12%	48,37%	2,77%
<hr/>			
Stranieri anno 2009	260.324	27.268	287.592
Stranieri anno 2010	295.567	30.360	325.927
Variazione %	13,54%	11,34%	13,33%
<hr/>			
Totale anno 2009	399.356	51.305	450.661
Totale anno 2010	427.482	66.023	493.505
Variazione %	7,04%	28,69%	9,51%

Elaborazioni Osservatorio del STLC su dati Uffici Statistici Province di Como e Lecco

Permanenza media

La permanenza media caratterizza in maniera parzialmente diversa le Aree-prodotto Lago, Montagna Affari e Capoluoghi, e risulta importante per comprendere le diverse scelte e tendenze della domanda sia italiana che internazionale. A livello di Sistema Turistico Lago di Como è stata, nel corso del 2010, pari a 2,7 giorni, (pressoché in linea con l'anno precedente), ma tale dato non esprime appieno le peculiarità di ciascuna Area-prodotto. Nell'Area Lago la permanenza media è passata da 3,6 a 3,8 giorni: si tratta dunque di una vacanza di media lunghezza legata non solo al fine settimana o a brevi *break* infrasettimanali, ma anche a soggiorni prolungati svolti soprattutto presso le strutture complementari (in questi esercizi i turisti soggiornano in media 6 giorni). In Montagna la durata media del soggiorno è pari, come nel 2009, a 3,2 giorni: si tratta di un valore medio che potrebbe testimoniare due opposti "stili di vacanza": da un lato parrebbero esserci i villeggianti, che scelgono la Montagna del Sistema Turistico per lunghi soggiorni estivi; dall'altro gli appassionati della Montagna e sportivi, che soggiornano una notte – magari tra sabato e domenica – nei rifugi in quota.

In Brianza i dati sulla permanenza media confermano sempre più la compresenza di due tipologie di domanda (affari e *leisure*): mentre presso gli esercizi alberghieri il soggiorno risulta tipico di un turismo business, inferiore quindi ai due giorni (1,5); negli esercizi complementari la permanenza media sia di Italiani che di stranieri continua a prolungarsi (nel 2009 era di 3,7 giorni quest'anno è passata a 4,6 giorni) segno di una crescente presenza di clienti interessati prevalentemente allo svago. Si ricorda però che questi dati potrebbero essere in parte sfalsati anche dal soggiorno di lavoratori stanziali che non possono essere considerati turisti d'affari in quanto percepiscono il reddito direttamente da enti ed aziende locali.

Nei Capoluoghi, infine, meta di turismo d'affari e *leisure*, la permanenza media si attesta a 2,1 giorni.

A livello di Sistema si registra una permanenza media degli stranieri maggiore di quella degli Italiani; all'interno delle singole Aree ciò accade nel Lago ed in Brianza, mentre presso la Montagna ed i Capoluoghi sono i nostri connazionali a soggiornare, seppur di poco, più a lungo.

Infine, in tutte le Aree del STLC, entrambe le tipologie di turisti pernottano più giorni presso le strutture ricettive complementari (in media 5,3 giorni - soprattutto nei campeggi, villaggi ed alloggi in affitto) rispetto agli alberghi (in media 2,2 giorni che diventano 3 giorni nell'Area Lago e Montagna).

Tasso di notorietà all'estero

Italiani e stranieri frequentano in misura diversa le Aree del STLC. Il Lago è meta preferita degli stranieri (1.323.091 presenze) e molto apprezzata dagli Italiani (373.568 presenze, cresciute del 17,23% rispetto al 2009); la Montagna e La Brianza vengono scelte per il soggiorno prevalentemente dai nostri connazionali (l'Area Affari è in assoluto la più frequentata da questi turisti - 393.367 presenze) anche se negli ultimi anni i flussi dei mercati esteri sono cresciuti a ritmi sostenuti: basti pensare che in Brianza dal 2007 ad oggi le presenze di questi turisti sono passate da 182.248 a 275.894 (+51,2%) ed in Montagna da 28.999 a 54.225 (+87%). Infine i Capoluoghi vedono una maggiore presenza di stranieri che risultano all'incirca il doppio dei nostri connazionali (325.927 presenze contro le 167.578 presenze di Italiani).

Prendendo in considerazione il rapporto tra le presenze degli stranieri e il totale di presenze, vale a dire il tasso di notorietà della destinazione, si rileva una profonda distanza fra le Aree-Prodotto. Il Sistema Turistico Lago di Como gode, infatti, nel suo complesso, di una buona notorietà (65,6%), pressoché in linea con il 2009; tale risultato è però una media tra realtà molto distanti.

ANNO 2010 - TASSO NOTORIETA' INTERO SISTEMA TURISTICO LAGO DI COMO
 valori assoluti e variazione rispetto allo stesso periodo del 2009

	ANNO 2009	ANNO 2010	Variazione
Lago	79,18%	77,98%	-1,52%
Montagna	31,34%	34,11%	+9,55%
Affari	40,10%	41,22%	+2,80%
Capoluoghi	63,82%	66,04%	+3,49%
STLC	65,079%	65,57%	+0,77%

Il Lago ha, come tradizione, un tasso di notorietà altissimo anche se in lieve diminuzione rispetto all'anno precedente (dal 79,18% del 2009 al 77,98% del 2010), l'Area Capoluoghi gode anch'essa di

un indice notevole ed in continua crescita (quest'anno ha toccato il 66,04%); l'Area Affari e la Montagna continuano ad essere frequentate in misura maggiore da Italiani anche se la loro notorietà è cresciuta molto negli ultimi anni (specialmente quella della Brianza che nel 2007 era del 36,54% ed ora del 41,22%).

Nelle Aree a carattere stagionale (Lago e Montagna) il tasso di notorietà subisce fluttuazioni interessanti durante il corso dell'anno: in inverno si abbassa di circa 20 punti percentuali mentre in primavera ed autunno si impenna notevolmente (supera il 40% per la Montagna e l'80% per il Lago). Durante l'estate, periodo maggiormente frequentato, si osserva un riallineamento con i numeri rilevati a livello annuale.

Al contrario in Brianza, interessata da un turismo d'affari non stagionale, l'indice si attesta sempre tra il 40% ed il 45% (fatta eccezione per il periodo invernale in cui scende al di sotto del 30%) e nei Capoluoghi, in cui il turismo *business* convive con quello di svago, si rileva un andamento costante nei mesi primaverili ed autunnale (l'indice si attesta intorno al 65%) con un picco in estate (tocca il 75%).

Delle differenze di notorietà si possono rilevare anche per quanto riguarda le strutture ricettive alberghiere e complementari. Sia a livello annuale che stagionale le strutture alberghiere godono, in tutte le Aree, di un più elevato tasso di notorietà, mentre il complementare si attesta su valori minori. Ciò significa che i turisti stranieri indirizzano sempre più la propria preferenza di alloggio verso strutture alberghiere, in genere di qualità medio-alta: rispetto al 2009 si rileva, infatti, un aumento della notorietà negli hotel di tutte le Aree, mentre un calo generale presso gli esercizi extra-alberghieri, fatta eccezione per l'Area Affari.

**ANNO 2010 - TASSO NOTORIETA' ALL'ESTERO
INTERO SISTEMA TURISTICO LAGO DI COMO - ALBERGHI**

	ANNO 2009	ANNO 2010	Variazione
Lago	85,19%	87,11%	+2,24%
Montagna	35,91%	41,70%	+16,12%
Affari	43,70%	44,11%	+0,95%
Capoluoghi	65,19%	69,14%	+6,07%
STLC	67,22%	69,64%	+3,60%

**ANNO 2010 -TASSO NOTORIETA' ALL'ESTERO
INTERO SISTEMA TURISTICO LAGO DI COMO - STRUTT. COMPLEMENTARI³**

	Anno 2009	Anno 2010	Variazione
Lago	70,46%	65,28%	-7,35%
Montagna	22,90%	20,66%	-9,76%
Affari	18,69%	25,44%	+36,13%
Capoluoghi	54,59%	46,70%	-14,45%
STLC	60,36%	56,91%	-5,73%

Elaborazioni Osservatorio del STLC su dati Uffici Statistici Province di Como e Lecco

Entrando ancor più nel dettaglio, sono gli alberghi a cinque stelle e le residenze turistico alberghiere gli artefici della notorietà del Lago: tali strutture, infatti, superano il 90% di tasso di notorietà all'estero, il che significa che su dieci turisti, nove sono stranieri (durante la stagione

³ Nel calcolo dell'indice non sono stati inseriti i *Bed&Breakfast*

estiva si registra addirittura un tasso oltre il 95%). Anche le altre strutture alberghiere di media-alta qualità registrano sul Lago ottimi tassi di notorietà (per i 4 stelle l'89% ed i 3 stelle l'86%) in continua crescita rispetto agli anni precedenti. Al contrario la presenza degli stranieri cala negli hotel a 2 e 1 stella (quest'ultimi, in particolare registrano prevalentemente pernottamenti italiani). Tra i complementari, molto buono il tasso di notorietà degli alloggi in affitto e degli Ostelli, mentre scende di alcuni punti percentuali quello riferito ai campeggi ed ai villaggi turistici (rimangono in ogni caso frequentati in misura maggiore dai turisti stranieri).

Gli hotel della Montagna, vengono, invece, ancora frequentati prevalentemente da turisti italiani anche se la notorietà è cresciuta rispetto all'anno scorso in tutte le categorie: in particolare negli hotel di fascia alta (4 stelle) è passata dal 32% al 40% segno che anche in quest'Area gli stranieri (maggiormente presenti rispetto agli anni precedenti) indirizzano la propria preferenza di soggiorno verso strutture di elevata qualità. L'indice più alto viene raggiunto negli hotel 3 stelle (quasi il 46%) mentre torna a calare nei 2 e 1 stella. Molto più basso è il tasso di notorietà registrato in tutto il complementare (4% per i campeggi diminuito rispetto al 2009), fatta eccezione per gli agriturismi (frequentati in misura maggiore durante l'estate) e gli alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale che registrano un tasso dell'82% (dato il contesto, è legittimo supporre l'interferenza di fenomeni non propriamente turistici, quali ad esempio l'ospitalità di manodopera straniera impiegata dalle imprese locali⁴).

In Brianza, gli indici di notorietà negli hotel si mantengono pressoché in linea con quelli dell'anno precedente: i quattro stelle sono i più internazionali (il tasso supera il 46%) mentre gli hotel di fascia bassa vengono frequentati maggiormente da turisti italiani. Interessante è la situazione delle residenze turistico alberghiere in cui la notorietà, rispetto al 2009, è cresciuta di quasi dieci punti percentuali (si attesta intorno al 44%). In crescita la frequentazione di stranieri anche presso alcune strutture complementari, in particolare nei campeggi e, come per la Montagna, negli alloggi in affitto (sfiora il 45%).

Infine nei Capoluoghi si osserva un buon indice di notorietà sia presso gli esercizi alberghieri che complementari: come per la Brianza la notorietà maggiore riguarda gli alberghi a quattro stelle (75%) anche se, rispetto al 2009, pure negli hotel 3 e 2 stelle sono aumentati in percentuale i pernottamenti degli stranieri (superano entrambi il 50%). Ovviamente anche in questo caso al calare di categoria alberghiera, cala il tasso di notorietà all'estero (17% per gli hotel a una stella). Per quanto riguarda le strutture complementari si registra un'elevata notorietà, in crescita rispetto al 2009, presso i campeggi (quasi l'80%) e gli ostelli (91%).

Dotazione ricettiva

Il 2010 è stato un anno di nuove aperture di strutture alberghiere (hotel 4 e tre stelle nell'Area Lago e Affari) e di alcune strutture complementari (alloggi in affitto, rifugi e, soprattutto, *Bed&Breakfast*), per cui il numero di letti disponibili è cresciuto. Per quanto riguarda i campeggi, il numero di strutture è rimasto invariato rispetto all'anno scorso, anche se sono calati lievemente i posti letto disponibili presso l'Area Lago.

⁴ Si ricorda che secondo la definizione internazionale dell'OMT, il turista, compreso quello d'affari, non deve essere retribuito da un'impresa che ha la sua sede nel luogo in cui si soggiorna. Questo consente di distinguere il turismo da altri fenomeni in cui vi è lo spostamento di persone quali il pendolarismo o la migrazione.

ANNO 2010 -DOTAZIONE RICETTIVA (n° letti disponibili) DEL STLC - STRUTTURE ALBERGHIERE

	Anno 2009	Anno 2010	Variazione
5 stelle	801	781	-2,50%
4 stelle	6.177	6.272	1,54%
3 stelle	6.492	6.751	3,99%
2 stelle	1.884	1.908	1,27%
1 stella	1.476	1.361	-7,79%
R.T.A.	926	1.088	17,49%

ANNO 2010 -DOTAZIONE RICETTIVA (n° letti disponibili) DEL STLC - STRUTTURE COMPLEMENTARI

	Anno 2009	Anno 2010	Variazione
Campeggi	23.022	22.908	-0,50%
Villaggi	344	344	0%
Alloggi in affitto	1.684	2.072	23,04%
Alloggi agrituristici	586	584	-0,34%
Ostelli	105	105	0%
Rifugi	1.426	1.477	3,58%
B&B	788	970	23,10%

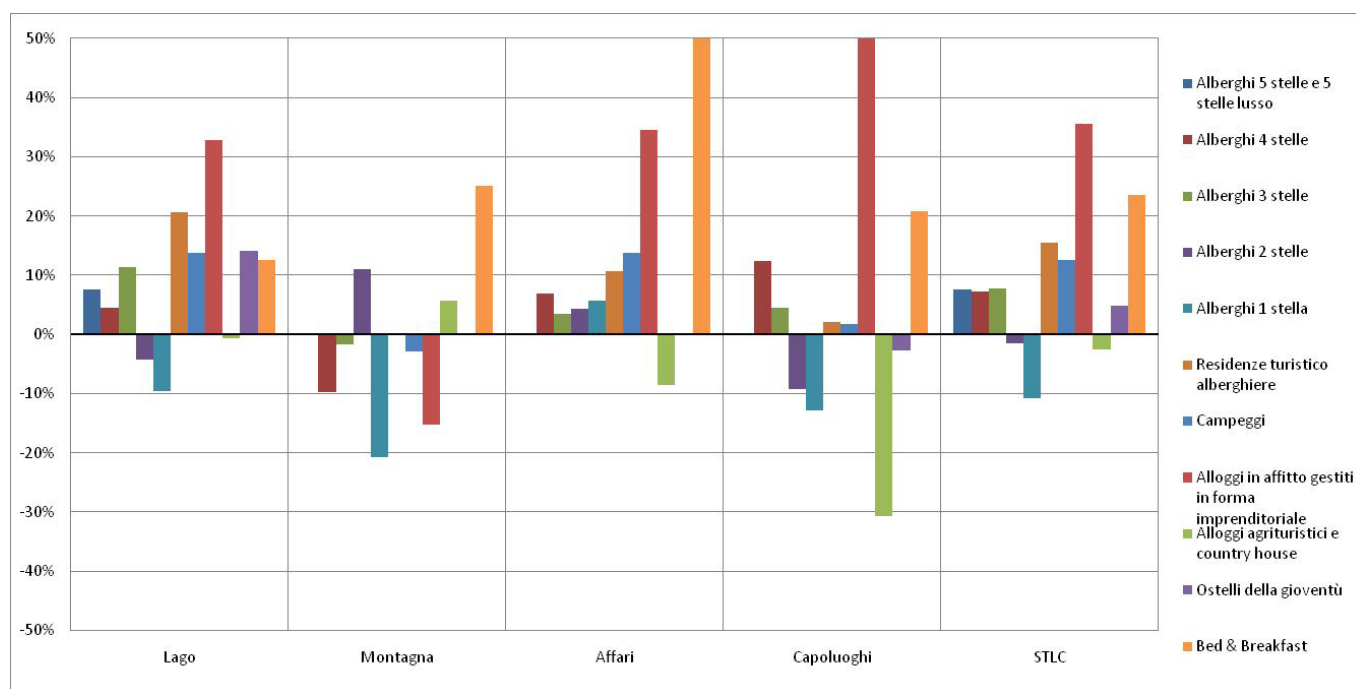
Performance delle strutture ricettive

L'andamento dei flussi turistici all'interno del Sistema Turistico Lago di Como si ripercuote in maniera differente sulle diverse strutture ricettive nelle Aree-prodotto (alberghi e strutture complementari; alberghi a cinque stelle piuttosto che a due stelle), che realizzano, infatti, variazioni differenti negli arrivi e presenze.

Per quanto riguarda le strutture alberghiere si registrano, a livello di Sistema, dati in crescita per gli hotel di fascia medio-alta (5, 4 e 3 stelle). Nello specifico risulta molto importante la ripresa degli hotel cinque stelle che, dopo il periodo negativo vissuto l'anno scorso (ricordiamo che era stato rilevata una contrazione del 9% nelle presenze), ritrovano dati in linea con gli anni precedenti. Gli arrivi sono infatti cresciuti del 4,18% e le presenze del 7,64%; l'incremento ha riguardato esclusivamente i mercati esteri (maggiori frequentatori di questi hotel). Si tratta quindi di un ritrovato *appeal* per il binomio "lago & lusso", con una netta ripresa dei soggiorni degli anglossassoni che costituiscono, da sempre, il mercato di origine più importante (e che nel 2009 avevano registrato i cali più rilevanti). Sono in continua crescita i turisti presso gli hotel 4 stelle del territorio: gli arrivi generali sono aumentati del 6,00% e le presenze del 7,19% (sona passate da 829.165 a 888.794 – anche per quest'anno i 4 stelle sono stati gli hotel preferiti per il soggiorno sia da Italiani che da stranieri). L'incremento di turisti si è concentrato presso la Brianza anche se pure i Capoluoghi hanno registrato un'ottima tendenza (presso l'Area Lago sono diminuiti gli arrivi ed aumentate le presenze, in Montagna l'andamento è stato, invece, in calo rispetto al 2009). Per gli hotel 3 stelle si sono osservati dati positivi in tutte le Aree (fatta eccezione per lievi diminuzioni di turisti italiani in Montagna e nei Capoluoghi), mentre le strutture 2 e 1 stella perdono qualche migliaio di presenze esclusivamente dei nostri connazionali (la contrazione riguarda pressoché tutte le Aree, fatta eccezione della Brianza; risultano positivi, invece, i dati riferiti agli stranieri).

Per gli esercizi complementari si rileva una situazione contrastante: calano, seppur lievemente, gli arrivi generali in diverse tipologie di strutture mentre per quanto riguarda le presenze si chiude il confronto con il 2009 con un saldo positivo: nello specifico nei campeggi gli arrivi diminuiscono del 6,82% (oltre 8.000 unità in meno) e le presenze passano da 639.940 a 721.175 (+12,69%); l'incremento riguarda sia gli stranieri che, soprattutto, gli Italiani e si concentra nelle Aree Lago e Brianza (gli unici dati in calo si osservano presso le montagne del territorio). Lievi contrazioni di turisti si registrano per gli alloggi agrituristici ed i rifugi alpini, mentre risultano molto positivi (sia in termini di arrivi che di presenze) i dati relativi agli alloggi in affitto ed ai *Bed and Breakfast*: per i primi, in particolare, gli arrivi sono aumentati del 44,22% (circa 5.000 unità in più la maggior parte straniera) e le presenze del 35,60% (oltre 33.000 pernottamenti in più). L'incremento riguarda tutte le Aree del STLC ed oltre a testimoniare un ottimo andamento della domanda potrebbe in parte essere sfalsato, come abbiamo già sottolineato, dalla presenza prolungata di lavoratori stanziali. Nei *Bed&Breakfast* gli arrivi sono cresciuti del 10,97% e le presenze del 23,52% (quasi 6.000 pernottamenti in più); l'andamento positivo ha riguardato entrambe le tipologie di turisti in tutte le Aree del territorio (in particolare nella Brianza).

Sistema Turistico Lago di Como. Anno 2010. Variazione percentuale delle presenze per tipo di struttura ricettiva e area prodotto rispetto all'anno 2009.



Elaborazioni Osservatorio del STLC su dati Uffici Statistici Province di Como e Lecco

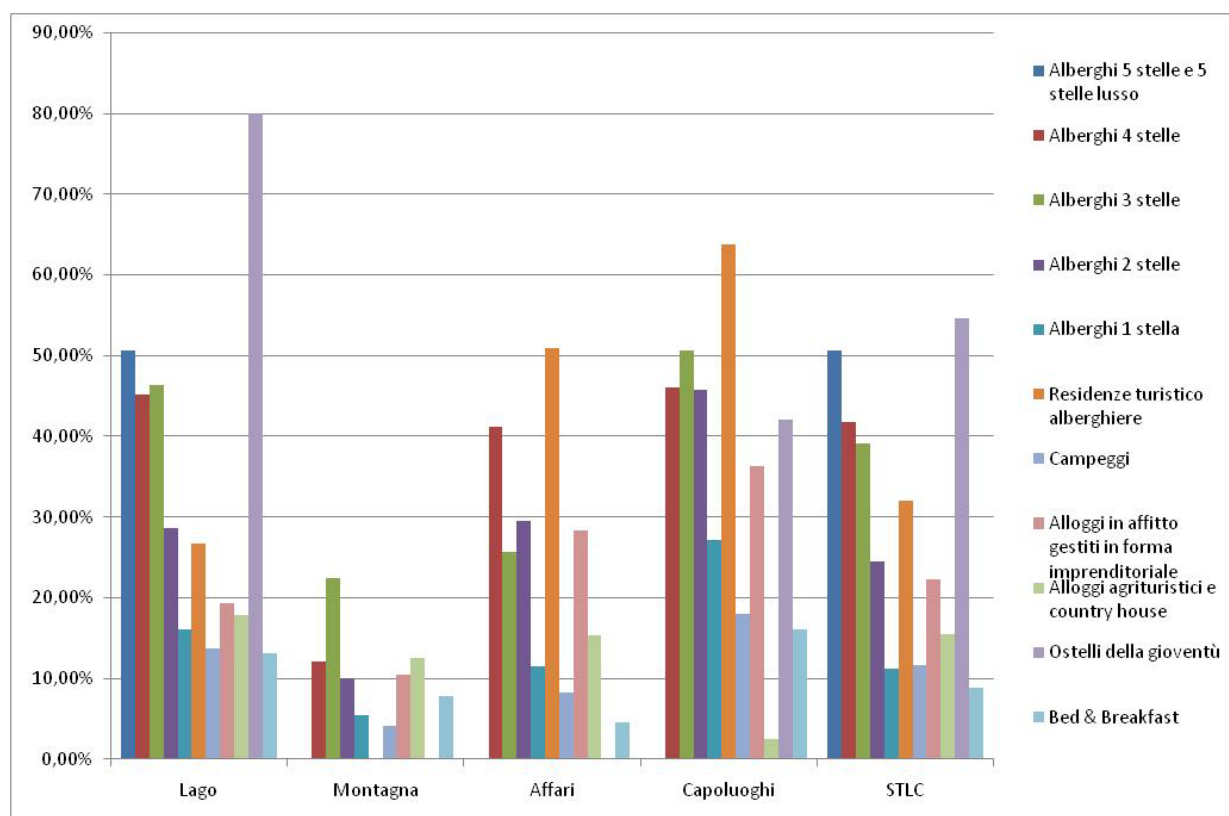
Ultimo breve sguardo al tasso di occupazione⁵ netto delle strutture ricettive che, a livello di Sistema, risulta in crescita sia presso gli esercizi alberghieri che complementari. L'occupazione degli hotel 5 stelle, oltre ad essere la più elevata nel territorio, cresce di 5 punti percentuali

⁵ Il tasso di occupazione delle strutture ricettive misura il numero di pernottamenti realmente venduti rispetto al potenziale massimo (N° posti letto*365 giorni). In realtà però, non tutte le strutture ricettive sono aperte 365 giorni per cui si differenzia il "Tasso di Occupazione Lordo" che ipotizza tutte le strutture aperte tutto l'anno, dal "Tasso di Occupazione Netto" che prende in considerazione i pernottamenti di ogni stagione rapportandoli alle strutture ricettive realmente aperte.

passando dal 45% al 50% grazie all'incremento di turisti stranieri registrato durante quest'anno (ritorna in linea con il 2008). Per gli alberghi 4 stelle il tasso di occupazione netto si attesta al 42% (cresciuto di circa due punti percentuali rispetto al 2009) mentre quello dei 3 stelle si mantiene in linea con l'anno scorso (39%), segno che gli hotel aperti recentemente sono entrati in pieno regime di attività. Visto le contrazioni di turisti registrate nel territorio risulta in lieve calo l'occupazione negli hotel 2 e 1 stella (si attestano rispettivamente a 24% e 11%). Per quanto riguarda gli esercizi complementari si rileva un buon tasso di occupazione per gli ostelli della Gioventù, mentre, nonostante i forti incrementi di turisti, risulta ancora bassa l'occupazione nei campeggi (si attesta all' 11,8% seppur cresciuta di un paio di punti percentuali) e nei *Bed&Breakfast* (non tocca il 10% - solo nei Capoluoghi si alza al 16%). In linea con il 2009 l'occupazione presso gli alloggi in affitto (22%).

All'interno delle Aree si verificano situazioni diverse: nel Lago il tasso di occupazione netto delle strutture riprende pressoché l'andamento del STLC (nello specifico è lievemente più elevato), con gli alberghi 5/4/3 stelle e gli ostelli dotati di un buona occupazione. La Montagna risulta essere il prodotto con i tassi di occupazione più bassi: solo gli alberghi a 3 stelle superano il 20%; il dato risulta ancor più preoccupante se si considera che rispetto al 2009 l'occupazione è diminuita nella maggior parte delle strutture, sia alberghiere che complementari. Nell'Area Affari, frequentata da turisti *business* orientati a soggiorni di elevata qualità, si registrano valori positivi per gli hotel 4 stelle e le Residenze Turistico Alberghiere (anche l'occupazione negli alloggi in affitto, pur rimanendo al di sotto del 30% è in continuo aumento); infine l'Area Capoluoghi risulta essere quella con i tassi di occupazione netti più alti per tutte le strutture ricettive, con particolari crescite per gli esercizi di fascia alta (4 stelle e Residenze Turistico Alberghiere).

Sistema Turistico Lago di Como. Anno 2010. Tasso di occupazione per tipo di struttura ricettiva e area prodotto.



Elaborazioni Osservatorio del STLC su dati Uffici Statistici Province di Como e Lecco

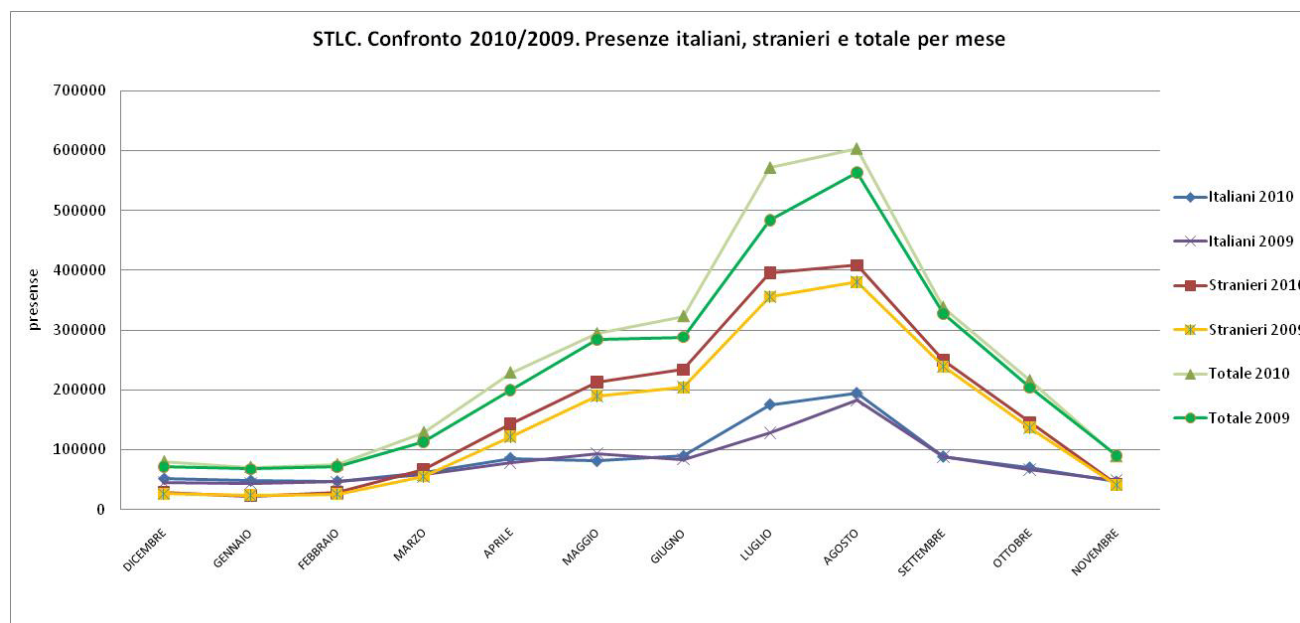
Stagionalità

I dati sulle presenze nel Sistema Turistico Lago di Como raccolti con cadenza mensile tra dicembre 2009 e novembre 2010 permettono di tracciare l'andamento della domanda turistica nel corso dell'anno. Come tradizione il Sistema trova nel periodo estivo - in particolare luglio e agosto - la sua indiscussa stagione di punta, anche se registra risultati di tutto rispetto lungo un arco temporale ben più ampio, che comprende primavera e autunno (da aprile a ottobre).

Nello specifico la curva "a campana" rilevata per il territorio dipende dall'andamento dei mercati stranieri che, pur registrando l'apice delle presenze nel mese di agosto, frequentano le strutture ricettive anche in quelli che si possono considerare periodi "fuori stagione". I nostri connazionali, al contrario, già meno presenti nel territorio, fanno registrare un numero di pernottamenti sostanzialmente costante nei mesi da aprile a settembre, con l'eccezione di luglio e, ancor più, agosto.

E'importante sottolineare che rispetto agli anni precedenti il numero di presenze sia di Italiani che di stranieri nel mese di luglio si è avvicinato molto a quello che da sempre viene considerato il mese di punta (agosto): rispetto al 2009, infatti, le presenze a luglio sono cresciute di oltre il 18% contro un +7% in agosto. Solo nei prossimi anni si potrà capire se ciò rimarrà un singolo fenomeno per quest'anno o definirà un cambiamento nell'andamento stagionale della domanda.

Il confronto con il 2009 è stato positivo anche per quasi tutti gli altri mesi dell'anno: durante il periodo invernale si è registrato un incremento di presenze di circa il 7%, ma gli incrementi più forti hanno riguardato la primavera (+9%) e, soprattutto, l'estate (+12%). Nei mesi autunnali, invece, pur rimanendo complessivamente positivi, si sono osservati cali di presenze in alcune Aree del STLC (specialmente in Montagna).

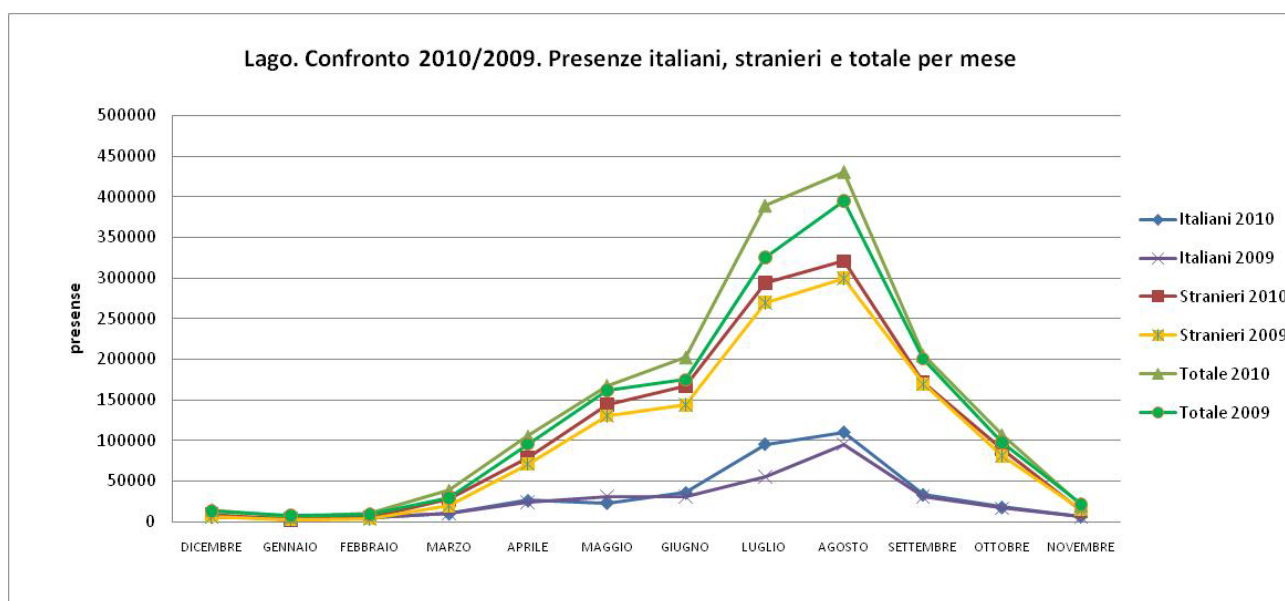


Elaborazioni Osservatorio del STLC su dati Uffici Statistici Province di Como e Lecco

L'andamento delle presenze nel STLC è la somma di quattro differenti stagionalità nelle quattro Aree-prodotto Lago, Montagna Affari e Capoluoghi. Ciascuna di queste è caratterizzata da andamenti e picchi anche molto differenti.

L'Area Lago, essendo il prodotto di punta del territorio (registra di gran lunga i maggiori arrivi e presenze durante buona parte dell'anno) modella a propria somiglianza l'andamento dei flussi dell'intero Sistema Turistico.

Come evidenziato nel grafico, l'andamento delle presenze di questo prodotto traccia nel corso dell'anno una curva a campana amplissima, che cresce costantemente da marzo ad agosto (stagione primaverile e estiva) e si abbassa poi nel successivo trimestre (autunno). Solo durante l'inverno, periodo che coincide in genere con il fermo dell'attività da parte delle strutture di lusso, questo prodotto cede il proprio primato di presenze alle altre Aree. Come per quanto accade nell'intero STLC sono gli stranieri a determinare l'andamento della curva di presenze: per gli Italiani, infatti, si mantengono valori costanti durante il corso dell'intero anno (intorno alle 20.000/30.000 presenze) fatta eccezione per il picco di presenze nei mesi di luglio ed agosto (quest'anno ad agosto è stata superata la soglia delle 100.000 presenze). Come accaduto per l'intero STLC il confronto con il 2009 risulta positivo per quasi tutti i mesi; in particolare a luglio è stato registrato un incremento di presenze di quasi il 20% (la maggior parte di turisti italiani nelle strutture complementari) e ad agosto di circa il 9%. Anche nei restanti mesi si sono osservati dati generalmente positivi fatta eccezione per qualche calo di presenze negli esercizi alberghieri dell'Area (soprattutto di Italiani) durante i mesi freddi.



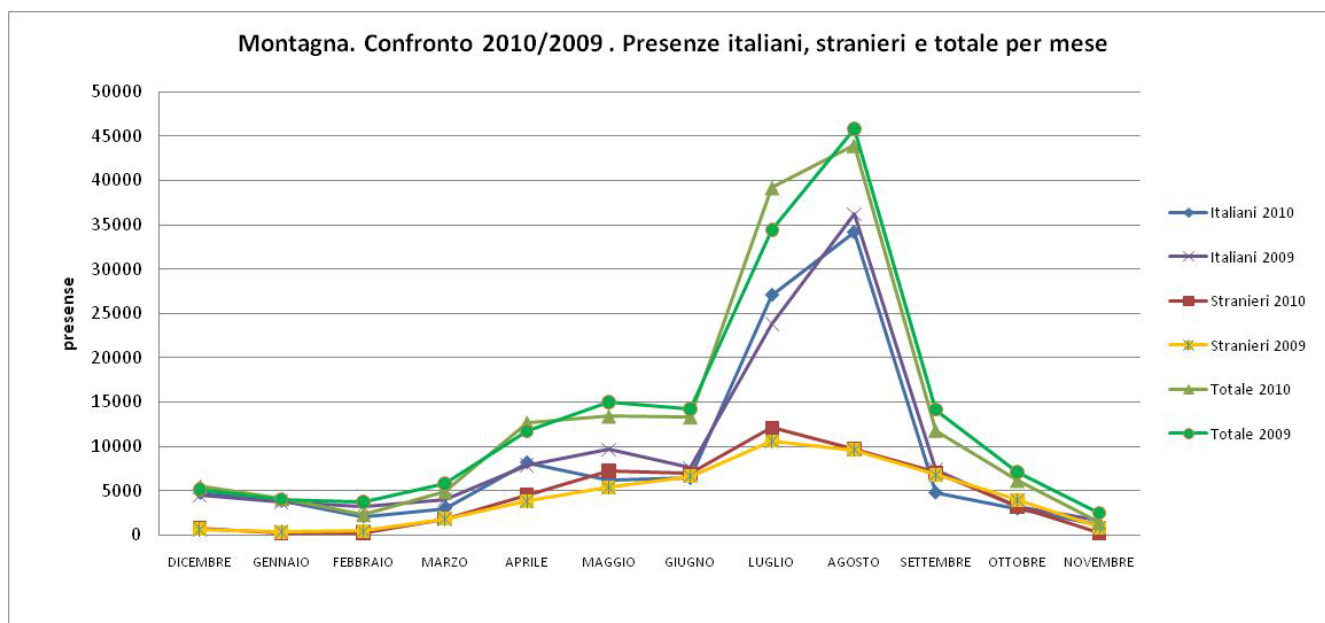
Elaborazioni Osservatorio del STLC su dati Uffici Statistici Province di Como e Lecco

L'andamento dei flussi in Montagna, al contrario, si configura come una campana "acuta": le presenze si concentrano quasi esclusivamente nella bella stagione (da maggio a settembre), in particolare nel bimestre "caldo" luglio-agosto, a conferma della "vocazione estiva" di questa Area-prodotto, meta di turismo attivo e soggiorni *relax*.

Il picco estivo è dettato prevalentemente dall'andamento del mercato interno, che in questo periodo frequenta in misura molto maggiore l'Area: la contrazione di turisti evidenziata nei mesi caldi dipende quindi dal *trend* negativo registrato per gli Italiani (come si può notare il numero di turisti stranieri è cresciuto) nella maggior parte dei mesi.

Si è rilevato inoltre un fenomeno particolare rispetto a quanto accaduto in passato: durante i mesi immediatamente precedenti e successivi al picco estivo (maggio/giugno e settembre/ottobre) il numero di turisti stranieri ha superato, seppur di poco, quello dei nostri connazionali. Ciò è dipeso da un duplice fenomeno: da un lato l'incremento dei flussi internazionali e dall'altro, come

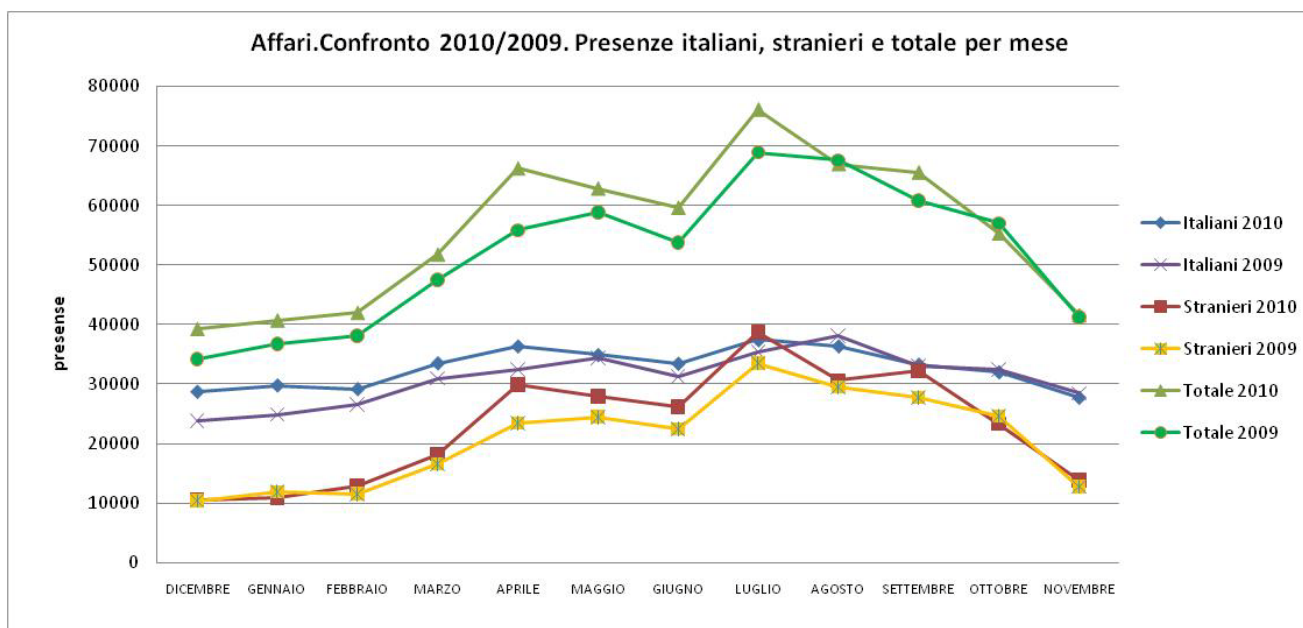
accennato prima, la contrazione del mercato interno (dovuta in parte anche ai numerosi giorni di pioggia registrati in questi mesi che hanno limitato i tipici *short break* primaverili ed autunnali dei turisti di prossimità). In ogni caso questi dati positivi, come già evidenziato, potrebbero prospettare una sempre maggiore apertura della Montagna verso i mercati internazionali che potrà essere confermata solo nei prossimi anni.



Elaborazioni Osservatorio del STLC su dati Uffici Statistici Province di Como e Lecco

Completamente diverso l'andamento stagionale del turismo dell'Area Affari, ove a ben vedere non c'è una stagione di punta. La Brianza, tra aprile e ottobre, registra infatti flussi turistici sostanzialmente omogenei, e comunque non troppo dissimili da quelli registrati anche durante il resto dell'anno. È, quella della Brianza, la curva della stagionalità tipica del turismo d'Affari. I picchi di presenze registrati nei mesi di luglio e agosto sono da ricondurre alla doppia natura dell'Area che, oltre al turismo d'Affari, offre anche una componente di turismo di svago (la medesima tesi potrebbe spiegare anche il picco di aprile, periodo in cui, quest'anno, sono cadute le festività pasquali).

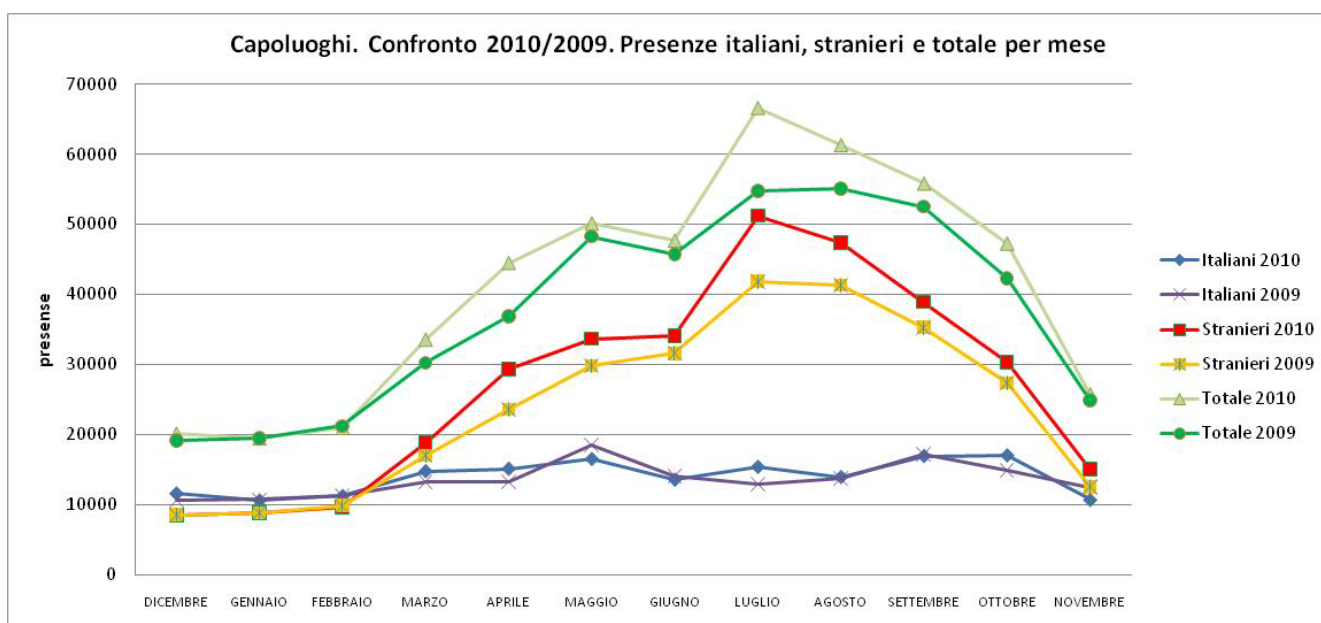
Durante tutto il 2010 sono stati registrati flussi in crescita sia di Italiani (che frequentano in misura maggiore quest'Area) che soprattutto di stranieri: per questi turisti gli incrementi più rilevanti sono stati osservati nel periodo primaverile ed estivo; in particolare si sottolinea come, nel mese di luglio, il numero di presenze di questi turisti abbia superato quello degli Italiani (si potrebbe trattare, quindi, di un crescente apprezzamento degli stranieri per le offerte di svago proposte da quest'Area).



Elaborazioni Osservatorio del STLC su dati Uffici Statistici Province di Como e Lecco

L'Area dei Capoluoghi, il cui andamento definisce una curva a campana "ampia", ha registrato dati in crescita durante quasi tutto l'anno: fatta eccezione per il primo periodo invernale, in cui i flussi si sono mantenuti in linea con il 2009, si è osservato un crescente incremento di turisti che ha toccato il suo apice durante i mesi estivi di luglio ed agosto. Si tratta di dati molto confortanti se si considera che nel 2009 questo era stato l'unico prodotto a subire nell'arco dei mesi un continuo calo di presenze.

Nello specifico la tendenza positiva ha riguardato solo in parte gli Italiani (contrazioni di presenze in maggio e settembre), mentre per gli stranieri (maggior frequentatori dell'Area durante tutto l'anno) si sono registrati incrementi molto rilevanti in primavera ed estate (a luglio la crescita è stata di oltre il 22%) .

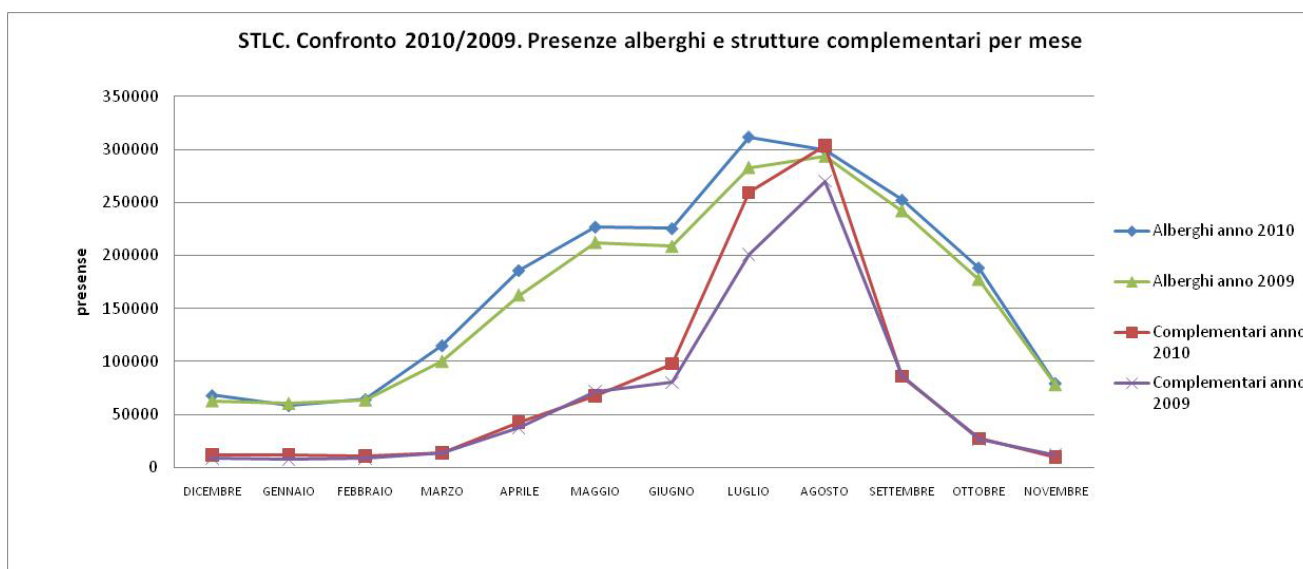


Elaborazioni Osservatorio del STLC su dati Uffici Statistici Province di Como e Lecco

Rivolgiamo ora un breve sguardo all'andamento delle presenze registrato nelle strutture ricettive alberghiere ed extra-alberghiere durante il corso dei mesi

La curva che illustra l'andamento delle presenze alberghiere e complementari nel corso del 2010 mostra chiaramente come gli alberghi registrano ottimi risultati da aprile a ottobre, nell'arco di una lunghissima stagione che va da metà primavera sino all'autunno. Anche la bassa stagione, in particolare i mesi tra dicembre e febbraio, pur registrando valori più contenuti, vede un discreto numero di arrivi e presenze. La stagione estiva rimane il periodo di punta con un picco massimo di presenze che si sposta a luglio (mentre nel 2009 era stato ad agosto).

I complementari, diversamente da quanto accade negli hotel, registrano valori davvero esigui tra la fine dell'autunno e l'inizio della primavera, e una vera impennata di presenze tra luglio e agosto. Da notare che mentre per le strutture alberghiere si sono rilevati dati in crescita, rispetto al 2009, durante l'intero corso dell'anno, per gli esercizi complementari le presenze si sono mantenute in linea durante i periodi di "fuori stagione", con un unico picco nel bimestre caldo (ad agosto viene toccato l'apice e le presenze risultano maggiori di quelle negli hotel). L'offerta complementare del Sistema Turistico Lago di Como è in larga parte costituita da campeggi: non stupisce pertanto che tali strutture siano preferite solo nei mesi più caldi e, soprattutto, a luglio e agosto.



Elaborazioni Osservatorio del STLC su dati Uffici Statistici Province di Como e Lecco

Mercati

Per comprendere meglio come la domanda turistica si rivolge all'interno del Sistema Turistico Lago di Como e alle sua Aree-prodotto è utile indagare gli andamenti e la diversificazione dei differenti mercati a seconda della nazionalità di provenienza del turista.

La "top five" dei mercati nazionali non registra grandi cambiamenti rispetto al 2009: in testa alla classifica si collocano, come tradizione, i Lombardi, che da soli nel corso del 2010 fanno registrare oltre 716.000 presenze (cresciute di circa il 12% rispetto all'anno scorso). Con i loro viaggi d'affari in Brianza e fine settimana passati praticando sport in Montagna o nell'alto Lago, i Lombardi rappresentano oltre il 69% delle presenze italiane (nel 2009 erano il 67,5%) e il 23,8% delle presenze totali del Sistema Turistico Lago di Como, attestandosi anche in termini assoluti come il primo mercato di riferimento.

Al secondo posto si colloca il mercato del Veneto il cui andamento dei flussi si è mantenuto in linea con il 2009. La terza posizione viene occupata dal mercato piemontese (le presenze sono cresciute rispetto all'anno scorso), la quarta e la quinta, rispettivamente, dall'Emilia Romagna (con oltre 3.000 presenze in più rispetto al 2009) e dalla Campania.

Sul piano internazionale, i più presenti nelle strutture del Sistema Turistico Lago di Como rimangono i tedeschi: rappresentano il 13% della domanda totale e, rispetto al 2009, le presenze sono cresciute di circa 40.000 unità. Il secondo posto viene riguadagnato dai turisti anglosassoni che, dopo l'anno di forte crisi economica vissuto nel 2009, registrano dati in netta ripresa (le presenze sono passate da 244.783 a 280.544). In crescita sono anche il mercato olandese (in particolare nel periodo estivo risulta essere il mercato internazionale di punta nel STLC) e quello statunitense. Il buon andamento dei mercati inglese ed americano si ripercuote soprattutto sul numero di presenze, in crescita negli hotel cinque stelle dell'Area Lago, in quanto è tradizione che questi turisti prediligano soggiornare in strutture di lusso sulle sponde del Lago.

Anno 2010. Presenze mensili dei primi cinque mercati interni

REGIONE	DICEMBRE	GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	OTTOBRE	NOVEMBRE	ANNO
LOMBARDIA	32.033	31.700	25.132	34.929	44.323	48.151	61.903	147.319	158.453	5.3668	53.668	25.552	716.831
VENETO	2.033	1.879	2.220	2.996	3.775	4.141	3.664	3.342	2.849	3.950	3.479	2.543	36.871
PIEMONTE	2.006	2.045	1.943	2.496	3.970	3.404	3.421	3.323	3.112	3.405	3.429	2.420	34.974
EMILIA ROMAGNA	2.134	1.732	1.881	2.903	3.711	3.728	3.016	3.194	3.146	3.127	3.858	2.524	34.954
CAMPANIA	1.845	1.886	2.410	2.679	7.347	2.155	1.889	2.353	2.225	3.236	2.374	2.374	32.773

Elaborazioni Osservatorio del STLC su dati Uffici Statistici Province di Como e Lecco

Anno 2010. Presenze mensili dei primi cinque mercati esteri

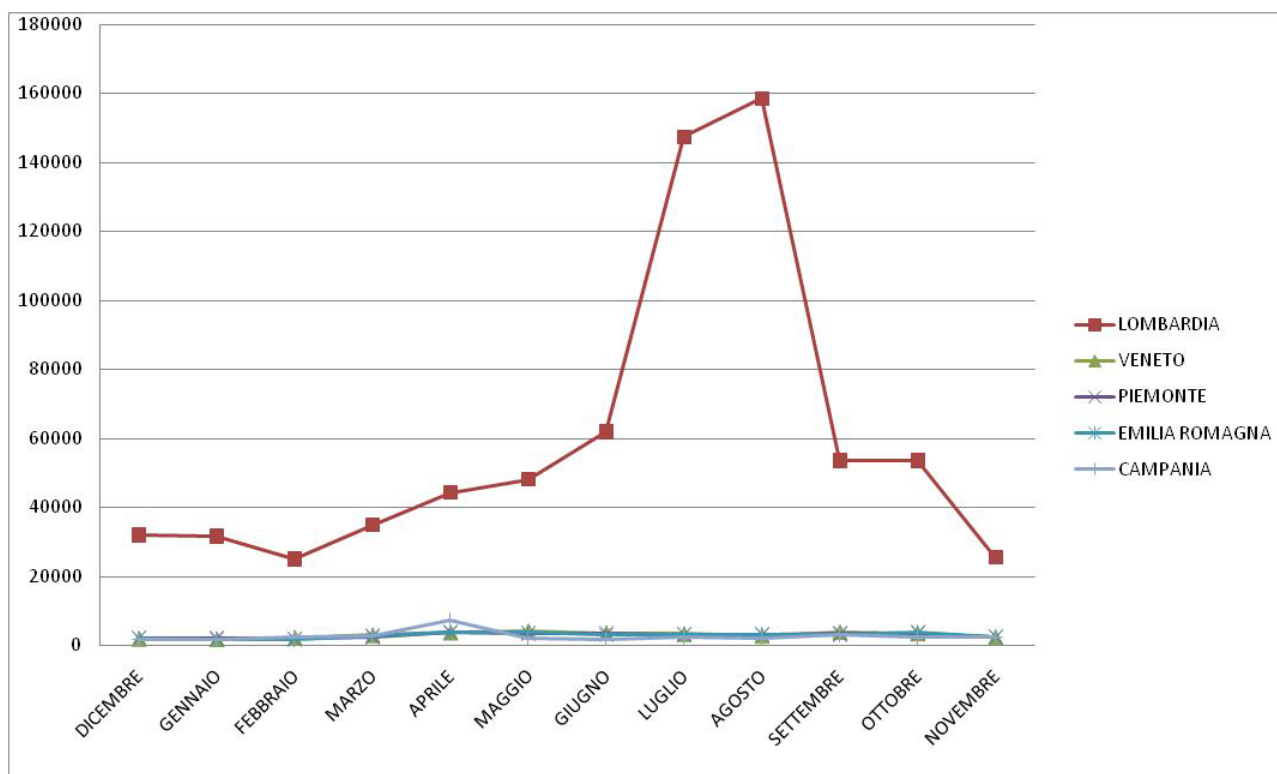
PAESE	DICEMBRE	GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	OTTOBRE	NOVEMBRE	ANNO
GERMANIA	3.130	2.953	3.149	20.993	38.168	47.832	45.594	58.179	89.211	50.387	27.734	6.044	393.374
REGNO UNITO	3.571	1.218	2.754	5.838	13.444	34.159	43.516	44.668	50.443	49.497	25.898	5.538	280.544
PAESI BASSI	1.150	657	707	1.574	4.845	13.268	25.755	87.980	100.522	23.303	4.897	794	265.452
SVIZZERA E LIECHTNSTEIN	2.539	1.468	1.465	3.894	15.624	26.567	19.459	42.390	29.195	15.791	14.773	3.562	176.727
U.S.A.	924	928	1.017	3.265	7.432	18.771	22.817	23.135	16.126	26.892	17.402	2.932	141.641

Elaborazioni Osservatorio del STLC su dati Uffici Statistici Province di Como e Lecco

Nel grafico seguente si evidenzia come il mercato lombardo, con i suoi grandi numeri fatti registrare nel corso del 2010, sovrasti l'andamento della domanda proveniente da altre regioni italiane che, essendo più contenuta, (si attesta generalmente intorno alle 4.500 presenze totali), risulta schiacciata verso l'asse. Il turismo lombardo, diffuso lungo l'intero arco dell'anno, registra un picco della domanda nel corso della bella stagione (luglio e, soprattutto, agosto); ciò testimonia quanto accennato prima, vale a dire la compresenza all'interno della domanda di vari tipi di turismo (dal business allo svago in Montagna e Lago).

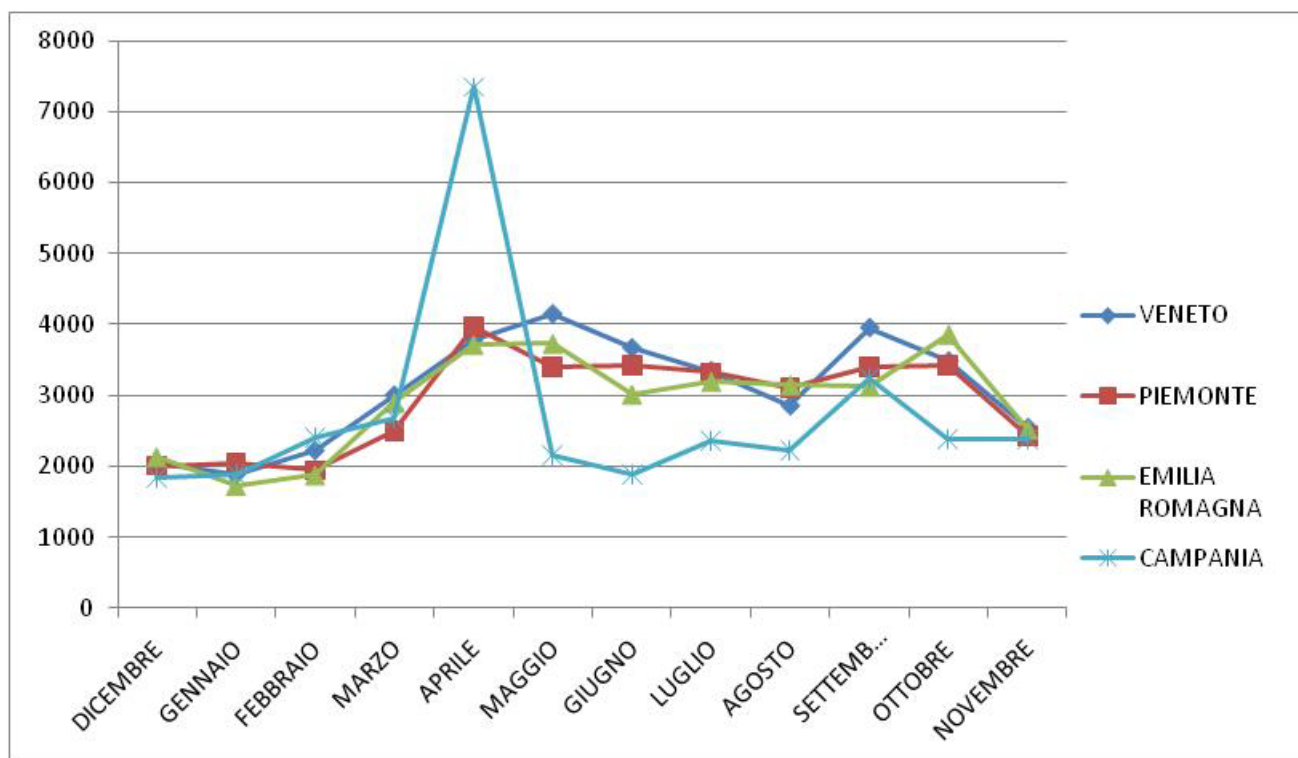
Il secondo grafico, escludendo la componente lombarda, approfondisce l'andamento annuale degli altri mercati italiani: come si può vedere i flussi di Veneto, Piemonte, Emilia Romagna e Campania risultano molto simili sia in termini di valori assoluti (fanno registrare generalmente tra le 2.000 e le 4.000 presenze tranne che per un anomalo picco di oltre 7.000 presenze dei campani durante aprile) che di stagionalità; infatti per questi mercati il periodo di punta è la primavera, mentre durante l'estate i flussi calano lievemente e tendenzialmente non superano le 3.500 unità.

**Sistema Turistico Lago di Como. Anno 2010. Primi cinque mercati interni di provenienza.
Presenze per mese**



Elaborazioni Osservatorio del STLC su dati Uffici Statistici Province di Como e Lecco

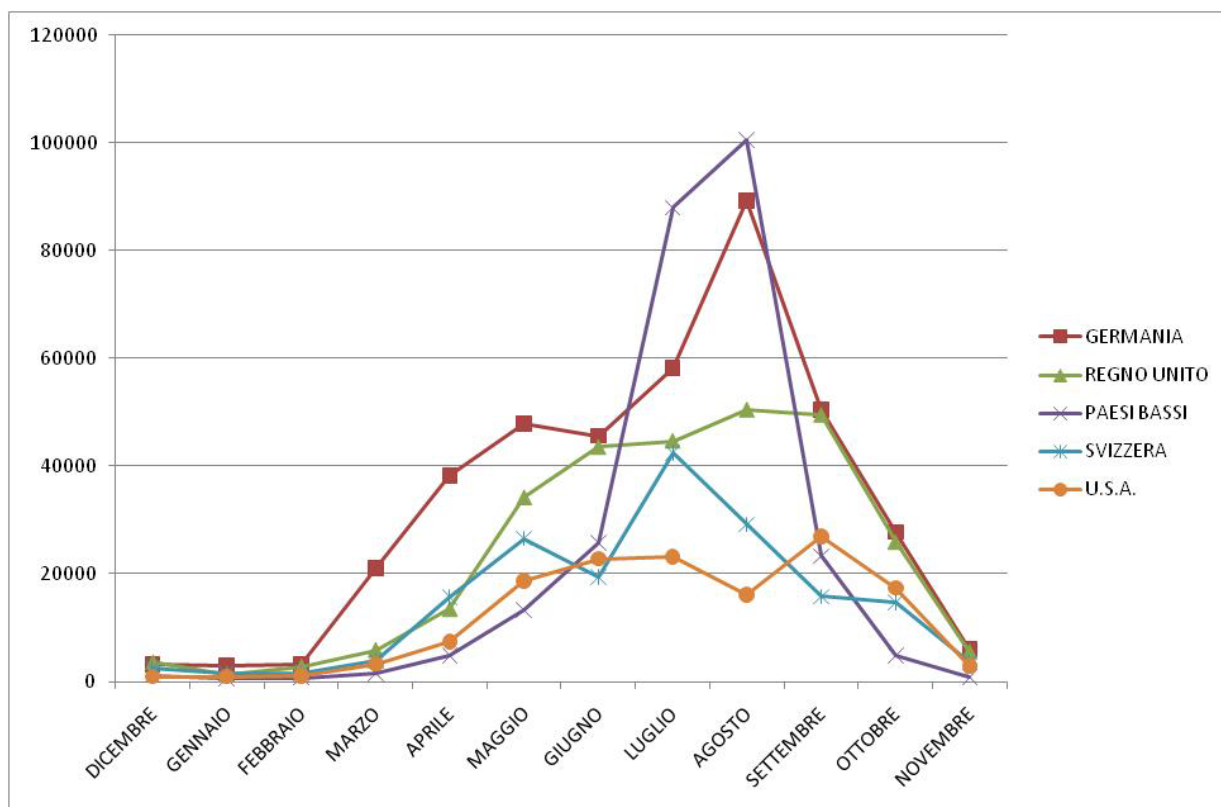
**Sistema Turistico Lago di Como. Anno 2010. Dal secondo al quinto dei mercati interni di provenienza.
Presenze per mese**



Elaborazioni Osservatorio del STLC su dati Uffici Statistici Province di Como e Lecco

La domanda internazionale traccia un andamento più articolato: per alcuni mercati il *trend* definisce un'ampia campana, per altri le presenze non risultano particolarmente elevate durante tutto il corso dell'anno, se non per forti impennate nel periodo estivo. Per il mercato tedesco si registrano dati di tutto rispetto dall'inizio della primavera fino a metà autunno, con un picco massimo di presenze nei mesi caldi di luglio e, soprattutto, agosto. I medesimi apici nei flussi si registrano anche per il mercato olandese; tuttavia l'andamento di questi turisti risulta essere a campana "acuta", con una moderata affluenza durante tutto il corso dell'anno ed un unico *boom* nei mesi estivi. La domanda inglese ed americana definisce una campana molto ampia che trova in settembre il suo mese di punta (come accaduto durante l'anno scorso, si segnala il picco negativo nelle presenze fatte registrare dagli Statunitensi ad agosto). Il mercato svizzero, essendo il più vicino in termini di distanza, subisce maggiormente l'influenza del clima (più o meno favorevole) che si registra nell'arco dei diversi mesi: il calo di turisti a giugno potrebbe, ad esempio, essere in parte dipeso dai numerosi giorni di pioggia verificatesi in questo periodo che hanno inciso sulla scelta di permanenza dei turisti.

**Sistema Turistico Lago di Como. Anno 2010. Primi cinque mercati esteri di provenienza.
Presenze per mese**



Elaborazioni Osservatorio del STLC su dati Uffici Statistici Province di Como e Lecco

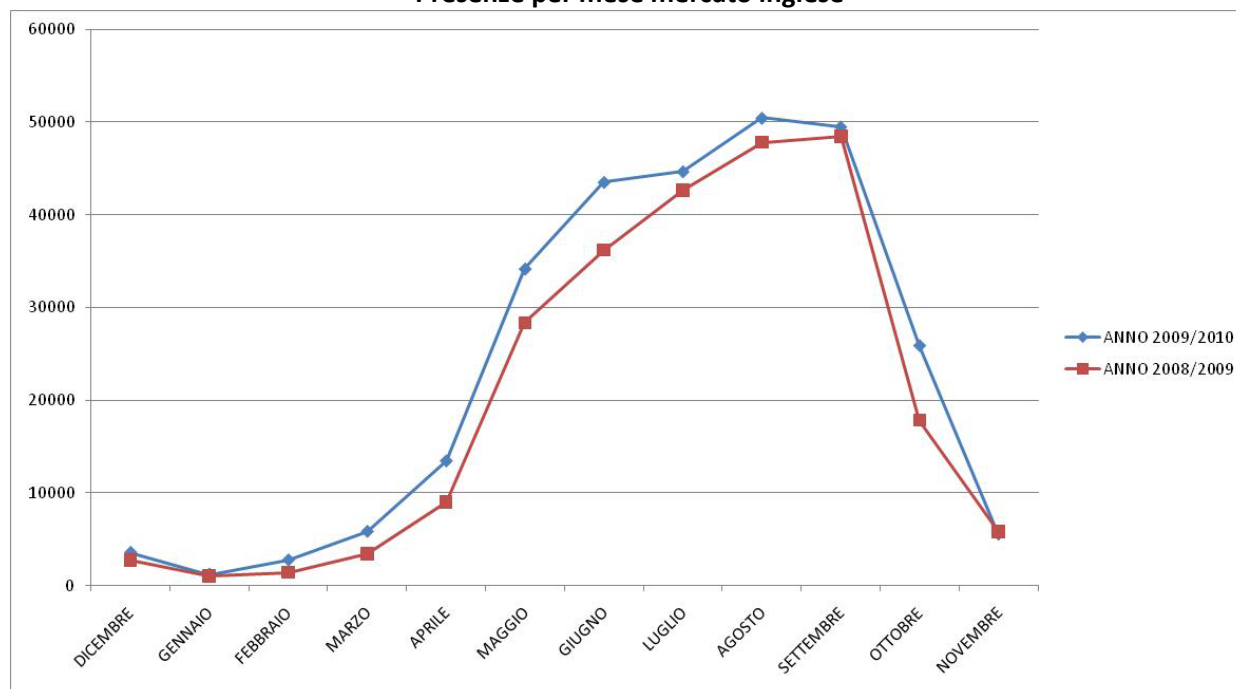
Appare opportuno effettuare un *focus* sull'andamento turistico dei mercati inglese e statunitense che, come è stato sottolineato in precedenza, hanno registrato dati in crescita rispetto al 2009, con un forte beneficio soprattutto per gli hotel di lusso del territorio.

Come evidenziato nel grafico sottostante la ripresa del mercato anglosassone è cominciata alla fine del periodo invernale e si è prolungata per tutto il corso dell'anno, con i dati migliori registrati negli hotel a maggio e giugno.

La tendenza del mercato U.S.A., invece, è stata in linea con il 2009 per tutta la prima parte dell'anno (fino ad aprile) ed ha registrato dati in crescita solo nei mesi di maggio, giugno, luglio e settembre (ad agosto si è osservata l'ormai tradizionale diminuzione di presenze).

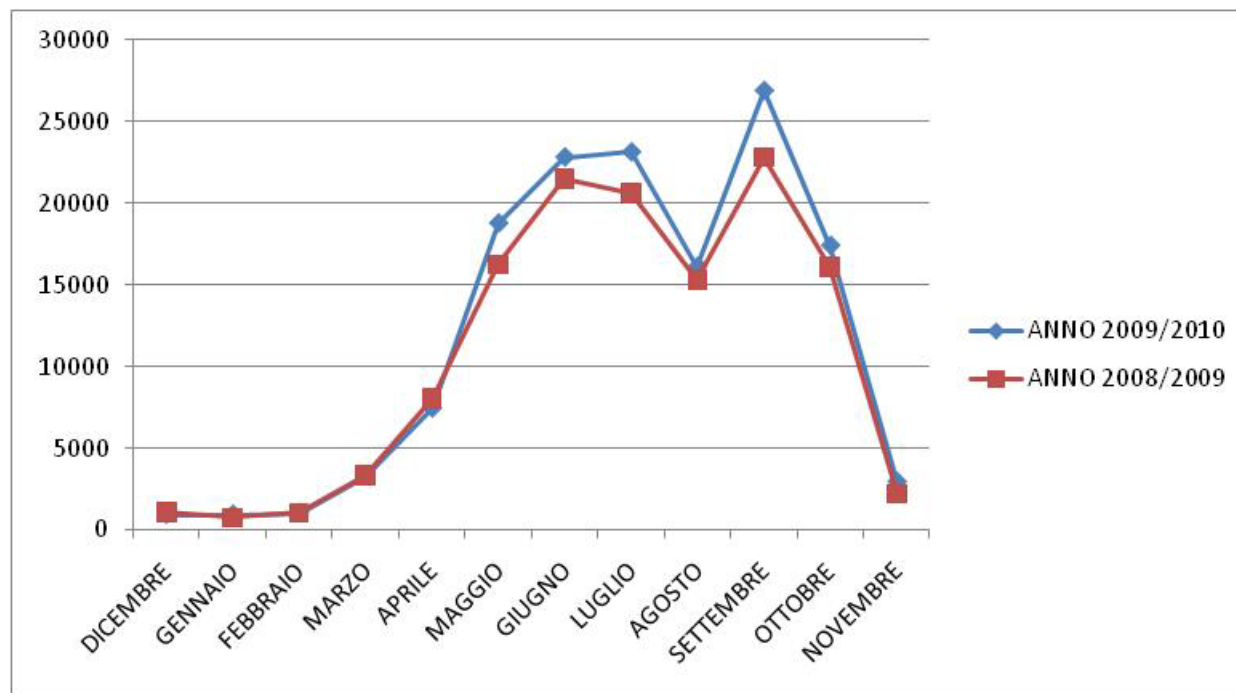
Ovviamente è importante ricordare che l'incremento percentuale ed assoluto delle presenze inglesi è stato più rilevante rispetto a quello statunitense durante l'intero corso dell'anno.

**Sistema Turistico Lago di Como. Confronto 2009/2010.
Presenze per mese mercato inglese**



Elaborazioni Osservatorio del STLC su dati Uffici Statistici Province di Como e Lecco

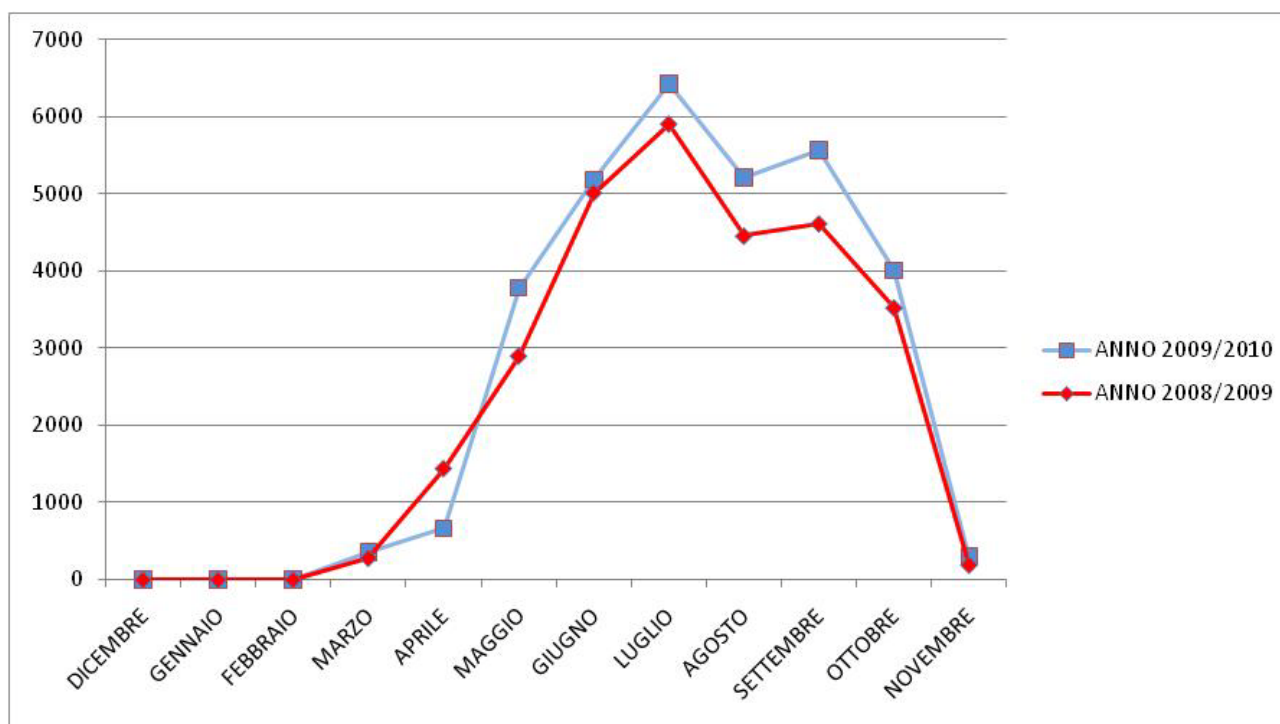
**Sistema Turistico Lago di Como. Confronto 2009/2010.
Presenze per mese del mercato statunitense**



Elaborazioni Osservatorio del STLC su dati Uffici Statistici Province di Como e Lecco

Come abbiamo evidenziato gli statunitensi affollano le sponde del Lago e preferiscono pernottare negli hotel di lusso (che quindi hanno beneficiato notevolmente della ripresa di questo mercato). Confrontando il secondo grafico della pagina precedente con quello che segue, si può notare, infatti, come la variazione di presenze dei turisti statunitensi presso gli alberghi a 5 stelle ricalchi l'andamento generale di questo mercato (ad esempio la diminuzione dei flussi ad agosto). Di conseguenza si può concludere che la crescita riscontrata presso gli hotel 5 stelle (+7,64% di presenze) debba attribuirsi in larga misura alla ripresa del mercato statunitense (insieme a quello anglosassone).

**Area Lago. Confronto 2009/2010.
Presenze per mese mercato statunitense negli alberghi a 5 stelle**



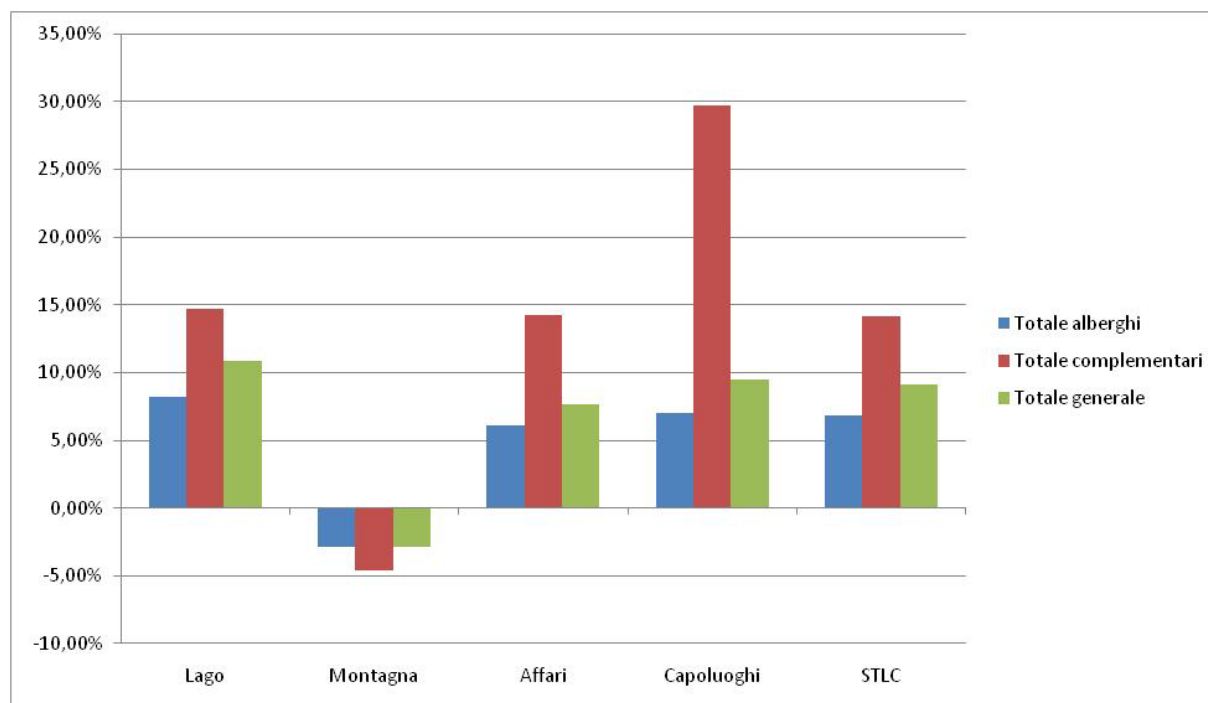
Elaborazioni Osservatorio del STLC su dati Uffici Statistici Province di Como e Lecco

I trend di posizionamento della domanda

A livello di Area-prodotto, le dinamiche della domanda nelle diverse strutture ricettive determinano la direzione in cui la destinazione modifica il suo posizionamento di mercato. Partendo dal presupposto che, anche durante quest'anno, in tutte le Aree del STLC, la domanda dei turisti si è indirizzata in modo prevalente verso le strutture alberghiere (gli hotel hanno registrato oltre i due terzi delle presenze totali) è importante sottolineare come, a livello generale, si sia osservato un forte tasso di crescita non solo per gli hotel ma anche per le strutture complementari all'interno delle diverse Aree.

Sul Lago, le presenze aumentano in entrambe le tipologie ricettive segno che alla tradizionale domanda "lusso" tipica dell'Area (che quest'anno, rispetto al 2009, evidenzia una rinnovata vitalità) si affianca un crescente apprezzamento del "turismo all'aria aperta". Gli hotel sono preferiti per il soggiorno dai turisti stranieri che indirizzano la loro scelta verso strutture di fascia elevata (come testimonia il rapporto la domanda alberghiere degli hotel 5 e 4 stelle con quella dei 2 e 1 stella), mentre le presenze dei nostri connazionali risultano maggiori presso gli esercizi complementari.

Sistema Turistico Lago di Como. Anno 2010. Variazione percentuale delle presenze per tipologia ricettiva e area prodotto rispetto all'anno 2009.



Elaborazioni Osservatorio del STLC su dati Uffici Statistici Province di Como e Lecco

Per la Montagna, vista la contrazione di turisti, si osserva una variazione delle presenze in calo, sia negli hotel che presso le strutture complementari. Mentre la domanda dei nostri connazionali si distribuisce piuttosto equamente tra le due tipologie ricettive (anche se gli hotel rimangono preferiti per il soggiorno), quella degli stranieri si indirizza in maniera sempre più decisa verso le strutture alberghiere (le presenze sono aumentate in questi esercizi, mentre sono diminuite nei complementari). Si tratta di numeri ancora limitati a livello assoluto, ma ugualmente importanti nell'ottica di un ipotetica possibilità di riposizionamento verso l'alto di questo prodotto turistico.

L'area Affari registra, come negli ultimi anni, tassi di crescita per entrambe le tipologie ricettive. Viene confermata, quindi, la doppia natura dell'Area in cui, alla più forte domanda legata al turismo *business* (che indirizza la propria scelta di soggiorno verso le strutture alberghiere di qualità), si affianca una crescente richiesta di vacanza *svago e relax*.

Infine nell'Area dei Capoluoghi entrambe le tipologie di turisti preferiscono soggiornare negli hotel anche se si registra una forte crescita di presenze nelle strutture complementari: in quest'Area la domanda tende pertanto a orientarsi verso modalità di soggiorno meno costose e più "spartane".

Anche la variazione del numero di presenze nelle diverse categorie alberghiere all'interno del Sistema Turistico Lago di Como, ma soprattutto all'interno di ciascuna Area-prodotto, fornisce indicazioni sul posizionamento della domanda di fascia alta (vale a dire a favore di strutture a quattro e cinque stelle) piuttosto che di soluzioni ricettive meno costose (a una e due stelle), e quindi sul posizionamento per Area-prodotto. A livello di Sistema risulta in buona crescita, rispetto al 2009, la tendenza di posizionamento della domanda verso gli hotel di fascia elevata. Nelle singole Aree gli indici che confermano maggiormente questa tendenza riguardano la Brianza ed i Capoluoghi (per entrambi pesa particolarmente la scelta degli stranieri), presso l'Area Lago l'indice

di posizionamento risulta più contenuto (in quanto è presente anche una maggiore offerta di categoria più bassa rispetto alle altre due Aree) anche se in crescita rispetto al 2009.

Il posizionamento dell'offerta

Il posizionamento dell'offerta ricettiva del Sistema Turistico Lago di Como non corrisponde a quello della domanda, generalmente più elevato. Tale asimmetria riguarda sia il posizionamento inteso come rapporto fra tipologie ricettive (vale a dire alberghiera rispetto a quella complementare) sia il posizionamento inteso come rapporto fra livello del ricettivo (ovvero strutture a cinque e quattro stelle rispetto a quelle di due e una stella).

Si segnala che il primo tipo di indice risente pesantemente della sovrastima di cui godono, in termini di capacità ricettiva, i campeggi (un posto letto in campeggio costa ovviamente meno in termini di investimento rispetto ad un posto letto in albergo). Data quindi questa avvertenza, è comunque da rilevare che entrambi gli indici di posizionamento dell'offerta, per quanto inferiori rispetto ai corrispondenti indici riferiti alla domanda, mostrano un andamento in crescita, e quindi segnalano la progressiva qualificazione delle strutture ricettive del Sistema.

Sono soprattutto gli stranieri a spingere verso l'alto il posizionamento della destinazione, in quanto preferiscono gli alberghi come tipologia ricettiva, ed in particolare quelli di fascia alta, in tutte le Aree-prodotto

L'Area Lago e l'Area Montagna, sono le più lineari nel rapporto domanda e offerta, anche se l'offerta risulta in ogni caso inferiore rispetto alla domanda, sia per quanto riguarda la qualità alberghiera che il rapporto fra tipologie ricettive alberghiere e complementari. Ovviamente per i turisti stranieri, che preferiscono soggiornare negli esercizi alberghieri e di fascia medio alta, lo scostamento tra la qualità dell'offerta e la domanda risulta più accentuato, mentre per i nostri connazionali è più contenuto.

L'Area Affari è quella per cui si evidenzia il più forte divario tra offerta e domanda ospitata. Entrambi gli indici di posizionamento (rapporto fra tipologie ricettive e rapporto fra livello del ricettivo) hanno valori molto minori rispetto ai relativi indici riferiti alla domanda. Sembra, dunque, che la Brianza non sia tuttora in grado di offrire una capacità alberghiera di qualità adeguata alla domanda dei viaggiatori d'affari che ospita, anche se, rispetto agli anni scorsi, si rileva una crescente tendenza di posizionamento verso l'alto dell'offerta (negli ultimi due anni sono stati aperti diversi nuovi hotel 4 stelle).

La situazione nei Capoluoghi è simile a quella registrata per la Brianza, anche se il divario fra domanda ed offerta risulta più contenuto.

RAPPORTO ANNUALE FLUSSI TURISTICI – ANNO 2010⁶

ALLEGATO STATISTICO

Elaborazioni Osservatorio del STLC su dati Uffici Statistici Province di Como e Lecco

ARRIVI INTERO STLC			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Italiani anno 2009	357.370	79.258	436.628
Italiani anno 2010	363.975	75.565	439.540
Variazione %	1,85%	-4,66%	0,67%
Stranieri			
Stranieri anno 2009	528.337	99.966	628.303
Stranieri anno 2010	580.000	102.539	682.539
Variazione %	9,78%	2,57%	8,63%
Totale			
Totale anno 2009	885.707	179.224	1.064.931
Totale anno 2010	943.975	178.104	1.122.079
Variazione %	6,58%	-0,62%	5,37%

PRESENZE INTERO STLC			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Italiani anno 2009	637.022	329.281	966.303
Italiani anno 2010	630.284	408.978	1.039.262
Variazione %	-1,06%	24,20%	7,55%
Stranieri			
Stranieri anno 2009	1.306.371	493.360	1.799.731
Stranieri anno 2010	1.445.691	533.446	1.979.137
Variazione %	10,66%	8,13%	9,97%
Totale			
Totale anno 2009	1.943.393	822.641	2.766.034
Totale anno 2010	2.075.975	942.424	3.018.399
Variazione %	6,82%	14,56%	9,12%

⁶ Per anno 2010 non si intende l'anno solare – da gennaio a dicembre – bensì la somma delle 4 stagioni turistiche: l'anno 2010 copre pertanto un periodo che va da dicembre 2009 a novembre 2010; l'anno 2009 va da dicembre 2008 a novembre 2009.

ARRIVI AREA LAGO			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Italiani anno 2009	62.106	39.294	101.400
Italiani anno 2010	61.996	39.203	101.199
Variazione %	-0,18%	-0,23%	-0,20%
<hr/>			
Stranieri anno 2009	244.648	78.038	322.686
Stranieri anno 2010	265.100	78.636	343.736
Variazione %	8,36%	0,77%	6,52%
<hr/>			
Totale anno 2009	306.754	117.332	424.086
Totale anno 2010	327.096	117.839	444.935
Variazione %	6,63%	0,43%	4,92%

PRESENZE AREA LAGO			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Italiani anno 2009	135.320	183.349	318.669
Italiani anno 2010	127.533	246.035	373.568
Variazione %	-5,75%	34,19%	17,23%
<hr/>			
Stranieri anno 2009	778.692	433.543	1.212.235
Stranieri anno 2010	861.674	461.417	1.323.091
Variazione %	10,66%	6,43%	9,14%
<hr/>			
Totale anno 2009	914.012	616.892	1.530.904
Totale anno 2010	989.207	707.452	1.696.659
Variazione %	8,23%	14,68%	10,83%

ARRIVI AREA MONTAGNA			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Italiani anno 2009	15.977	15.429	31.406
Italiani anno 2010	14.509	13.623	28.132
Variazione %	-9,19%	-11,71%	-10,42%
<hr/>			
Stranieri anno 2009	14.884	4.215	19.099
Stranieri anno 2010	17.974	4.208	22.182
Variazione %	20,76%	-0,17%	16,14%
<hr/>			
Totale anno 2009	30.861	19.644	50.505
Totale anno 2010	32.483	17.831	50.314
Variazione %	5,26%	-9,23%	-0,38%

PRESENZE AREA MONTAGNA			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Italiani anno 2009	65.465	47.257	112.722
Italiani anno 2010	57.859	46.890	104.749
Variazione %	-11,62%	-0,78%	-7,07%
Stranieri anno 2009	36.688	14.279	50.967
Stranieri anno 2010	41.392	12.833	54.225
Variazione %	12,82%	-10,13%	6,39%
Totale anno 2009	102.153	61.536	163.689
Totale anno 2010	99.251	59.723	158.974
Variazione %	-2,84%	-2,95%	-2,88%

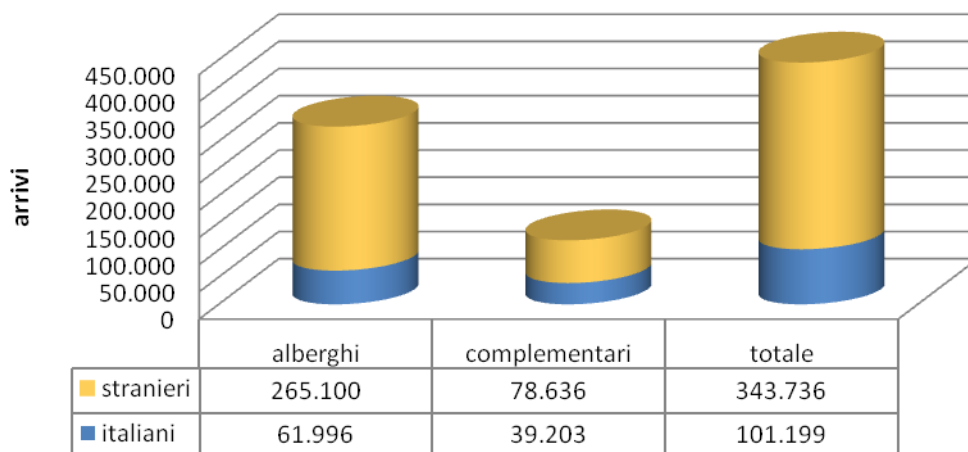
ARRIVI AREA AFFARI			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Italiani anno 2009	208.340	19.059	227.399
Italiani anno 2010	219.598	16.326	235.924
Variazione %	5,40%	-14,34%	3,75%
Stranieri anno 2009	138.888	6.001	144.889
Stranieri anno 2010	152.384	7.282	159.666
Variazione %	9,72%	21,35%	10,20%
Totale anno 2009	347.228	25.060	372.288
Totale anno 2010	371.982	23.608	395.590
	7,13%	-5,79%	6,26%

PRESENZE AREA AFFARI			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Italiani anno 2009	297.205	74.638	371.843
Italiani anno 2010	312.977	80.390	393.367
Variazione %	5,31%	7,71%	5,79%
Stranieri anno 2009	230.667	18.270	248.937
Stranieri anno 2010	247.058	28.836	275.894
Variazione %	7,11%	57,83%	10,83%
Totale anno 2009	527.872	92.908	620.780
Totale anno 2010	560.035	109.226	669.261
Variazione %	6,09%	17,56%	7,81%

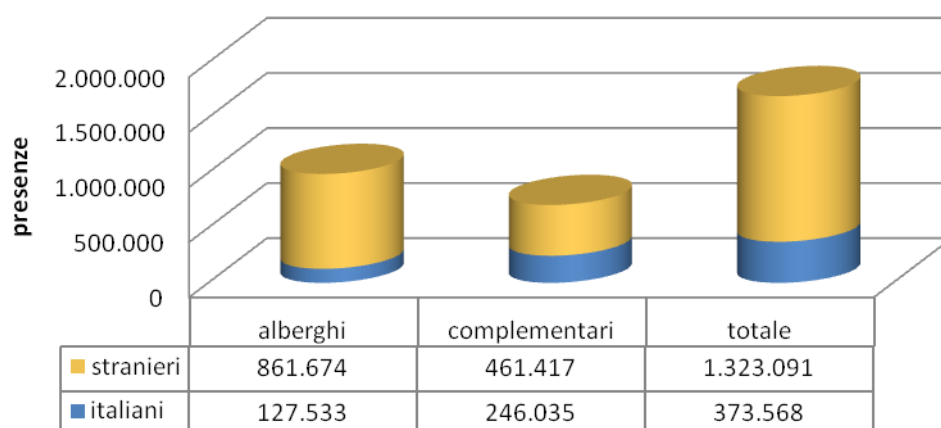
ARRIVI AREA CAPOLUOGHI			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Italiani anno 2009	70.947	5.476	76.423
Italiani anno 2010	67.872	6.413	74.285
Variazione %	-4,33%	17,11%	-2,80%
Stranieri anno 2009	129.917	11.712	141.629
Stranieri anno 2010	144.542	12.413	156.955
Variazione %	11,26%	5,99%	10,82%
Totale anno 2009	200.864	17.188	218.052
Totale anno 2010	212.414	18.826	231.240
Variazione %	5,75%	9,53%	6,05%

PRESENZE AREA CAPOLUOGHI			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Italiani anno 2009	139.032	24.037	163.069
Italiani anno 2010	131.915	35.663	167.578
Variazione %	-5,12%	48,37%	2,77%
Stranieri anno 2009	260.324	27.268	287.592
Stranieri anno 2010	295.567	30.360	325.927
Variazione %	13,54%	11,34%	13,33%
Totale anno 2009	399.356	51.305	450.661
Totale anno 2010	427.482	66.023	493.505
Variazione %	7,04%	28,69%	9,51%

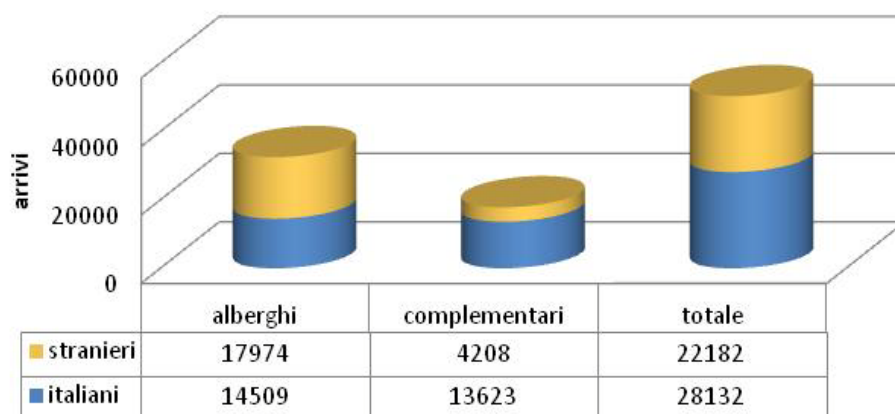
Anno 2010. Lago. Arrivi Italiani, stranieri e totale per tipologia ricettiva



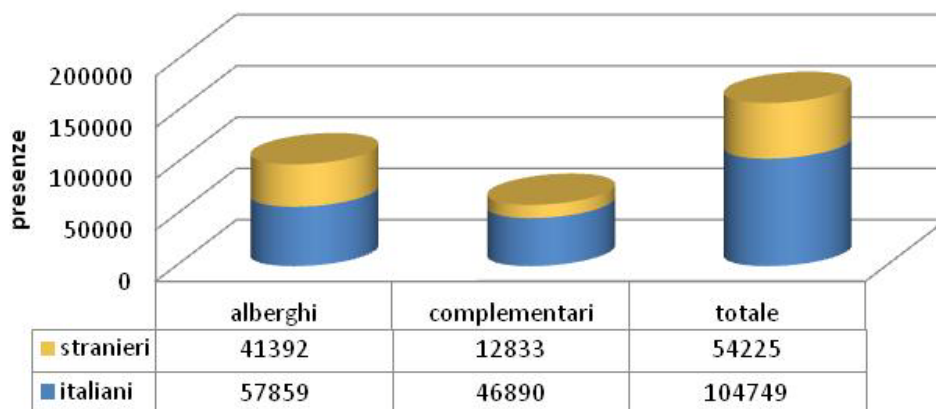
Anno 2010. Lago. Presenze Italiani, stranieri e totale per tipologia ricettiva



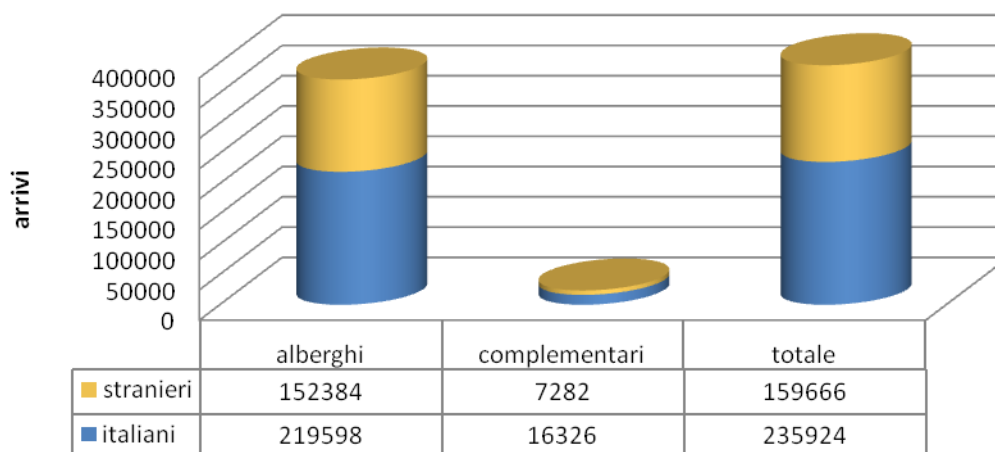
Anno 2010. Montagna. Arrivi Italiani, stranieri e totale per tipologia ricettiva



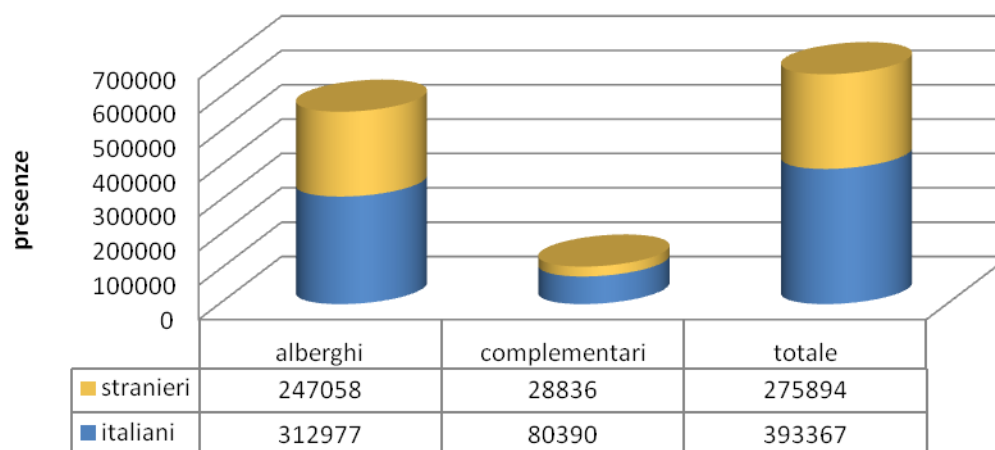
Anno 2010. Montagna. Presenze Italiani, stranieri e totale per tipologia ricettiva



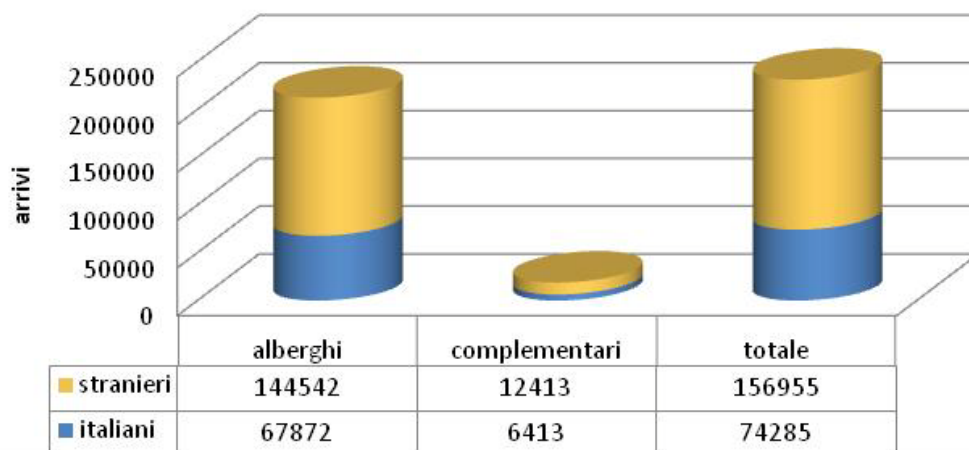
Anno 2010. Affari. Arrivi Italiani, stranieri e totale per tipologia ricettiva



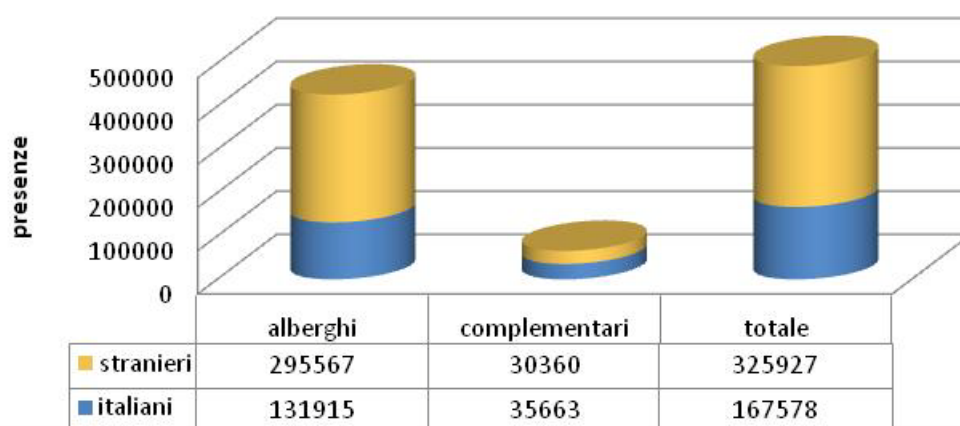
Anno 2010. Affari. Presenze Italiani, stranieri e totale per tipologia ricettiva



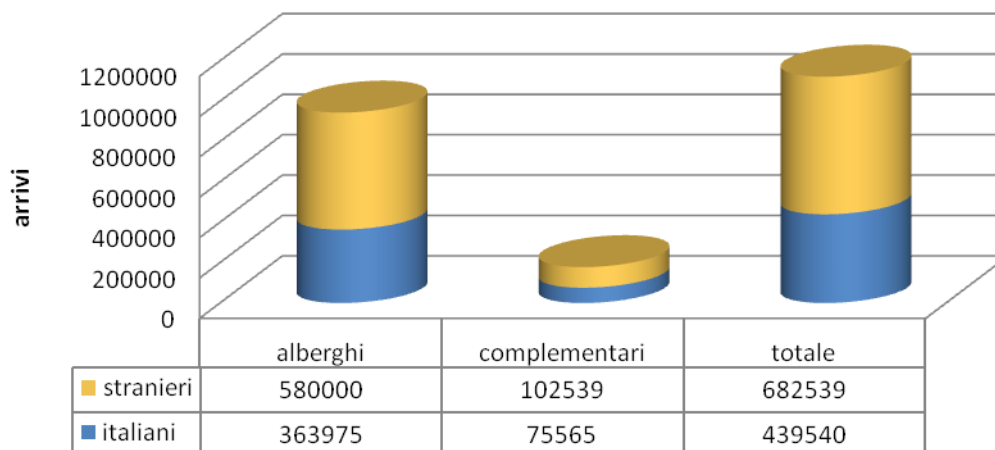
Anno 2010. Capoluoghi. Arrivi Italiani, stranieri e totale per tipologia ricettiva



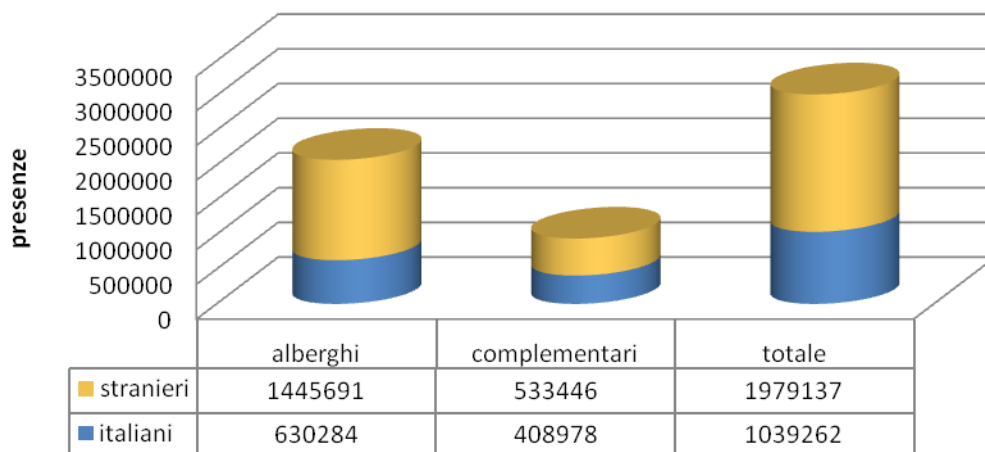
Anno 2010. Capoluoghi. Presenze Italiani, stranieri e totale per tipologia ricettiva



Anno 2010. STLC. Arrivi Italiani, stranieri e totale per tipologia ricettiva



Anno 2010. STLC. Presenze Italiani, stranieri e totale per tipologia ricettiva



PERMANENZA MEDIA AREA LAGO			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Italiani 2009	2,18	4,67	3,14
Italiani 2010	2,06	6,28	3,69
Variazione %	-5,59%	34,53%	17,43%
Stranieri 2009	3,18	5,56	3,76
Stranieri 2010	3,25	5,87	3,85
Variazione %	2,12%	5,62%	2,46%
Totale 2009	2,98	5,26	3,61
Totale 2010	3,02	6,00	3,81
Variazione %	1,50%	14,19%	5,63%

PERMANENZA MEDIA AREA MONTAGNA			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Italiani 2009	4,10	3,06	3,59
Italiani 2010	3,99	3,44	3,72
Variazione %	-2,68%	12,38%	3,74%
<hr/>			
Stranieri 2009	2,46	3,39	2,67
Stranieri 2010	2,30	3,05	2,44
Variazione %	-6,57%	-9,98%	-8,39%
<hr/>			
Totale 2009	3,31	3,13	3,24
Totale 2010	3,06	3,35	3,16
Variazione %	-7,69%	6,92%	-2,51%

PERMANENZA MEDIA AREA AFFARI			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Italiani 2009	1,43	2,98	1,64
Italiani 2010	1,43	3,41	1,67
Variazione %	-0,09%	14,33%	1,97%
<hr/>			
Stranieri 2009	1,66	3,04	1,72
Stranieri 2010	1,62	3,96	1,73
Variazione %	-2,38%	30,07%	0,57%
<hr/>			
Totale 2009	1,52	3,71	1,67
Totale 2010	1,51	4,63	1,69
Variazione %	-0,97%	24,79%	1,46%

PERMANENZA MEDIA AREA CAPOLUOGHI			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Italiani 2009	1,96	4,39	2,13
Italiani 2010	1,94	5,56	2,26
Variazione %	-0,82%	26,69%	5,72%
<hr/>			
Stranieri 2009	2,00	2,33	2,03
Stranieri 2010	2,04	2,45	2,08
Variazione %	2,05%	5,05%	2,26%
<hr/>			
Totale 2009	1,99	2,98	2,07
Totale 2010	2,01	3,51	2,13
Variazione %	1,22%	17,49%	3,26%

PERMANENZA MEDIA STLC			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Italiani 2009	1,78	4,15	2,21
Italiani 2010	1,73	5,41	2,36
Variazione %	-2,85%	30,27%	6,84%
<hr/>			
Stranieri 2009	2,47	4,94	2,86
Stranieri 2010	2,49	5,20	2,90
Variazione %	0,81%	5,41%	1,23%
<hr/>			
Totale 2009	2,19	4,59	2,60
Totale 2010	2,20	5,29	2,69
Variazione %	0,23%	15,28%	3,57%

**ANNO 2010. INDICE DI POSIZIONAMENTO DELL'OFFERTA DI TIPO 1.
 RAPPORTO OFFERTA ALBERGHIERA E COMPLEMENTARE.
 Valore e variazione percentuale rispetto allo stesso periodo del 2009**

LAGO	
Totale precedente	0,42
Totale corrente	0,42
Variazione %	0%

MONTAGNA	
Totale precedente	0,61
Totale corrente	0,61
Variazione %	-1,09%

AFFARI	
Totale precedente	1,38
Totale corrente	1,39
Variazione %	0,75%

CAPOLUOGHI	
Totale precedente	2,33
Totale corrente	2,28
Variazione %	-2,37%

SISTEMA TURISTICO LAGO DI COMO	
Totale precedente	0,63
Totale corrente	0,64
Variazione %	0,40%

**ANNO 2010. INDICE DI POSIZIONAMENTO DELL'OFFERTA DI TIPO 2.
 RAPPORTO OFFERTA ALBERGHIERA 5 E 4 STELLE E 2 E 1 STELLA.
 Valore e variazione percentuale rispetto allo stesso periodo del 2009**

LAGO	
Totale precedente	2,06
Totale corrente	2,10
Variazione %	1,92%

MONTAGNA	
Totale precedente	0,25
Totale corrente	0,28
Variazione %	13,17%

AFFARI	
Totale precedente	5,07
Totale corrente	5,09
Variazione %	0,55%

CAPOLUOGHI	
Totale precedente	5,60
Totale corrente	5,97
Variazione %	6,49%

SISTEMA TURISTICO LAGO DI COMO	
Totale precedente	2,08
Totale corrente	2,16
Variazione %	3,89%

ANNO 2010. INDICE DI POSIZIONAMENTO DELLA DOMANDA DI TIPO 1.
RAPPORTO DOMANDA ALBERGHIERA E COMPLEMENTARE.
Valore e variazione percentuale rispetto allo stesso periodo del 2009

LAGO			
	ITALIANI	STRANIERI	TOTALE
Totale precedente	0,73	1,77	1,46
Totale corrente	0,54	1,91	1,44
Variazione %	-26,63%	8,12%	-1,78%

MONTAGNA			
	ITALIANI	STRANIERI	TOTALE
Totale precedente	1,50	2,58	1,76
Totale corrente	1,32	3,35	1,76
Variazione %	-12,28%	29,75%	-0,12%

AFFARI			
	ITALIANI	STRANIERI	TOTALE
Totale precedente	4,09	12,38	6,12
Totale corrente	3,97	8,60	5,21
Variazione %	-2,77%	-30,52%	-14,88%

CAPOLUOGHI			
	ITALIANI	STRANIERI	TOTALE
Totale precedente	2,75	7,07	4,56
Totale corrente	2,96	8,95	5,50
Variazione %	7,71%	26,57%	20,51%

SISTEMA TURISTICO LAGO DI COMO			
	ITALIANI	STRANIERI	TOTALE
Totale precedente	1,67	2,31	2,05
Totale corrente	0,94	2,02	1,50
Variazione %	-43,82%	-12,61%	-27,03%

**ANNO 2010. INDICE DI POSIZIONAMENTO DELLA DOMANDA DI TIPO 2.
 RAPPORTO DOMANDA ALBERGHIERA 5 E 4 STELLE E 2 E 1 STELLA.
 Valore e variazione percentuale rispetto allo stesso periodo del 2009**

LAGO			
	ITALIANI	STRANIERI	TOTALE
Totale precedente	1,58	4,72	3,72
Totale corrente	1,36	5,36	4,14
Variazione %	-14,49%	13,49%	11,37%

MONTAGNA			
	ITALIANI	STRANIERI	TOTALE
Totale precedente	0,40	0,63	0,45
Totale corrente	0,40	0,51	0,43
Variazione %	1,96%	-18,58%	-4,34%

AFFARI			
	ITALIANI	STRANIERI	TOTALE
Totale precedente	6,83	16,90	9,44
Totale precedente	6,30	18,30	9,06
Variazione %	-7,73%	8,24%	-4,05%

CAPOLUOGHI			
	ITALIANI	STRANIERI	TOTALE
Totale precedente	2,77	9,00	5,51
Totale corrente	3,46	10,50	6,80
Variazione %	24,80%	16,72%	23,51%

SISTEMA TURISTICO LAGO DI COMO			
	ITALIANI	STRANIERI	TOTALE
Totale precedente	2,68	6,06	4,30
Totale precedente	2,96	6,80	4,88
Variazione %	10,43%	12,24%	13,62%

TASSO D'OCCUPAZIONE NETTO AREA LAGO			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Totale 2009	39,55%	12,27%	20,87%
Totale 2010	40,75%	14,13%	22,80%
Variazione %	3,03%	15,21%	9,26%

TASSO D'OCCUPAZIONE NETTO AREA MONTAGNA			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Totale 2009	14,14%	4,97%	8,30%
Totale 2010	13,79%	4,81%	8,25%
Variazione %	-2,48%	-3,17%	-0,49%

TASSO D'OCCUPAZIONE NETTO AREA AFFARI			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Totale 2009	34,77%	9,63%	24,94%
Totale 2010	34,98%	9,91%	25,36%
Variazione %	0,61%	2,96%	1,71%

TASSO D'OCCUPAZIONE NETTO AREA CAPOLUOGHI			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Totale 2009	45,42%	25,39%	41,24%
Totale 2010	47,81%	26,39%	43,01%
Variazione %	5,27%	3,92%	4,30%

TASSO D'OCCUPAZIONE NETTO STLC			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Totale 2009	35,78%	11,08%	21,46%
Totale 2010	36,79%	12,45%	22,95%
Variazione %	2,82%	12,42%	6,95%

INDICE DI NOTORIETA' AREA LAGO			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Totale 2009	85,19%	70,46%	79,18%
Totale 2010	87,11%	65,28%	77,98%
Variazione %	2,24%	-7,35%	-1,52%

INDICE DI NOTORIETA' AREA MONTAGNA			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Totale 2009	35,91%	22,90%	31,14%
Totale 2010	41,70%	20,66%	34,11%
Variazione %	16,12%	-9,76%	9,55%

INDICE DI NOTORIETA' AREA AFFARI			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Totale 2009	43,70%	18,69%	40,10%
Totale 2010	44,11%	25,44%	41,22%
Variazione %	0,95%	36,13%	2,80%

INDICE DI NOTORIETA' AREA CAPOLUOGHI			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Totale 2009	65,19%	54,59%	63,82%
Totale 2010	69,14%	46,70%	66,04%
Variazione %	6,07%	-14,45%	3,49%

INDICE DI NOTORIETA' STLC			
	Totale alberghi	totale complementari	totale generale
Totale 2009	67,22%	60,36%	65,07%
Totale 2010	69,64%	56,91%	65,57%
Variazione %	3,60%	-5,73%	0,77%