

***Analisi dei visitatori degli uffici
di informazione e accoglienza turistica della città
di Bergamo e del suo aeroporto***

Giugno – Dicembre 2011

Progetto “Bergamo quando, come e dove vuoi”

INDICE

1. OBIETTIVI E METODOLOGIA	3
2. PROFILO GENERALE DEL VISITATORE	7
3. LA MOTIVAZIONE	15
3.1 Il visitatore business	16
3.2 Il visitatore leisure	18
<i>Focus: il visitatore culturale</i>	22
<i>Focus: il visitatore "non culturale"</i>	24
4. IL TURISTA E L'ESCURSIONISTA	29
4.1 Il turista	30
4.2 L'escursionista	34
5. LA PROVENIENZA	38
5.1 Il visitatore italiano	39
5.2 Il visitatore straniero	43
<i>Il visitatore spagnolo</i>	46
<i>Il visitatore inglese</i>	50
<i>Il visitatore del Nord Europa</i>	53
<i>Il visitatore dell'Est Europa</i>	57
<i>Il visitatore tedesco</i>	60
<i>Il visitatore francese</i>	64
5.3 Confronto tra i maggiori paesi di provenienza.	67
6.CONCLUSIONI	68
7. ALLEGATO: Il questionario.....	73

1. OBIETTIVI E METODOLOGIA

Il lavoro, inserito nel progetto “Bergamo quando, come e dove vuoi”, è nato dall’esigenza di predisporre una raccolta dati unificata sull’utenza degli uffici Informazione d’Accoglienza al Turista (IAT) della città di Bergamo e di *Turismo Bergamo* per averne una profilazione costantemente aggiornata. Tale progetto ha quindi visto il coinvolgimento del Comune di Bergamo, degli Uffici d’Informazione e Accoglienza al Turista (IAT), di *Turismo Bergamo* e dell’Università degli Studi di Bergamo.

Il questionario è strutturato per rispondere a specifiche necessità, quali:

- **avere un profilo costantemente aggiornato del visitatore**, in modo tale che possa risultare confrontabile nel tempo;
- fornire informazioni specifiche al fine di poter **orientare l’offerta dei servizi della città a target specifici** (quali ad esempio giovani, famiglie con bambini, anziani, ...);
- **fornire all’Ufficio Statistico della Provincia di Bergamo i dati necessari per le analisi statistiche.**

La rilevazione delle caratteristiche del visitatore avviene accedendo all’applicativo web-based *IAT Database*, già utilizzato presso gli uffici di *Turismo Bergamo*. Questa applicazione può essere utilizzata da qualsiasi pc con connessione ad Internet senza installare alcun programma, utilizzando il browser *Internet Explorer*.

La rilevazione dell’utenza è una delle funzionalità disponibili: attraverso la compilazione delle varie opzioni delle voci del questionario risulta possibile raccogliere informazioni sul profilo dell’utente – le quali rimangono memorizzate su un server indipendente – ed esportare dati e statistiche.

Il questionario è strutturato in modo tale che la maggior parte delle voci siano compilabili in modo autonomo dall’operatore dello sportello, mentre l’ordine tiene conto delle varie fasi attraverso cui l’utente si interfaccia. Le prime risposte possono essere dedotte guardando la persona o le persone che chiedono informazioni e prestando attenzione alle richieste, mentre per le ultime voci del questionario dovranno essere poste specifiche domande direttamente all’utente.

Nel corso del semestre di sperimentazione sono stati compilati presso gli uffici oggetto dello studio un totale di 43.966 questionari: 14.640 (33,3%) nello IAT di Città Alta, 12.948 (29,5%) in quello di Città Bassa, 12.381 (28,2%) presso l’ufficio di *Turismo Bergamo* dell’aeroporto di Orio al Serio e 3.997 (9,1%) in quello situato nella parte bassa della città.

L’alto numero dei questionari raccolti permette di ritenere l’analisi svolta particolarmente significativa nel delineare il profilo del turista e dell’escursionista che giunge sul nostro territorio. Inoltre per la prima volta abbiamo dei dati relativi ai visitatori suddivisi per motivazione di viaggio, quindi profilati in visitatore *leisure* e *business*. Questo risulta particolarmente utile per poter indirizzare le scelte di politica turistica.

Specifichiamo che il Polo Turistico di Città Bassa è costituito dagli uffici di IAT e di *Turismo Bergamo*, situati all’interno dello Urban Center di fronte alla stazione. Mentre lo IAT si occupa di fornire informazioni turistiche, Bergamo Turismo ha il compito di vedere prodotti turistici quali la BergamoCard, alcuni gadget e altri prodotti.

Tabella I. Totale dei questionari compilati da ogni singolo ufficio nel semestre Giugno-Dicembre 2011.

	IAT Città Alta		Polo turistico Città Bassa		Turismo Bergamo Aeroporto		TOTALE	
	Visitatori	Questionari compilati	Visitatori	Questionari compilati	Visitatori	Questionari compilati	Visitatori	Questionari compilati
Giugno	4.877	2.233	6.254	2.672	4.319	1.940	15.450	6.845
Luglio	5.064	2.410	6.874	3.018	4.423	1.915	16.361	7.343
Agosto	6.128	2.786	5.677	2.232	5.224	2.503	17.029	7.521
Settembre	4.839	2.123	5.861	2.616	5.272	2.318	15.972	7.057
Ottobre	6.916	2.579	7.043	2.792	3.330	1.656	17.289	7.027
Novembre	2.323	1.196	4.145	1.879	2.333	1.172	8.801	4.247
Dicembre	2.534	1.313	3.513	1.736	1.768	877	7.815	3.926
Totale per ufficio	32.681	14.640	39.367	16.945	26.669	12.381	98.717	43.966

Nota: per i visitatori che si presentano al banco in coppia, in famiglia o in gruppo viene compilato un solo questionario che aggrega i dati dei presenti.

Considerando il numero dei questionari raccolti in ogni singolo mese del periodo di sperimentazione, si è registrata una netta riduzione nei mesi di novembre e dicembre, evidenziata in ogni ufficio – seppure in modo più marcato nello IAT di Città Alta. A tale decrescita corrisponde una diminuzione generale dei flussi di visitatori, registrata anche negli anni precedenti.

Gli uffici considerati sono organizzati secondo i seguenti orari e giorni di apertura:

- IAT di Città Alta: per tutto l'anno tutti i giorni 9.00-12.30 e 14.00-17.30. Chiusura: 25 Dicembre (solo mattino) e 1 Gennaio (solo mattino).
- IAT di Città Bassa: tutti i giorni 9.00-12.30 e 14.00-17.30. Chiusura: 25 Dicembre e 1 Gennaio.
- *Turismo Bergamo* (città): tutti i giorni 9.00-12.30 e 14.00-17.30. Chiusura: 25 Dicembre e 1 Gennaio.
- *Turismo Bergamo* (aeroporto): tutti i giorni dalle 8 alle 21.

La rielaborazione dei dati raccolti ha avuto due principali obiettivi:

I. La profilazione del turista/visitatore. Le informazioni raccolte sono state utilizzate per tracciare un profilo del turista/visitatore. È risultato possibile delineare i profili delle varie tipologie di visitatore che visita la città di Bergamo mettendo in evidenza l'età, la provenienza, la tipologia di informazione richiesta, l'area per cui si sono richieste informazioni e il mezzo di trasporto utilizzato.

II. Focus su aspetti specifici. La seconda parte utilizza le informazioni raccolte focalizzando l'attenzione su aspetti specifici, quali:

- le caratteristiche dell'utenza dell'ufficio di *Turismo Bergamo* presso l'aeroporto di Orio al Serio al fine di tracciare un profilo di chi transita dal territorio di Bergamo, non fermandosi tuttavia a visitare la città;

- la modalità di scelta della struttura ricettiva, ossia verificare quanti effettuano prenotazioni alberghiere, o presso gli uffici di *Turismo Bergamo* – gli unici abilitati – o richiedendo semplicemente informazioni sulla ricettività, rispetto a quanti giungono a Bergamo avendo già fatto la propria prenotazione;
- l'affluenza e le differenze nelle informazioni richieste presso i 4 uffici cittadini;
- l'affluenza nei giorni della settimana;
- i mezzi di trasporto utilizzati al fine di valutare le differenti caratteristiche degli utilizzatori;
- le fasce d'età e la composizione del nucleo al fine di capire le caratteristiche del turista/visitatore e verificare in seguito se vi sono servizi *ad hoc* per particolari tipi di clientela (giovani, famiglie con bambini, coppie, ecc);
- le osservazioni ricevute al fine di migliorare il servizio fornito.

I dati sono stati rielaborati utilizzando l'analisi delle frequenze. Attraverso questo tipo di analisi si evidenzia quante volte un determinato fenomeno, o un suo aspetto, si manifesta nel collettivo statistico rilevato.

Per ogni singola domanda del questionario è stata quindi analizzata e riportata la frequenza assoluta e relativa di ogni singola risposta, associandola al relativo numero di persone al fine di valutarne il peso specifico. La frequenza assoluta indica il numero complessivo dei casi in cui una determinata variabile o una sua modalità si presentano nella totalità delle unità di rilevazione. La frequenza relativa, espressa in percentuale, è data dal rapporto tra la frequenza assoluta e il numero complessivo dei casi presi in esame.

La totalità delle unità di rilevazione non risulta uguale per ciascuna variabile, poiché non tutte le sezioni del questionario di rilevazione dell'utenza risultano essere state compilate. Ciò è legato alla difficoltà nel reperire alcune informazioni specifiche nei momenti di maggiore affluenza negli uffici cittadini. Questa discrepanza di valori si è verificata anche per le sezioni del questionario – nello specifico “Fascia d'età”, “Tipologia di informazione richiesta” ed “Area richiesta” – che prevedono la possibilità di risposta multipla: l'analisi ha infatti restituito la frequenza di ogni singola voce e non della combinazione di queste. Di conseguenza il risultato riportato si riferisce al numero di turisti che ha scelto almeno una delle opzioni disponibili, da sola o in unione con altre.

Il numero dei questionari considerati varia a seconda del profilo che si è andato a tracciare: per il profilo generale del visitatore (paragrafo 2.1) e quelli creati sulla base della motivazione e della durata del viaggio non sono stati considerati gli utenti locali. Il numero dei questionari è quindi sceso da 43.966 a 39.037.

Solo per la profilazione in base alla provenienza sono stati considerati tutti i 48.895 questionari raccolti.

Non tutte le sezioni del questionario risultano essere state sempre compilate. Quest'ultimo problema è risultato particolarmente evidente in fase di rielaborazione dei dati per la profilazione di particolari tipologie di turista/visitatore effettuate sulla base della motivazione o della durata del viaggio. Sono stati infatti esclusi i questionari che non avevano tale sezione – “Motivazione” e “Durata del viaggio” – compilata. I dati risultano essere comunque statisticamente significativi.

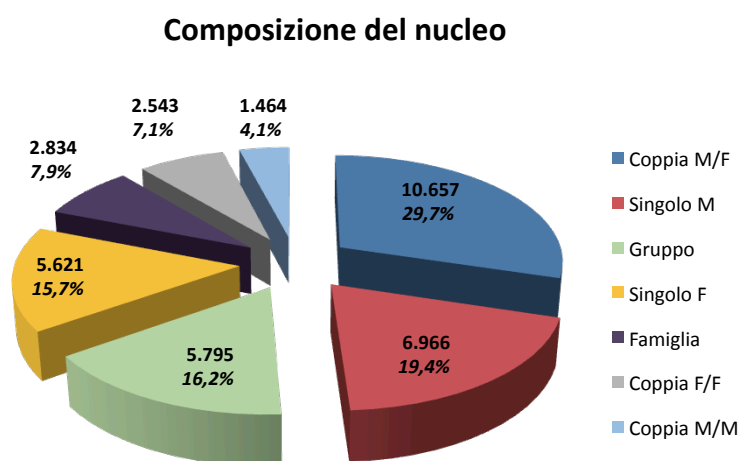
Tabella 2. Percentuale di completamento delle sezioni non obbligatorie del questionario di rilevazione. Valori assoluti e percentuali sul totale dei questionari compilati.

	Fascia d'età		Motivo		Tipologia di informazione richiesta		Area Richiesta		Durata		Mezzo di trasporto	
	Val. ass.	%	Val. ass.	%	Val. ass.	%	Val. ass.	%	Val. ass.	%	Val. ass.	%
IAT Città Alta	11.569	79,0%	2.713	18,5%	13.912	95,0%	14.368	98,1%	2.826	19,3%	2.627	17,9%
IAT Città Bassa	9.351	72,2%	2.440	18,8%	11.966	92,4%	12.481	96,4%	2.846	22,0%	2.478	19,1%
Turismo Bergamo Città Bassa	3.328	83,3%	28	0,7%	3.757	94,0%	3.929	98,3%	51	1,3%	14	0,4%
Turismo Bergamo Aeroporto	10.305	83,2%	61	0,5%	11.096	89,6%	11.702	94,5%	40	0,3%	49	0,4%
Totale	34.553	78,6%	5.242	11,9%	40.731	92,6%	42.480	96,6%	5.763	13,1%	5.168	11,8%

2. PROFILO GENERALE DEL VISITATORE

L'analisi delle frequenze relative all'utenza degli uffici considerati – con la sola esclusione dell'utenza locale, alla quale è dedicato un paragrafo specifico – mostra come le coppie, nelle differenti combinazioni M/F, F/F e M/M, e persone singole rappresentino la quota maggiore – rispettivamente il 40,9% e il 35,1%. Minore è la percentuale dei gruppi, che rappresentano il 16,2% dell'utenza complessiva, mentre non è rilevante la percentuale di famiglie.

Figura 1. Frequenze relative alla composizione del nucleo. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.



Può essere considerato un fatto “normale” la minore presenza di gruppi presso gli uffici turistici: il responsabile del gruppo tendenzialmente recupera tutte le informazioni necessarie prima dell'arrivo in città. Più significativa è, invece, la scarsa presenza di famiglie, che dimostra come l'offerta della città di Bergamo si presenta più consona ad un *target* di utenza adulto. Il dato appare ancora più indicativo se confrontato con quello nazionale: i dati dell'Osservatorio Turistico Nazionale, relativi al IV trimestre del 2011, mostrano come le famiglie rappresentino il secondo *target* di utenza principale nelle città di interesse storico ed artistico.

Tabella 3. Tipologia di clientela per l'area-prodotto “Città di interesse storico-artistico”. IV trimestre 2011. Valori percentuali.

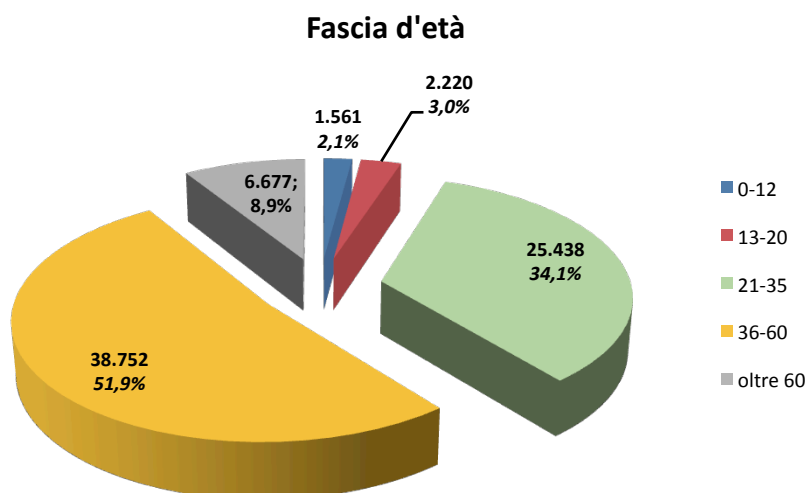
Turisti Leisure				Turisti Business		
Famiglie	Coppie	Gruppi	Single	Individuali	Gruppi	Congressisti
25,8%	35,8%	6,8%	11,2%	16,7%	2,1%	1,7%

Fonte dati: Osservatorio Nazionale del Turismo, 2011. “Indagine sulle prenotazioni nelle aree turistiche e sui segmenti di prodotto, quarto rapporto 2011”, pag. 26. Disponibile on line all'indirizzo: http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/documenti/02791?category=documenti/ricerche_ONT

Circa metà dell'utenza risulta avere un'età compresa tra i 36 e i 60 anni. Confrontando tale dato con la composizione del nucleo si può affermare che i turisti che si recano negli uffici cittadini sono nella maggior parte dei casi coppie di adulti. I giovani dai 21 ai 35 anni rappresentano poco più di un terzo dell'utenza, mentre non risulta essere assai rilevante la quota degli ultrasessantenni – che risulta pari a 8,9%. Risulta assai bassa la presenza di giovani (<20 anni) e

di bambini (0-12): ciò confermerebbe uno scarso utilizzo da parte delle famiglie degli uffici d'informazione presenti in città.

Figura 2. Frequenze relative alla fascia d'età. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.



Nota: Il totale dei questionari utilizzati è inferiore al totale raccolto.

Interessante può essere il confronto della distribuzione per fascia di età fra i valori percentuali registrati negli uffici cittadini e quelli relativi alla popolazione europea (dati EUROSTAT) relativi all'anno 2011: si nota immediatamente che gli ultrasessantenni rappresentino a livello europeo circa un quarto dell'intera popolazione, mentre negli uffici cittadini rappresenta una quota pari a circa il 10%.

Tabella 4. Distribuzione per fascia d'età dei visitatori degli uffici cittadini e della popolazione europea. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	0-12	13-20	21-35	36-60	oltre 60
Visitatori IAT – Turismo Bergamo	2,1%	3,0%	34,1%	51,9%	8,9%
EU (27 paesi) ¹	15,6%	9,1%	20,2%	35,3%	19,8%
Variazione	–	–	+	+	–

Fonte dati: Rielaborazione su dati EUROSTAT (<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/themes>).

Significativa è la discrepanza registrata nel caso dei giovani con età compresa fra i 21 e i 35 anni: negli uffici cittadini sono il 32,6%, mentre a livello italiano solo il 20,2%. Infine, emerge il differente peso percentuale dei bambini d'età inferiore ai 12 anni, che a livello europeo rappresentano il 15,6% contro il 2,2% registrato negli uffici cittadini.

La scarsa presenza di famiglie, evidenziata nell'analisi della composizione del nucleo, è quindi confermata anche dai risultati relativi alle fasce d'età. Ciò avvala ulteriormente l'ipotesi che l'offerta turistica cittadina sia più congeniale ad un *target* di utenza adulto (36-60 anni). Inoltre, se la minore presenza negli uffici di giovani può derivare dalla

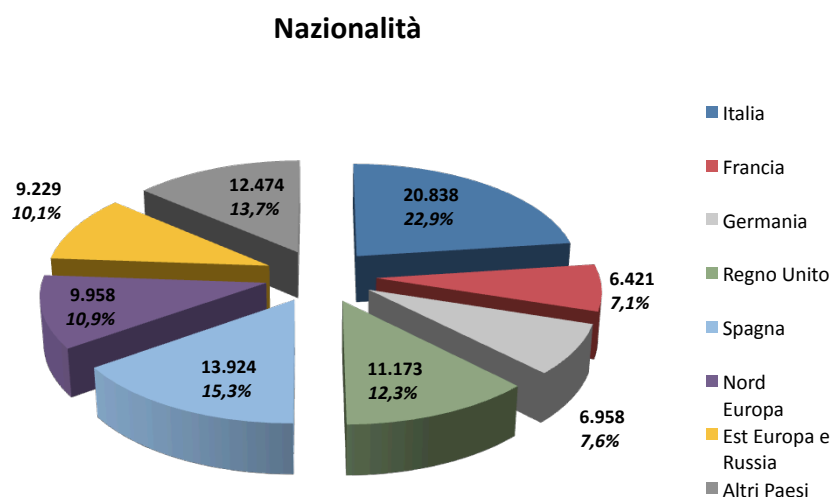
¹ L'elenco dei Paesi dell'Europa a 27 Stati è disponibile on line a questo indirizzo: http://europa.eu/about-eu/countries/index_it.htm.

maggior autonomia nel recuperare informazioni tramite altri canali – in prevalenza internet – è significativa la scarsa presenza di ultrasessantenni, *target* che potrebbe trovare a Bergamo un'offerta allettante.

Si potrebbero pertanto prevedere più servizi ed offerte dedicate alle famiglie se si volesse incrementare la presenza di questo *target*.

Per quanto concerne la provenienza, non si riscontra una netta prevalenza: la quota maggiore è rappresentata dagli italiani² (22,9%), seguita da spagnoli (15,3%) e inglesi (12,3%). Forte è la presenza di turisti dai paesi dell'Europa Settentrionale ed Orientale oltre che dai paesi vicini, come Germania e Francia.

Figura 3. Frequenze relative allo stato di provenienza. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.



Può essere utile il confronto con i dati raccolti dall'Osservatorio turistico provinciale, seppure relativi all'anno 2010³: nelle strutture ricettive della città e della provincia di Bergamo il 63,7% dei turisti erano italiani mentre il 36,3% proveniva da paesi stranieri. La situazione è diametralmente opposta considerando la nazionalità dei visitatori degli uffici cittadini, presso i quali solo il 22,9% era italiano. Estrapolando i dati relativi solo a coloro che pernottano⁴ la percentuale di italiani diminuisce ulteriormente.

Entrando nel dettaglio della nazione di provenienza, risulta possibile fare un confronto anche con i dati relativi agli arrivi all'aeroporto di Orio al Serio forniti dalla Banca d'Italia e sempre relativi all'anno 2010.

² Non sono stati considerati gli utenti locali.

³ Cfr. Osservatorio Turistico della Provincia di Bergamo, 2011. *Rapporto 2010. Analisi e monitoraggio dei fenomeni sul territorio*, pag. 23. Disponibile on line all'indirizzo <http://www.provincia.bergamo.it/provpordocs/RAPPORTO%20FINALE%20OSSERVATORIO%202010.pdf>

⁴ Si veda per confronto il paragrafo 4.1.

Tabella 5. Confronto fra i principali Paesi di provenienza dei flussi turistici. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Stranieri che pernottano Area Sistema "Città e Pianura" Anno 2010		Stranieri atterrati all'aeroporto di Orio al Serio che si fermano nella città di Bergamo ed in provincia Anno 2010		Stranieri che pernottano Il semestre 2011		Escursionisti stranieri Il semestre 2011	
Fonte dati	Osservatorio Turistico della Provincia di Bergamo		Banca d'Italia - UIC		Uffici d'Informazione di Bergamo		Uffici d'Informazione di Bergamo	
	Val. ass.	%	Val. ass.*	%	Val. ass.**	%	Val. ass.**	%
Spagna	60.931	11,1%	150	34,1%	1.449	19,9%	902	18,0%
Germania	49.952	9,1%	44	10,0%	648	8,9%	828	16,6%
Francia	42.816	7,8%	7	1,6%	653	9,0%	648	13,0%
Regno Unito	38.974	7,1%	46	10,5%	1.271	17,5%	991	19,8%
Altri	356.803	65,0%	193	43,9%	3.250	44,7%	1.634	32,7%
Totale turisti stranieri	548.927	100,1%	440	100,0%	7.271	100,0%	5.003	100,0%

Note: I dati degli Uffici d'Informazione di Bergamo si riferiscono esclusivamente ai turisti che si recano presso gli uffici cittadini.

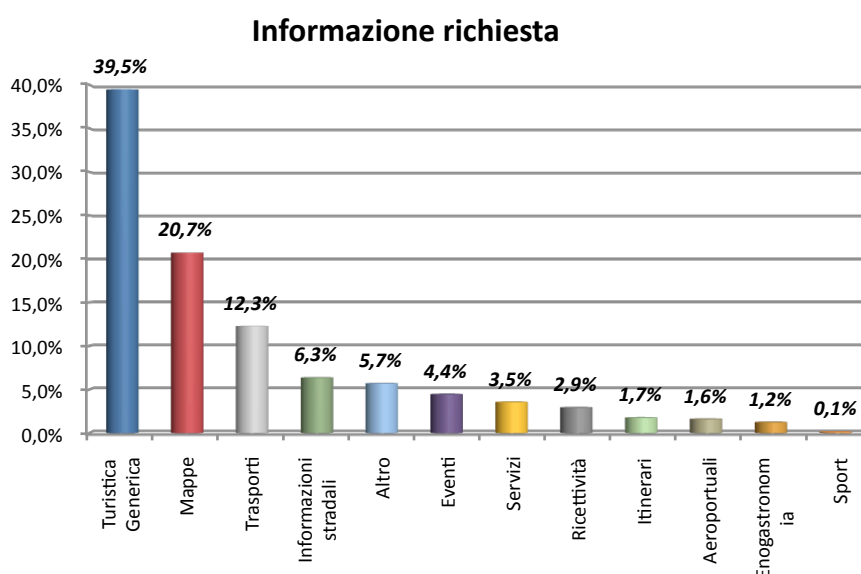
(*) i valori assoluti della Banca d'Italia - UIC si riferiscono al totale delle persone intervistate. Il campione è rappresentativo del flusso di stranieri atterrati all'aeroporto di Orio al Serio che visitano la città di Bergamo e la sua provincia.

(**) i valori assoluti si riferiscono al numero di turisti e non ai questionari compilati. Non sono stati considerati i questionari che avevano la sezione "Durata del viaggio" non compilata.

Esaminando le differenti tipologie di dati, il principale paese di provenienza dei turisti che pernottano in una struttura ricettiva risulta essere la Spagna. Forte è anche la presenza di inglesi sul territorio, mentre minore è l'importanza di tedeschi e francesi.

Analizzando la tipologia di richiesta, gli utenti chiedono principalmente informazioni turistiche sulla città e sul patrimonio culturale, storico e museale che è possibile visitare oltre a materiale informativo quale cartine e miniguide. Le altre richieste – che rappresentano tuttavia una quota minoritaria – sono informazioni sui trasporti locali (autobus e funicolari), indicazioni stradali, informazioni generiche – inserite nella voce "Altro" – e in merito ad eventi e spettacoli organizzati in città. In particolar modo, è da segnalare l'utilizzo massiccio degli uffici IAT da parte di spagnoli e inglesi.

Figura 4. Frequenze relative alla tipologia di informazione richiesta. Valori percentuali sul totale delle risposte.



Nota: Il totale delle risposte differisce dai precedenti data la possibilità di risposta multipla. L'analisi ha infatti restituito la frequenza di ogni singola voce – pesata sul valore dei turisti – e non della combinazione di queste. Inoltre non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

Abbiamo poi estrapolato i questionari che riportavano nella sezione “Informazione richiesta” la voce “Ricettività” per capire chi deve ancora fare la scelta del pernottamento una volta arrivato in città.

I turisti che hanno richiesto informazioni sulla ricettività sono stati 4.875, poco più del 5% del flusso totale di visitatori, seppure con differenze a livello di ufficio.

Concentrando invece l’attenzione solo su coloro che scelgono come meta la città di Bergamo, il numero turisti scende a 3.972 (circa il 4,4%), in modo leggero negli uffici IAT mentre in maniera più marcata negli uffici di *Turismo Bergamo*.

Vi è una naturale maggiore incidenza delle richieste fatte agli uffici di *Turismo Bergamo*, presso i quali è possibile effettuare prenotazioni.

Tabella 6. Frequenze relative all’opzione “Ricettività” - sezione “Informazione richiesta” – ripartiti per ufficio.

	IAT Città Alta		Polo turistico Città Bassa		Turismo Bergamo Aeroporto		TOTALE	
	Val. ass.	%	Val. ass.	%	Val. ass.	%	Val. ass.	%
Ricettività	731	2,5%	2.220	20,5%	1.924	7,3%	4.875	4,4%
Ricettività Solo Bergamo	711	2,4%	2.115	19,9%	1.146	4,3%	3.972	5,4%

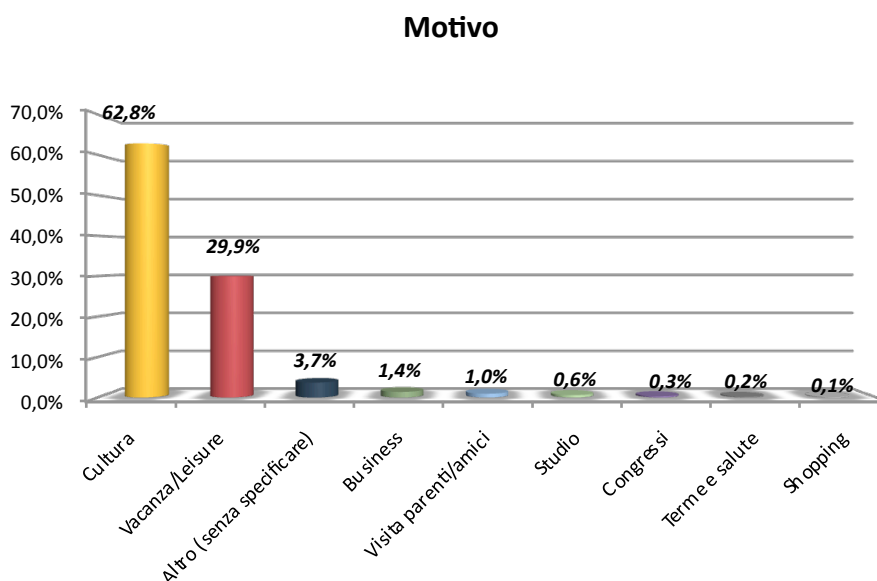
Nota: Valori calcolati sul totale delle frequenze registrate nella sezione “Informazione richiesta” per singolo ufficio e sul totale. Non sono stati conteggiati gli utenti locali.

Il dato registrato risulta essere rilevante, soprattutto alla luce dei risultati dell’indagine svolta sugli ospiti degli alberghi di Bergamo⁵: circa l’80% degli intervistati ha infatti dichiarato di aver usato Internet in occasione del viaggio a Bergamo per ricercare informazioni di varia natura. Fra le attività svolte, la principale è risultata la prenotazione dell’albergo – svolta on line dal 57,7% degli utenti Internet e dal 46,6% degli ospiti intervistati.

La motivazione principale del viaggio è la volontà di fare turismo culturale o godersi una vacanza. Ciò concorda con la principale richiesta fatta agli uffici, ossia avere informazioni sulla città e sul suo patrimonio storico, culturale e museale. Tutte le altre motivazioni rappresentano una quota minima.

⁵ Cfr. CeSTIT, 2011. *Indagine diretta sugli ospiti alberghieri della città*. Disponibile online all’indirizzo: http://dinamico1.unibg.it/turismo/notizie/Indagine_turisti_alberghieri.asp

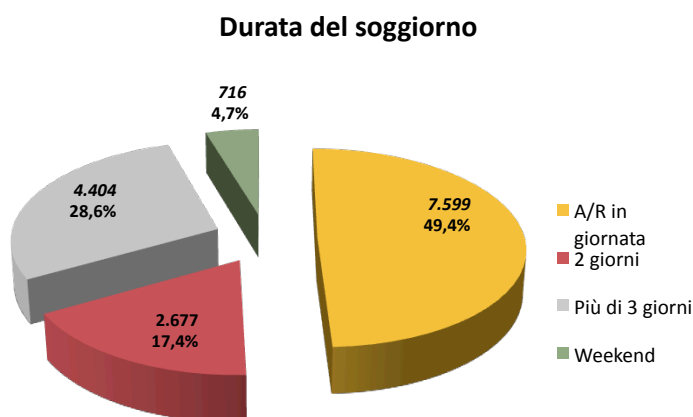
Figura 5. Frequenze relative al motivo della visita. Valori percentuali sul totale delle risposte.



Nota: Il totale delle risposte differisce dai precedenti poiché non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

Per quanto concerne la durata del soggiorno, non si riscontra una netta preferenza: le risposte sono infatti equamente suddivise fra escursione giornaliera e soggiorno di più notti – nelle sue differenti accezioni 2 giorni, più di 3 giorni e weekend. Risulterebbe interessante un confronto con la permanenza media registrata nelle strutture ricettive di Bergamo e provincia, pari a 2,16 giorni (1,85 giorni per il sistema turistico della città e della pianura) nell'anno 2010⁶. Tuttavia, viste la tipologie di risposta disponibili, questo confronto non risulta possibile.

Figura 6. Frequenze relative alla durata del soggiorno. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.



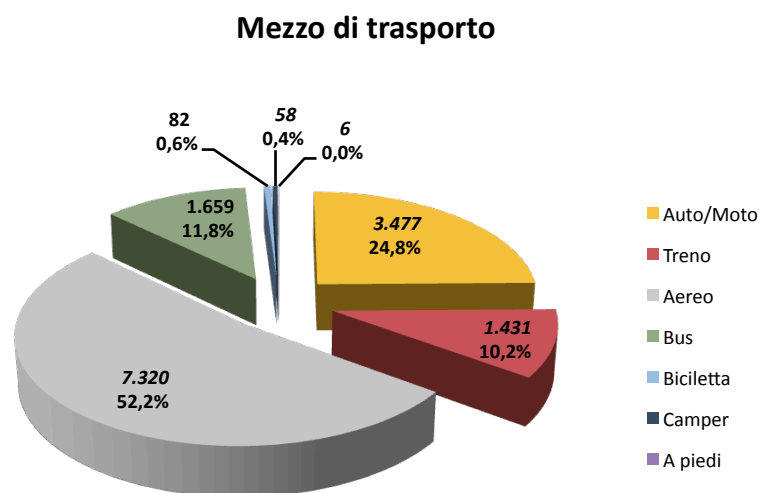
Nota: Il totale delle risposte differisce dai precedenti poiché non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

Oltre la metà dei turista si reca a Bergamo in aereo, dato che indica ulteriormente l'importanza dell'aeroporto come fattore di "attrazione" per la città. Circa un quarto utilizza il proprio mezzo privato, vista anche la facile accessibilità

⁶ Cfr. Osservatorio Turistico della Provincia di Bergamo, 2011. *Rapporto 2010. Analisi e monitoraggio dei fenomeni sul territorio*, pag. 23. Disponibile on line all'indirizzo <http://www.provincia.bergamo.it/provpordocs/RAPPORTO%20FINALE%20OSSERVATORIO%202010.pdf>.

della città. Meno diffuso è il treno e l'autobus, mentre minima è l'incidenza di altri mezzi di trasporto – quali ad esempio camper o bicicletta.

Figura 7. Frequenze relative al mezzo di trasporto. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.



Nota: Il totale delle risposte differisce dai precedenti poiché non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

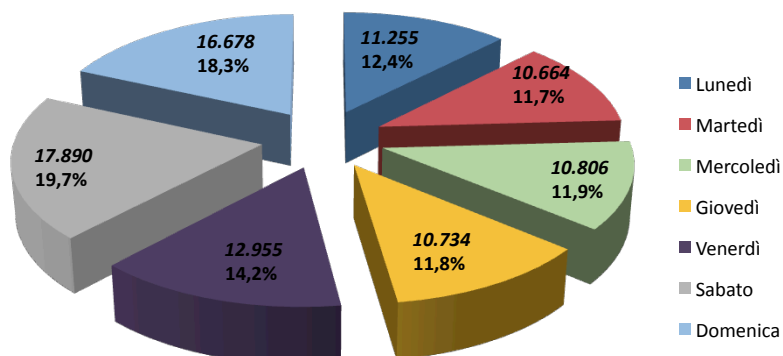
Per quanto concerne le affluenze nei vari giorni della settimana presso ciascuno degli uffici, questa analisi permette di verificare quando il turista/visitatore si reca a chiedere informazioni e quindi avere indicazioni utili per migliorare o incrementare particolari tipi di servizi.

Tabella 7. Affluenza nei giorni della settimana presso ciascuno degli uffici cittadini. Valori assoluti sul totale delle risposte in ordine decrescente in base al totale.

	IAT Città Alta	Polo turistico Città Bassa	Turismo Bergamo Aeroporto	TOTALE
Sabato	6.301	7.732	3.864	17.897
Domenica	6.518	7.147	2.989	16.654
Venerdì	3.844	4.436	4.683	12.963
Lunedì	3.310	4.390	3.555	11.255
Mercoledì	3.352	3.601	3.857	10.810
Giovedì	3.085	3.815	3.836	10.736
Martedì	3.290	3.765	3.610	10.665

Figura 8. Affluenza negli uffici cittadini nei vari giorni della settimana. Valori percentuali sul totale delle risposte.

Turisti per giorno della settimana



La tabella e il grafico soprastanti, che si riferiscono a tutti i visitatori degli uffici fatta eccezione dell'utenza locale, mostra come i giorni di maggiore affluenza siano quelli del fine settimana – venerdì, sabato e domenica. La distribuzione durante i giorni infrasettimanali sembra ripartita in modo equo, con una leggera prevalenza per la giornata di lunedì, che risulta anche essere il giorno di chiusura di tutti i musei cittadini e di molti negozi di Città Alta e della città bassa (prevalentemente al mattino). La città il lunedì non è particolarmente accogliente e questo può portare all'insoddisfazione dei turisti presenti in questo giorno.

3. LA MOTIVAZIONE

Analizziamo ora i visitatori degli uffici informazione in base alla motivazione di viaggio:

- è stato considerato visitatore *business* colui che ha indicato come motivo prevalente della visita a Bergamo “business o congressi”;
- è stato considerato visitatore *leisure* colui che ha indicato come motivo della visita “Vacanza/Leisure”, “Cultura” e “Shopping”;
- nella sezione “altri turismi” sono stati considerati coloro che hanno indicato come motivo della visita un motivo differente dai precedenti.

Evidenziamo che solo 5198 questionari (il 33%) riportava il campo “motivazioni” compilato. I dati risultano comunque significativi, dando un quadro completo del visitatore *leisure* e fornendo indicazioni da confermare tramite l’analisi del prossimo anno sulle altre tipologie di turismo..

Tabella 8. Caratteristiche principali delle tipologie di visitatore identificate in base alla motivazione. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

		Visitatore <i>leisure</i>			Visitatore <i>business</i>		
		Voce	Val. ass	%	Voce	Val. ass	%
Fascia d'età prevalente	1°	36-60	6.463	52,9%	36-60	158	67,2%
	2°	21-35	3.133	25,5%	21-35	39	16,6%
	3°	oltre 60	2.125	17,4%	oltre 60	24	10,2%
Nazionalità prevalente	1°	Italia	2.399	18,1%	Italia	86	35,4%
	2°	Spagna	2.073	15,6%	Germania	27	11,1%
	3°	Regno Unito	2.072	15,6%	Spagna	27	11,1%
Informazione maggiormente richiesta	1°	Turistica Generica	12.165	37,1%	Turistica Generica	197	30,0%
	2°	Mappe	7.578	23,1%	Mappe	114	17,4%
	3°	Trasporti	3.880	11,8%	Informazioni stradali	76	11,6%
Meta principalmente richiesta	1°	Bergamo Città	12.132	44,6%	Bergamo Città	219	45,4%
	2°	Milano	7.772	28,6%	Milano	133	27,6%
	3°	Pianura	2.055	7,6%	Pianura	54	11,2%
Durata prevalente	1°	A/R in giornata	6.077	48,7%	A/R in giornata	100	48,8%
	2°	Più di 3 giorni	3.773	30,3%	Più di 3 giorni	64	31,2%
	3°	2 giorni	2.078	16,7%	2 giorni	22	10,7%
Mezzo di trasporto prevalente	1°	Aereo	6.574	53,8%	Auto/Moto	85	45,7%
	2°	Auto/Moto	2.880	23,6%	Aereo	68	36,6%
	3°	Bus	1.510	12,3%	Treno	22	11,8%

3.1 Il visitatore business

Tabella 9. Caratteristiche principali del visitatore business. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Voce	Val. ass	%
Fascia d'età prevalente	36-60	158	67,2%
Nazionalità prevalente	Italia	86	35,4%
Informazione maggiormente richiesta	Turistica Generica	197	30,0%
Meta principalmente richiesta	Bergamo Città	219	45,4%
Durata prevalente	Più giorni	105	51,2%
Mezzo di trasporto prevalente	Auto/Moto	85	45,7%

TOTALE QUESTIONARI RACCOLTI: 125 (0,3% su totale questionari raccolti – 2,4% su totale questionari con sezione motivazione compilata).

Il visitatore *business* rappresenta una quota minima dell'utenza degli uffici cittadini: considerando solo i questionari in cui è stata compilata la voce "Motivazione", esso rappresenta l'1,4% del totale degli utenti. Ciò potrebbe significare che coloro che si recano a Bergamo o nella provincia per affari non necessitano del servizio offerto dagli uffici IAT e di *Turismo Bergamo*.

Il visitatore *business* frequenta gli uffici d'informazione, e di conseguenza la città di Bergamo, prevalentemente nei giorni infrasettimanali, in particolar modo il lunedì e il venerdì.

Tabella 10. Affluenza nei giorni della settimana presso ciascuno degli uffici cittadini. Valori assoluti sul totale delle risposte in ordine decrescente in base al totale.

	Lunedì	Venerdì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Sabato	Domenica
Val. ass.	57	56	38	32	26	21	13
%	23,5%	23,0%	15,6%	13,2%	10,7%	8,6%	5,3%

Il visitatore d'affari è prevalentemente solo o in coppia: solo una minima percentuale è rappresentato da gruppi e famiglie. In linea con quanto emerso nel profilo generale, la maggior parte di questi ha un'età compresa tra i 36 e i 60 anni. Di gran lunga inferiore è la percentuale di giovani tra i 21 e i 35 e gli ultrasessantenni che si recano a Bergamo per affari.

Vista la motivazione della visita risulta minima sia la presenza di giovani d'età inferiore ai 20 anni che di bambini (0-12 anni), valore legato alla presenza di famiglie.

Tabella 11. Frequenze relative alla composizione del nucleo e alla fascia d'età dei turisti business. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Singolo	Coppia	Gruppo	Famiglia
Val. ass.	55	43	15	9
%	45,1%	35,2%	12,3%	7,4%

	0-12	13-20	21-35	36-60	oltre 60
Val. ass.	12	2	39	158	24
%	5,1%	0,9%	16,6%	67,2%	10,2%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta "Business o Congressi" alla sezione "Motivazione". Il totale dei questionari utilizzati per il calcolo delle fasce d'età è inferiore al totale raccolto.

Per quanto concerne la provenienza, non si riscontra una netta prevalenza: la quota maggiore è rappresentata dagli italiani⁷ (35,4%), seguita da spagnoli, (11,1%), tedeschi (11,1%) e francesi (10,7%). Forte è la presenza di turisti d'affari provenienti da altri paesi.

Rispetto al profilo generale si riscontrano delle differenze: diminuisce il peso di spagnoli e, soprattutto, di inglesi – i quali visitano Bergamo e la sua provincia principalmente per godersi una vacanza – mentre aumentano francesi e tedeschi. In forte calo anche la componente proveniente dai Paesi dell'Europa Settentrionale e Orientale.

Tabella 12. Frequenze relative allo Stato di provenienza dei turisti business. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Italia	Germania	Spagna	Francia	Regno Unito	Est Europa e Russia	Nord Europa	Altri Paesi
Val. ass.	86	27	27	26	14	11	3	49
%	35,4%	11,1%	11,1%	10,7%	5,8%	4,5%	1,2%	20,2%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta “Business o Congressi” alla sezione “Motivazione”.

I turisti che si recano a Bergamo per affari chiedono principalmente informazioni turistiche sulla città e sul patrimonio culturale, storico e museale che è possibile visitare, oltre a materiale informativo quale cartine e miniguide. Le altre principali richieste sono informazioni generiche – inserite nella voce “Altro” – in merito ad eventi e spettacoli organizzati in città, informazioni stradali, sui trasporti locali (autobus e funicolari) e sui servizi cittadini (quali banche, poste, deposito bagagli, negozi, ecc).

Le richieste di informazioni relative alle strutture ricettive della città rappresentano una quota minima – solo il 2,1% sul totale; considerando che sono state effettuate solo 3 prenotazioni presso l'ufficio di *Turismo Bergamo* dell'aeroporto, il visitatore *business* predilige scegliere la struttura nella quale pernottare prima della partenza.

Per quanto concerne l'area per la quale sono state richieste informazioni, la città di Bergamo rappresenta ovviamente la area più richiesta – oltre il 45% del totale – seguita dalla città di Milano. Fra le altre mete, seppur minoritarie, si nota una certa rilevanza della pianura bergamasca – con un valore pari a circa il 12% – data la presenza di numerosi insediamenti produttivi.

Tabella 13. Frequenze relative alla tipologia di informazione richiesta e all'area richiesta dei turisti business. Valori percentuali sul totale delle risposte.

	Turistica Generica	Mappe	Informazioni stradali	Altro	Eventi	Trasporti	Servizi	Itinerari	Ricettività	Enogastronomia	Aeroportuali	Sport
Val. ass.	197	114	76	71	65	40	40	22	14	12	5	0
%	30,0%	17,4%	11,6%	10,8%	9,9%	6,1%	6,1%	3,4%	2,1%	1,8%	0,8%	0,0%

	Bergamo Città	Milano	Pianura	Laghi bergamaschi	Laghi lombardi	Valli bergamasche	Altre città lombarde	Altro
Val. ass.	219	133	54	26	18	15	10	7
%	45,4%	27,6%	11,2%	5,4%	3,7%	3,1%	2,1%	1,5%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta “Business o Congressi” alla sezione “Motivazione”. Il totale delle risposte differisce dai precedenti data la possibilità di risposta multipla. L'analisi ha infatti restituito la frequenza di ogni singola voce – pesata sul numero dei turisti – e non della combinazione di queste. Inoltre non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

Per quanto concerne la durata del soggiorno non si riscontra una netta preferenza: infatti le risposte sono suddivise fra escursione giornaliera e soggiorno di più notti – nelle sue differenti accezioni 2 giorni, più di 3 giorni e weekend – con

⁷ Non sono stati considerati gli utenti locali.

una leggera preferenza per quest'ultima tipologia.

I mezzi di trasporto maggiormente utilizzati per raggiungere la città sono, nell'ordine, il veicolo privato (auto o motocicletta) e l'aereo. Seguono, con valori nettamente inferiori, treno e autobus.

Tabella 14. Frequenze relative alla durata del soggiorno e al mezzo di trasporto utilizzato dei turisti *business*. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Più giorni (2 giorni, più di 3 giorni, weekend)	A/R in giornata
<i>Val. ass.</i>	105	100
%	51,2%	48,8%

	Auto/Moto	Aereo	Treno	Bus	Bicicletta	Camper	A piedi
<i>Val. ass.</i>	85	68	22	11	0	0	0
%	45,7%	36,6%	11,8%	5,9%	0,0%	0,0%	0,0%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta "Business" e "Congressi" alla sezione "Motivazione". Il totale delle risposte differisce dai precedenti poiché non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

3.2 Il visitatore *leisure*

Tabella 15. Caratteristiche principali del visitatore *leisure*. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Voce	Val. ass	%
Fascia d'età prevalente	36-60	6.463	52,9%
Nazionalità prevalente	Italia	2.399	18,1%
Informazione maggiormente richiesta	Turistica Generica	12.165	37,1%
Meta principalmente richiesta	Bergamo Città	12.132	44,6%
Durata prevalente	Più giorni	6.392	51,3%
Mezzo di trasporto prevalente	Aereo	6.574	53,8%

TOTALE QUESTIONARI RACCOLTI: 4.780 (12,2% su totale questionari raccolti – 92% su totale questionari con sezione motivazione compilata)

Da quanto emerge dal profilo generale, la motivazione principale per la quale si visita la città di Bergamo o le altre aree è per fare turismo culturale, godersi una vacanza e fare shopping. Il visitatore *leisure* rappresenta quindi il principale utente degli uffici cittadini. Principalmente è intenzionato a fare turismo culturale (67,6%) oppure sceglie Bergamo e la sua provincia come meta della sua vacanza (32,2%). Solo in pochi casi si reca per fare shopping (0,1%).

Tabella 16. Frequenze relative al motivo della visita dei turisti *leisure*. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Cultura	Vacanza/Leisure	Shopping
<i>Val. ass.</i>	8.978	4.278	17
%	67,6%	32,2%	0,1%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta “Vacanza/Leisure”, “Cultura” e “Shopping” alla sezione “Motivazione”.

L’andamento mensile dei flussi evidenzia dei picchi positivi nei mesi di giugno, agosto, settembre ed ottobre ed un deciso calo – rilevato anche nell’andamento generale – in novembre e dicembre.

Focalizzando poi l’attenzione sull’affluenza nei vari giorni della settimana, si nota che il visitatore *leisure* si reca maggiormente negli uffici nelle giornate del fine settimana, come risulta anche dall’analisi generale. Per quanto concerne l’affluenza nei giorni infrasettimanali, emerge una leggera prevalenza per le giornate di martedì e mercoledì.

Figura 9. Andamento mensile dei turisti *leisure* negli uffici d’informazione cittadini. Valori assoluti.



Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta “Vacanza/Leisure”, “Cultura” e “Shopping” alla sezione “Motivazione”.

Tabella 17. Affluenza nei giorni della settimana presso ciascuno degli uffici cittadini. Valori assoluti sul totale delle risposte in ordine decrescente in base al totale.

	Sabato	Domenica	Venerdì	Martedì	Mercoledì	Lunedì	Giovedì
<i>Val. ass.</i>	2.862	2.553	1.842	1.681	1.532	1.467	1.336
%	21,6%	19,2%	13,9%	12,7%	11,5%	11,1%	10,1%

Prevalentemente, il visitatore *leisure* che si reca negli uffici cittadini è in coppia, anche se è stata rilevata la presenza di numerosi gruppi, persone singole e famiglie. La maggior parte di questi ha un’età compresa fra i 36 e i 60 anni. Rilevante è anche la presenza di giovani d’età inferiore ai 35 anni e di ultrasessantenni. Assai minore è la quota dei più giovani (<20 anni) e dei bambini (0-12 anni).

Tabella 18. Frequenze relative alla composizione del nucleo e alla fascia d'età dei turisti *leisure*. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Coppia	Gruppo	Singolo	Famiglia
Val. ass.	2.382	1.011	853	433
%	50,9%	21,6%	18,2%	9,3%

	0-12	13-20	21-35	36-60	Oltre 60
Val. ass.	221	291	3.113	6.463	2.125
%	1,8%	2,4%	25,5%	52,9%	17,4%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta “Vacanza/Leisure”, “Cultura” e “Shopping” alla sezione “Motivazione”. Il totale dei questionari utilizzati per il calcolo delle fasce d'età è inferiore al totale raccolto.

Considerando la nazionalità, emerge che la componente italiana⁸ risulta essere di poco la prevalente, seguita da inglesi (15,6%) e spagnoli (15,6%). Forte è la presenza di turisti *leisure* provenienti da altri paesi, dal Nord Europa, dalla Germania e dalla Francia.

A differenza di quanto emerso dal profilo del visitatore d'affari, si riscontra una sostanziale somiglianza con i valori del profilo generale. Ciò risulta essere dovuto al maggiore peso di questa tipologia di visitatore rispetto alle altre.

Tabella 19. Frequenze relative allo stato di provenienza dei visitatori *leisure*. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Italia	Spagna	Regno Unito	Nord Europa	Germania	Francia	Est Europa e Russia	Altri Paesi
Val. ass.	2.399	2.073	2.072	1.462	1.389	1.195	1.011	1.672
%	18,1%	15,6%	15,6%	11,0%	10,5%	9,0%	7,6%	12,6%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta “Vacanza/Leisure”, “Cultura” e “Shopping” alla sezione “Motivazione”.

Il visitatore *leisure* chiede principalmente informazioni turistiche sulla città e sul patrimonio culturale, storico e museale che è possibile visitare oltre a materiale informativo quale cartine e miniguide. Le altre principali richieste, seppure rappresentino una quota minore, sono informazioni riguardanti i trasporti locali (autobus e funicolari) e generiche (inserite nella voce “Altro), informazioni sui servizi cittadini (quali banche, poste, deposito bagagli, negozi, ecc) ed in merito ad eventi e spettacoli organizzati in città.

La città di Bergamo rappresenta l'area più richiesta – circa il 45% del totale – seguita dalla città di Milano. Fra le altre mete richieste, seppur minoritarie, si nota una certa rilevanza della pianura bergamasca – con un valore pari a circa l'8% – e dei laghi, sia lombardi (Como, Lecco, Garda) che della provincia di Bergamo (Iseo e in misura minore Endine). Minore è l'interesse verso le valli bergamasche.

⁸ Non sono stati considerati gli utenti locali.

Tabella 20. Frequenze relative alla tipologia di informazione richiesta e all'area richiesta dei turisti *leisure*. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Turistica Generica	Mappe	Trasporti	Altro	Servizi	Eventi	Informazioni stradali	Itinerari	Ricettività	Enogastronomia	Aeroportuali	Sport
Val. ass.	12.165	7.578	3.880	2.616	1.603	1.241	1.123	968	753	610	219	33
%	37,1%	23,1%	11,8%	8,0%	4,9%	3,8%	3,4%	3,0%	2,3%	1,9%	0,7%	0,1%

	Bergamo Città	Milano	Pianura	Laghi lombardi	Laghi bergamaschi	Altro	Valli bergamasche	Altre città lombarde
Val. ass.	12.132	7.772	2.055	1.672	1.391	949	756	476
%	44,6%	28,6%	7,6%	6,1%	5,1%	3,5%	2,8%	1,7%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta “Vacanza/Leisure”, “Cultura” e “Shopping” alla sezione “Motivazione”. Il totale delle risposte differisce dai precedenti data la possibilità di risposta multipla. L’analisi ha infatti restituito la frequenza di ogni singola voce – pesata sul numero dei turisti – e non della combinazione di queste. Inoltre non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

Anche in questo caso non si evidenzia una chiara preferenza per quanto concerne la durata del soggiorno: infatti le risposte sono equamente suddivise fra escursione giornaliera e soggiorno di più notti – nelle sue differenti accezioni 2 giorni, più di 3 giorni e weekend – con una leggera preferenza per quest’ultima tipologia.

Il mezzo di trasporto maggiormente utilizzato per raggiungere la città da parte di questa tipologia di visitatore è l’aereo – che ha una quota percentuale pari a circa il 54%. Seguono poi, nell’ordine, il veicolo privato (auto o motocicletta), l’autobus e il treno.

Tabella 21. Frequenze relative alla durata del soggiorno e al mezzo di trasporto utilizzato dei turisti *leisure/culturale*. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Più giorni (2 giorni, più di 3 giorni, weekend)	A/R in giornata
Val. ass.	6.392	6.077
%	51,3%	48,7%

	Aereo	Auto/Moto	Bus	Treno	Camper	Bicicletta	A piedi
Val. ass.	6.574	2.880	1.510	1.175	48	37	3
%	53,8%	23,6%	12,3%	9,6%	0,4%	0,3%	0,0%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta “Vacanza/Leisure”, “Cultura” e “Shopping” alla sezione “Motivazione”. Il totale delle risposte differisce dai precedenti poiché non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

Focus: il visitatore culturale

Tabella 22. Caratteristiche principali del visitatore culturale. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Voce	Val. ass	%
Fascia d'età prevalente	36-60	4.574	55,3%
Nazionalità prevalente	Italia	1.647	18,3%
Informazione maggiormente richiesta	Turistica Generica	8.079	37,9%
Meta principalmente richiesta	Bergamo Città	8.162	43,9%
Durata prevalente	Più giorni	4.717	55,0%
Mezzo di trasporto prevalente	Aereo	4.914	58,5%

TOTALE QUESTIONARI RACCOLTI: 3.230 (8,3% su totale questionari raccolti – 62,1% su totale questionari con sezione motivazione compilata)

Da quanto emerge dal profilo del visitatore *leisure*, la motivazione principale per la quale si visita la città di Bergamo o le altre aree è per fare turismo culturale. Risulta quindi utile delineare il profilo del visitatore culturale evidenziando eventuali differenze con il profilo più generale del visitatore *leisure*.

A differenza del precedente, l'andamento mensile evidenzia un andamento più altalenante, mostrando comunque picchi positivi, sebbene più marcati, nei mesi di giugno, agosto e ottobre ed un deciso calo – rilevato anche nell'andamento generale – in novembre e dicembre.

Focalizzando poi l'attenzione sull'affluenza nei vari giorni della settimana, si nota che il visitatore culturale si reca maggiormente negli uffici nelle giornate del fine settimana, come risulta anche dall'analisi del visitatore *leisure*. Per quanto concerne l'affluenza nei giorni infrasettimanali emerge una leggera prevalenza per le giornate di martedì e mercoledì.

Figura 10. Andamento mensile dei turisti culturali negli uffici d'informazione cittadini. Valori assoluti.



Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta "Cultura" alla sezione "Motivazione".

Tabella 23. Affluenza nei giorni della settimana presso ciascuno degli uffici cittadini. Valori assoluti sul totale delle risposte in ordine decrescente in base al totale.

	Sabato	Domenica	Venerdi	Martedi	Mercoledì	Giovedì	Lunedì
Val. ass.	2.072	1.999	1.336	969	941	899	762
%	23,1%	22,3%	14,9%	10,8%	10,5%	10,0%	8,5%

Il visitatore culturale prevalentemente viaggia in coppia. Abbastanza rilevante è anche la presenza di gruppi e di persone singole, mentre minore risulta essere il peso delle famiglie. La maggior parte di questi ha un'età compresa fra i 36 e i 60 anni. Abbastanza consistente è anche la presenza di giovani d'età inferiore ai 35 anni e di ultrasessantenni. Assai minore è la quota dei più giovani (<20 anni) e dei bambini (0-12 anni).

Tabella 24. Frequenze relative alla composizione del nucleo e alla fascia d'età dei turisti culturali. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Coppia	Gruppo	Singolo	Famiglia
Val. ass.	1.604	703	622	262
%	50,3%	22,0%	19,5%	8,2%

	0-12	13-20	21-35	36-60	Oltre 60
Val. ass.	127	162	2.156	4.574	1.245
%	1,5%	2,0%	26,1%	55,3%	15,1%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta "Cultura" alla sezione "Motivazione". Il totale dei questionari utilizzati per il calcolo delle fasce d'età è inferiore al totale raccolto.

Anche per quanto concerne la provenienza, i valori registrati sono in linea con quelli del profilo del visitatore *leisure*: la componente italiana risulta essere di poco la prevalente, seguita da spagnoli (15,7%) ed inglesi (15,5%). Forte è la presenza di turisti culturali provenienti da altri paesi, dal Nord Europa, dalla Germania e dalla Francia.

Tabella 25. Frequenze relative allo stato di provenienza dei turisti culturali. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Italia	Spagna	Regno Unito	Nord Europa	Germania	Francia	Est Europa e Russia	Altri Paesi
Val. ass.	1.647	1.413	1.393	1.070	872	720	692	1.171
%	18,3%	15,7%	15,5%	11,9%	9,7%	8,0%	7,7%	13,0%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta "Cultura" alla sezione "Motivazione".

Le principali informazioni richieste riguardano le attrazioni turistiche sulla città e il suo patrimonio culturale, storico e museale, oltre alle richieste di materiale informativo, quale cartine e miniguide. Seguono, con una quota inferiore, informazioni riguardanti i trasporti locali (autobus e funicolari) e generiche (inserite nella voce "Altro"), informazioni in merito ad eventi e spettacoli organizzati in città e sui servizi cittadini (quali banche, poste, deposito bagagli, negozi, ecc).

Fra le destinazioni per le quali vengono chieste informazioni specifiche, le città di Bergamo e Milano rappresentano le mete più richieste. Tra quelle minoritarie, si nota una certa rilevanza della pianura bergamasca – con un valore pari a circa l'8% – e dei laghi, sia lombardi (Como, Lecco, Garda) che della provincia di Bergamo (Iseo e in misura minore Endine). Scarso risulta essere l'interesse verso le valli bergamasche.

Tabella 26. Frequenze relative alla tipologia di informazione richiesta e all'area richiesta dei turisti culturale. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Turistica Generica	Mappe	Trasporti	Altro	Eventi	Servizi	Informazioni stradali	Ricettività	Enogastronomia	Itinerari	Aeroportuali	Sport
Val. ass.	8.079	5.366	2.852	1.567	801	701	627	533	366	328	112	6
%	37,9%	25,1%	13,4%	7,3%	3,8%	3,3%	2,9%	2,5%	1,7%	1,5%	0,5%	0,0%

	Bergamo Città	Milano	Pianura	Laghi lombardi	Laghi bergamaschi	Altro	Valli bergamasche	Altre città lombarde
Val. ass.	8.162	5.304	1.408	1.252	966	737	452	296
%	43,9%	28,6%	7,6%	6,7%	5,2%	4,0%	2,4%	1,6%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta “Cultura” alla sezione “Motivazione”. Il totale delle risposte differisce dai precedenti data la possibilità di risposta multipla. L’analisi ha infatti restituito la frequenza di ogni singola voce – pesata sul numero dei turisti – e non della combinazione di queste. Inoltre non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

Emergono leggere differenze dall’analisi della durata del soggiorno a Bergamo e del mezzo di trasporto utilizzato per raggiungere la città. Per quanto concerne la prima, risulta evidente una preferenza, lieve ma più marcata rispetto al profilo del visitatore *leisure*, per un soggiorno di più notti – nelle sue differenti accezioni 2 giorni, più di 3 giorni e weekend – rispetto all’escursione giornaliera. Il mezzo di trasporto maggiormente utilizzato per raggiungere la città da parte di questa tipologia di visitatore è, anche in questo caso, l’aereo. Tuttavia il peso di questa tipologia di trasporto risulta essere superiore rispetto a quanto emerso dall’ analisi del visitatore *leisure*. Seguono poi, nell’ordine, il veicolo privato (auto o motocicletta), l’autobus e il treno, i quali hanno valori percentuali assai simili.

Tabella 27. Frequenze relative alla durata del soggiorno e al mezzo di trasporto utilizzato dei turisti culturali. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Più giorni (2 giorni, più di 3 giorni, weekend)	A/R in giornata
Val. ass.	4.717	3.855
%	55,0%	45,0%

	Aereo	Auto/Moto	Bus	Treno	Bicicletta	Camper	A piedi
Val. ass.	4.914	1.664	910	878	28	7	0
%	58,5%	19,8%	10,8%	10,5%	0,3%	0,1%	0,0%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta “Cultura” alla sezione “Motivazione”. Il totale delle risposte differisce dai precedenti poiché non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

Focus: il visitatore “non culturale”

Tabella 28. Caratteristiche principali del visitatore “non culturale”. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Voce	Val. ass	%
Fascia d'età prevalente	36-60	1.889	47,8%
Nazionalità prevalente	Italia	752	17,5%
Informazione maggiormente richiesta	Turistica Generica	4.086	35,7%
Meta principalmente richiesta	Bergamo Città	3.970	46,0%
Durata prevalente	A/R in giornata	2.222	57,0%
Mezzo di trasporto prevalente	Aereo	6.574	53,8%

TOTALE QUESTIONARI RACCOLTI: 1.550 (4,0 % su totale questionari raccolti – 29,8% su totale questionari con sezione motivazione compilata)

Nonostante la motivazione principale per la quale si visita la città di Bergamo o le altre aree contemplate nel questionario sia per fare turismo culturale, risulta in egual modo utile delineare il profilo del visitatore non culturale, evidenziando eventuali differenze sia con il profilo più generale del visitatore *leisure* che con quello del visitatore culturale.

La tabella sottostante mostra come la motivazione principale sia la vacanza, con una quota irrisoria di turisti che si recano per fare shopping.

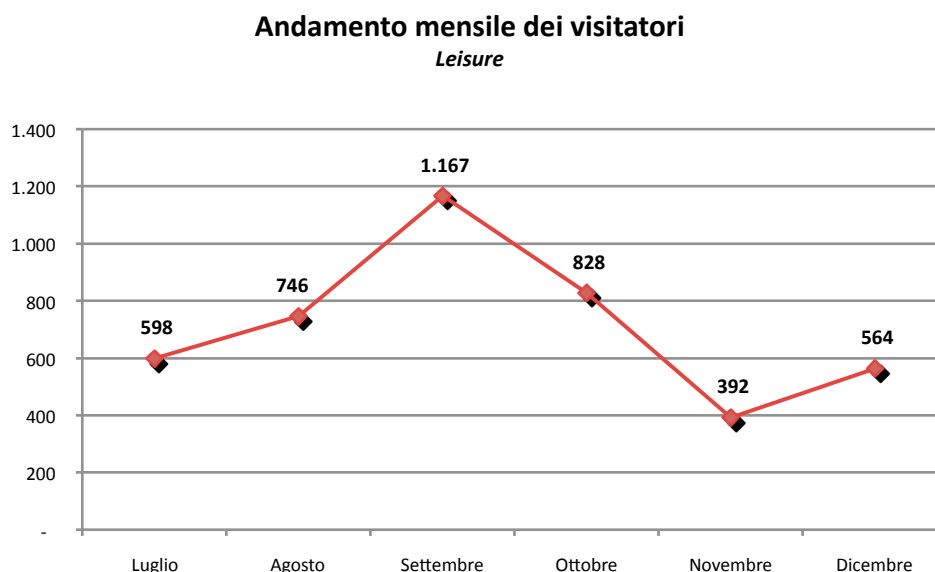
Tabella 29. Motivazioni principali del visitatore “non culturale”. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Vacanza/Leisure	Shopping
Val. ass.	4.278	17
%	99,6%	0,4%

A differenza del precedente, l’andamento mensile evidenzia un andamento caratterizzato da una punta positiva nel mese di settembre ed un deciso calo – rilevato anche nell’andamento generale – in novembre e dicembre. Vi è inoltre da aggiungere che non si è potuta analizzare l’affluenza (ed anche le altre variabili considerate) per il mese di giugno, dato che solo a partire dal mese successivo si è inserita la distinzione tra visitatore *leisure* e culturale.

Focalizzando poi l’attenzione sull’affluenza nei vari giorni della settimana, si nota che il visitatore “non culturale” si reca maggiormente negli uffici nella giornata di sabato. A differenza di quanto emerso dall’analisi del visitatore *leisure* e culturale, si riscontra un forte afflusso nelle giornate di martedì e lunedì mentre minore è l’affluenza nelle giornate di domenica e venerdì.

Figura 11. Andamento mensile dei turisti culturali negli uffici d'informazione cittadini. Valori assoluti.



Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano le risposte “Vacanza/Leisure” e “Shopping” alla sezione “Motivazione”.

Tabella 30. Affluenza nei giorni della settimana presso ciascuno degli uffici cittadini. Valori assoluti sul totale delle risposte in ordine decrescente in base al totale.

	Sabato	Martedì	Lunedì	Mercoledì	Domenica	Venerdì	Giovedì
Val. ass.	790	712	705	591	554	506	437
%	18,4%	16,6%	16,4%	13,8%	12,9%	11,8%	10,2%

Analogamente al visitatore culturale, questa tipologia di visitatore viaggia prevalentemente in coppia. Abbastanza rilevante è anche la presenza di gruppi e di persone singole, mentre minore risulta essere il peso delle famiglie. La maggior parte di questi ha un'età compresa fra i 36 e i 60 anni. Abbastanza consistente è anche la presenza di giovani d'età inferiore ai 35 anni e di ultrasessantenni. Assai minore è la quota dei più giovani (<20 anni) e dei bambini (0-12 anni).

Tabella 31. Frequenze relative alla composizione del nucleo e alla fascia d'età dei turisti “non culturali”. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Coppia	Gruppo	Singolo	Famiglia
Val. ass.	778	308	231	171
%	52,3%	20,7%	15,5%	11,5%

	0-12	13-20	21-35	36-60	oltre 60
Val. ass.	94	129	957	1.889	880
%	2,4%	3,3%	24,2%	47,8%	22,3%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano le risposte “Vacanza/Leisure” e “Shopping” alla sezione “Motivazione”. Il totale dei questionari utilizzati per il calcolo delle fasce d'età è inferiore al totale raccolto.

Anche per quanto concerne la provenienza, i valori registrati sono in linea con quelli del profilo del visitatore *leisure*: la componente italiana risulta essere di poco la prevalente, seguita da inglesi (15,8%) e spagnoli (15,4%). Forte è la

presenza di turisti provenienti da altri paesi, dalla Germania e dalla Francia.

Tabella 32. Frequenze relative allo stato di provenienza dei turisti “non culturali”. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Italia	Regno Unito	Spagna	Germania	Francia	Nord Europa	Est Europa e Russia	Altri Paesi
Val. ass.	752	679	660	517	475	392	319	501
%	17,5%	15,8%	15,4%	12,0%	11,1%	9,1%	7,4%	11,7%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano le risposte “Vacanza/Leisure” e “Shopping” alla sezione “Motivazione”.

Le principali informazioni richieste riguardano le attrazioni turistiche sulla città e il suo patrimonio culturale, storico e museale, oltre alle richieste di materiale informativo, quale cartine e miniguide. Seguono, con una quota inferiore, informazioni generiche (inserirle nella voce “Altro”), riguardanti i trasporti locali (autobus e funicolari) e sui servizi cittadini (quali banche, poste, deposito bagagli, negozi, ecc). Da notare l’elevata richiesta di informazioni sugli itinerari della città e della provincia, a differenza degli altri due profili analizzati in precedenza.

Fra le destinazioni per le quali vengono chieste informazioni specifiche, le città di Bergamo e Milano rappresentano le mete più richieste. Tra quelle minoritarie, si nota una certa rilevanza della pianura bergamasca – con un valore pari a 5,5% – e dei laghi, sia lombardi (Como, Lecco, Garda) che della provincia di Bergamo (Iseo e in misura minore Endine). Scarso risulta essere l’interesse verso le valli bergamasche.

Tabella 33. Frequenze relative alla tipologia di informazione richiesta e all’area richiesta dei turisti “non culturali.” Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Turistica Generica	Mappe	Altro	Trasporti	Servizi	Itinerari	Informazioni stradali	Eventi	Enogastronomia	Ricettività	Aeroportuali	Sport
Val. ass.	4.086	2.212	1.049	1.028	902	640	496	440	244	220	107	27
%	35,7%	19,3%	9,2%	9,0%	7,9%	5,6%	4,3%	3,8%	2,1%	1,9%	0,9%	0,2%

	Bergamo Città	Milano	Pianura	Laghi lombardi	Laghi bergamaschi	Altro	Valli bergamasche	Altre città lombarde
Val. ass.	3.970	2.468	647	425	420	304	212	180
%	46,0%	28,6%	7,5%	4,9%	4,9%	3,5%	2,5%	2,1%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano le risposte “Vacanza/Leisure” e “Shopping” alla sezione “Motivazione”. Il totale delle risposte differisce dai precedenti data la possibilità di risposta multipla. L’analisi ha infatti restituito la frequenza di ogni singola voce – pesata sul numero dei turisti – e non della combinazione di queste. Inoltre non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

Emergono differenze dall’analisi della durata del soggiorno a Bergamo e del mezzo di trasporto utilizzato per raggiungere la città. Per quanto concerne la prima, risulta evidente una preferenza verso l’escursione giornaliera anziché il soggiorno di più notti. Il mezzo di trasporto maggiormente utilizzato per raggiungere la città da parte di questa tipologia di visitatore è, anche in questo caso, l’aereo. Tuttavia il peso di questa tipologia di trasporto risulta essere minore rispetto a quanto emerso dall’analisi del visitatore *leisure* e culturale. Seguono poi, nell’ordine, il veicolo privato (auto o motocicletta), l’autobus e il treno.

Tabella 34. Frequenze relative alla durata del soggiorno e al mezzo di trasporto utilizzato dei turisti “non culturali”. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	A/R in giornata	Più giorni (2 giorni, più di 3 giorni, weekend)
<i>Val. ass.</i>	2.222	1.675
<i>%</i>	57,0%	43,0%

	Aereo	Auto/Moto	Bus	Treno	Camper	Biciletta	A piedi
<i>Val. ass.</i>	1.660	1.216	600	297	41	9	3
<i>%</i>	43,4%	31,8%	15,7%	7,8%	1,1%	0,2%	0,1%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano le risposte “Vacanza/Leisure” e “Shopping” alla sezione “Motivazione”. Il totale delle risposte differisce dai precedenti poiché non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

4. IL TURISTA E L'ESCURSIONISTA

In questa sezione analizziamo i questionari degli escursionisti giornalieri (coloro per i quali nel questionario si è indicato A/R in giornata) e dei turisti, ossia di coloro che pernottano.

I questionari utilizzati rappresentano il 14,7% del totale (5.723 su 39.037)⁹. I numeri sono comunque statisticamente significativi e quindi le analisi svolte possono essere ritenute valide.

Tabella 35. Caratteristiche principali delle tipologie di turista identificate in base alla durata del soggiorno. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

		Escursionista			Turista		
		Voce	Val. ass	%	Voce	Val. ass	%
Fascia d'età prevalente	1°	36-60	3.381	47,8%	36-60	4.111	57,4%
	2°	21-35	1.669	23,6%	21-35	2.093	29,2%
	3°	oltre 60	1.676	23,7%	oltre 60	627	8,8%
Nazionalità prevalente	1°	Italia	2.596	34,2%	Spagna	1.449	18,6%
	2°	Regno Unito	991	13,0%	Nord Europa	1.425	18,3%
	3°	Spagna	902	11,9%	Regno Unito	1.271	16,3%
Informazione maggiormente richiesta	1°	Turistica Generica	7.118	41,4%	Turistica Generica	6.894	32,5%
	2°	Mappe	4.152	24,2%	Mappe	4.654	21,9%
	3°	Altro	1.478	8,6%	Trasporti	3.391	16,0%
Meta principalmente richiesta	1°	Bergamo Città	7.099	52,5%	Bergamo Città	6.956	38,2%
	2°	Milano	4.232	31,3%	Milano	4.788	26,3%
	3°	Pianura	1.119	8,3%	Laghi lombardi	1.668	9,2%
Motivo prevalente	1°	Cultura	3.855	58,9%	Cultura	4.717	69,0%
	2°	Vacanza Leisure	2.219	33,9%	Vacanza Leisure	1.669	24,4%
	3°	Altro	294	4,5%	Altro	220	3,2%
Mezzo di trasporto prevalente	1°	Auto/Moto	2.256	34,2%	Aereo	5.227	77,6%
	2°	Aereo	1.834	27,8%	Auto/Moto	1.023	15,2%
	3°	Bus	1.415	21,4%	Treno	302	4,5%

⁹ Tuttavia è necessario fare una distinzione fra i differenti uffici: negli IAT la percentuale si attesta intorno al 19% mentre negli uffici di *Turismo Bergamo* è intorno all'1%.

4.1 Il turista

Tabella 36. Caratteristiche principali del turista. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Voce	Val. ass	%
Fascia d'età prevalente	36-60	4.111	57,4%
Nazionalità prevalente	Spagna	1.449	18,6%
Informazione maggiormente richiesta	Turistica Generica	6.894	32,5%
Meta principalmente richiesta	Bergamo Città	6.956	38,2%
Motivo prevalente	Cultura	4.717	69,0%
Mezzo di trasporto prevalente	Aereo	5.227	77,6%

TOTALE QUESTIONARI RACCOLTI: 2.912 (7,5 % su totale questionari raccolti – 50,9% su totale questionari con sezione motivazione compilata)

Analizzando i flussi mensili si registra un andamento altalenante con picchi positivi nei mesi di giugno, agosto e, in modo più marcato, ottobre. Negli ultimi due mesi dell'anno si evidenzia un forte decremento, probabilmente imputabile ad una diminuzione dei flussi turistici.

Figura 12. Andamento mensile dell'escursionista negli uffici d'informazione cittadini. Valori assoluti.



Focalizzando l'attenzione sull'affluenza presso gli uffici turistici nei giorni della settimana, fra coloro che pernottano si registra invece una netta predominanza delle giornate di sabato e domenica.

Tabella 37. Affluenza nei giorni della settimana presso ciascuno degli uffici cittadini per le differenti tipologie di turista. Valori assoluti sul totale delle risposte in ordine decrescente in base al totale.

	Sabato	Domenica	Venerdi	Giovedi	Martedi	Mercoledì	Lunedì
Val. ass.	2.144	1.858	1.016	753	718	665	646
%	27,5%	23,8%	13,0%	9,7%	9,2%	8,5%	8,3%

Il turista che pernotta rappresenta circa il 50%¹⁰ dell'utenza degli uffici cittadini. Tra coloro che entrano negli uffici per informazioni vi è una netta preferenza per soggiorni di durata superiore ai 3 giorni ed una minore predilezione per quelli di 2 soli giorni. Per coloro che pernottano sul territorio bergamasco hanno scarsa rilevanza le visite ai punti d'informazione durante i giorni del fine settimana.

Tabella 38. Frequenze relative alla durata del viaggio del turista in una struttura ricettiva. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Più di 3 giorni	2 giorni	Weekend
Val. ass.	4.407	2.677	716
%	56,5%	34,3%	9,2%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano le risposte "2 giorni", "Più di 3 giorni" e "Weekend" alla sezione "Durata del soggiorno".

Nonostante l'impossibilità di calcolare la permanenza media, risulta utile confrontare tali dati con quelli raccolti dall'Osservatorio turistico provinciale, seppure relativi all'anno 2010¹¹: nel sistema territoriale della città e della pianura si è registrata una permanenza media pari a 1,85 giorni. Entrando maggiormente nel dettaglio, questo valore risulta differente considerando la tipologia di struttura ricettiva scelta: negli alberghi i turisti si sono fermati mediamente 1,74 giorni – gli italiani 1,59 gg e gli stranieri 1,99 gg – mentre nelle strutture extra-alberghiere, quali ad esempio ostelli e Bed & Breakfast, 3,10 giorni – gli italiani 4,91 gg e gli stranieri 2,09 gg.

Dal confronto fra le analisi disponibili emerge una convergenza verso valori piuttosto bassi della permanenza, indice della tendenza del turista ad una visita di pochi giorni. Chi pernotta viaggia prevalentemente in coppia, in gruppo o da solo. Bassa è la percentuale di famiglie.

Tabella 39. Composizione del nucleo fra i turisti che chiedono informazioni presso gli uffici cittadini. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Coppia	Singolo	Gruppo	Famiglia
Val. ass.	1.516	496	585	263
%	53,0%	17,3%	20,5%	9,2%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano le risposte "2 giorni", "Più di 3 giorni" e "Weekend" alla sezione "Durata del soggiorno".

La maggior parte ha un'età compresa fra i 36 e i 60 anni. Rilevante è la presenza di giovani d'età compresa tra i 21 e i 35 anni, mentre è scarsa la presenza di ultrasessantenni, dei più giovani (<20 anni) e dei bambini (0-12 anni). Quest'ultimo dato concorda con il valore basso registrato per le famiglie.

¹⁰ Il valore è calcolato sulla base dei questionari che avevano la voce "Durata del viaggio" compilata e non sul totale dei questionari.

¹¹ Cfr. Osservatorio Turistico della Provincia di Bergamo, 2011. *Rapporto 2010. Analisi e monitoraggio dei fenomeni sul territorio*, pag. 27. Disponibile on line all'indirizzo <http://www.provincia.bergamo.it/provpordocs/RAPPORTO%20FINALE%20OSSERVATORIO%202010.pdf>.

Tabella 40. Frequenze relative alla fascia d'età del turista che pernotta in una struttura ricettiva. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte

	0-12	13-20	21-35	36-60	oltre 60
<i>Val. ass.</i>	157	177	2.093	4.111	627
<i>%</i>	2,2%	2,5%	29,2%	57,4%	8,8%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano le risposte “2 giorni”, “Più di 3 giorni” e “Weekend” alla sezione “Durata del soggiorno”. Il totale dei questionari utilizzati per il calcolo delle fasce d'età è inferiore al totale raccolto.

I turisti italiani nelle strutture ricettive della città e della pianura, in base ai dati dell'Osservatorio Turistico della Provincia di Bergamo e relativi all'anno 2010, rappresentano il 55,52% delle presenze mentre gli stranieri il 44,48%¹². Focalizzando l'attenzione sui principali paesi di provenienza, i turisti spagnoli rappresentano la quota maggiore (11,1% del totale), seguiti da tedeschi (9,1%), francesi (7,8%) e inglesi (7,1%)¹³.

Focalizzando l'attenzione su coloro che chiedono informazioni agli uffici turistici cittadini, emerge che il turista che pernotta è straniero: la componente italiana¹⁴ risulta minoritaria. Principalmente si tratta di turisti spagnoli (18,6%), del Nord Europa (18,3%) ed inglesi (16,3%). Minore è invece la componente francese e tedesca.

Tabella 41. Principali Paesi di provenienza di coloro che chiedono informazioni negli uffici d'informazione della città. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

Turisti presso gli uffici informazioni Il semestre 2011		
	Val. ass.	%
Italia	529	6,8%
Spagna	1.449	18,6%
Germania	648	8,3%
Francia	653	8,4%
Regno Unito	1.271	16,3%
Altri	3.250	41,7%
Totale turisti	7.800	100,0%

Chi pernotta chiede principalmente informazioni turistiche sulla città e sul patrimonio culturale, storico e museale che è possibile visitare oltre a materiale informativo quale cartine e miniguide. Le altre principali richieste sono informazioni riguardanti i trasporti locali (autobus e funicolari) e generiche (inserite nella voce “Altro”), informazioni sui servizi cittadini (quali banche, poste, deposito bagagli, negozi, ecc), indicazioni stradali e in merito ad eventi e spettacoli organizzati in città. È interessante notare il peso maggiore rispetto ad altri profili della voce ricettività: ciò potrebbe indicare che alcuni turisti non hanno ancora scelto la struttura ricettiva oppure verificano se vi sono alternative a quella nella quella pernottano.

Le città di Bergamo e Milano rappresentano le destinazioni più richieste mentre fra le altre mete, seppur minoritarie, si registra l'interesse per le località lacuali – lombarde e della bergamasca – che verso la pianura. Minori sono le richieste sulle valli bergamasche.

¹² Cfr. Osservatorio Turistico della Provincia di Bergamo, 2011. *Rapporto 2010. Analisi e monitoraggio dei fenomeni sul territorio*, pag. 27. Disponibile on line all'indirizzo <http://www.provincia.bergamo.it/provpordocs/RAPPORTO%20FINALE%20OSSERVATORIO%202010.pdf>.

¹³ Ivi, pag. 26.

¹⁴ Non sono stati considerati gli utenti locali.

Tabella 42. Frequenze relative alla tipologia di informazione richiesta e all'area richiesta del che pernotta in una struttura ricettiva. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Turistica Generica	Mappe	Trasporti	Altro	Servizi	Informazioni stradali	Eventi	Ricettività	Itinerari	Enogastronomia	Aeroportuali	Sport
Val. ass.	6.894	4.654	3.391	1.464	999	984	899	849	492	434	140	43
%	32,5%	21,9%	16,0%	6,9%	4,7%	4,6%	4,2%	4,0%	2,3%	2,0%	0,7%	0,2%

	Bergamo Città	Milano	Laghi lombardi	Laghi bergamaschi	Pianura	Altro	Valli bergamasche	Altre città lombarde
Val. ass.	6.956	4.788	1.668	1.357	1.328	921	781	414
%	38,2%	26,3%	9,2%	7,5%	7,3%	5,1%	4,3%	2,3%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano le risposte “2 giorni”, “Più di 3 giorni” e “Weekend” alla sezione “Durata del soggiorno”. Il totale delle risposte differisce dai precedenti data la possibilità di risposta multipla. L’analisi ha infatti restituito la frequenza di ogni singola voce – pesata sul numero dei turisti – e non della combinazione di queste. Inoltre non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

Per quanto concerne la motivazione della visita, chi chiede informazioni e pernotta predilige fare turismo culturale e *leisure* mentre assai minore è il peso degli altri motivi. Bergamo è infatti meta di turismo culturale: anche l’indagine del CeSTIT mostra come il motivo principale della vacanza sia la visita alla città.

Maggiore in questo caso è la presenza di turisti d’affari: ciò potrebbe significare che questa tipologia di turista non necessita del servizio degli uffici d’informazione turistica e preferisce reperire informazioni in altri modi (ad esempio internet).

Tabella 43. Confronto relativo alla motivazione del soggiorno fra i turisti che chiedono informazioni presso gli uffici cittadini e gli ospiti di strutture ricettive alberghiere (indagine CeSTIT – in basso) . Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Cultura	Vacanza/Leisure	Altro (senza specificare)	Business	Visita parenti/amici	Terme e salute	Congressi	Studio	Shopping
Val. ass.	4.717	1.669	220	87	87	23	18	12	6
%	69,0%	24,4%	3,2%	1,3%	1,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,1%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano le risposte “2 giorni”, “Più di 3 giorni” e “Weekend” alla sezione “Durata del soggiorno”. Il totale delle risposte differisce dai precedenti poiché non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

Indagine Cestit

	Visita alla città	Lavoro	Visita parenti/amici	Altro	Convegno Congresso	Evento specifico
Val. ass.	115	62	36	14	13	12
%	45,6%	24,6%	14,3%	5,6%	5,2%	4,8%

Principalmente questa tipologia di visitatore giunge a Bergamo in aereo – dato che è in linea sia con l’elevata percentuale di stranieri registrata che con i risultati dell’indagine del CeSTIT. Si registra anche l’utilizzo del veicolo privato (automobile o motocicletta) mentre minore è il peso del treno e dell’autobus. Sono presenti, seppure con una quota minima, anche cicloturisti e camperisti.

Tabella 44. Confronto relativo al mezzo di trasporto utilizzato fra i turisti che chiedono informazioni presso gli uffici cittadini e gli ospiti di strutture ricettive alberghiere (indagine CeSTIT) . Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Aereo	Auto/Moto	Treno	Bus	Biciletta	Camper	A piedi
Val. ass.	5.227	1.023	302	109	41	37	0
%	77,6%	15,2%	4,5%	1,6%	0,6%	0,5%	0,0%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano le risposte “2 giorni”, “Più di 3 giorni” e “Weekend” alla sezione “Durata del soggiorno”. Il totale delle risposte differisce dai precedenti poiché non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

Indagine Cestit

	Aereo	Auto	Treno	Bus	Altro
Val. ass.	143	74	28	6	3
%	56,3%	29,1%	11,0%	2,4%	1,2%

4.2 L'escursionista

Tabella 45. Caratteristiche principali dell'escursionista. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

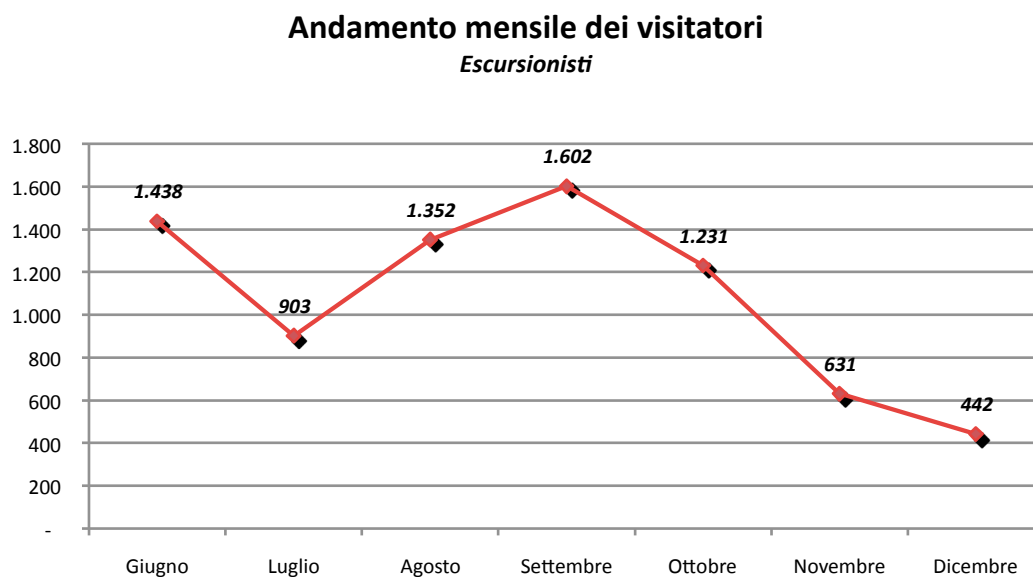
	Voce	Val. ass	%
Fascia d'età prevalente	36-60	3.381	47,8%
Nazionalità prevalente	Italia	2.596	34,2%
Informazione maggiormente richiesta	Turistica Generica	7.118	41,4%
Meta principalmente richiesta	Bergamo Città	7.099	52,5%
Motivo prevalente	Cultura	3.855	58,9%
Mezzo di trasporto prevalente	Auto/Moto	2.256	34,2%

TOTALE QUESTIONARI RACCOLTI: 2.811 (7,2% su totale questionari raccolti – 49,1% su totale questionari con sezione motivazione compilata)

L'escursionista è colui che, pur visitando un territorio, non vi pernotta.

L'andamento mensile evidenzia picchi positivi nei mesi di giugno e settembre, con punte negative a luglio e novembre e dicembre. Si evidenzia quindi una discrepanza con l'andamento evidenziato per i turisti, che fanno registrare un dato fortemente positivo per il mese di ottobre.

Figura 13. Andamento mensile dell'escursionista negli uffici d'informazione cittadini. Valori assoluti.



Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta "A/R in giornata" alla sezione "Durata del viaggio".

Focalizzando poi l'attenzione sull'affluenza nei vari giorni della settimana, sembra esserci una ripartizione equa fra tutti i giorni. Entrando maggiormente nello specifico, le giornate di mercoledì, domenica e martedì fanno registrare un'affluenza leggermente superiore rispetto alle altre.

Tabella 46. Affluenza nei giorni della settimana presso gli uffici cittadini. Valori assoluti sul totale delle risposte in ordine decrescente in base al totale.

	Mercoledì	Domenica	Martedì	Venerdì	Sabato	Lunedì	Giovedì
Val. ass.	1.251	1.194	1.178	1.155	1.052	939	830
%	16,5%	15,7%	15,5%	15,2%	13,8%	12,4%	10,9%

L'escursionista giornaliero rappresenta circa il 50%¹⁵ dell'utenza degli uffici cittadini. Viaggia prevalentemente in coppia, da solo o in gruppi. Bassa è la percentuale di famiglie. Ciò a riprova del fatto che anche per le visite in giornata le famiglie preferiscono un'offerta differente.

Principalmente ha un'età compresa tra i 36 e i 60 anni. Abbastanza rilevante è la presenza di giovani d'età compresa tra i 21 e i 35 anni e di ultrasessantenni. Minore è la quota dei più giovani (<20 anni) e dei bambini (0-12 anni), come d'altronde evidenziato dalla bassa percentuale di famiglie fra gli escursionisti.

¹⁵ Il valore è calcolato sulla base dei questionari che avevano la voce "Durata del viaggio" compilata e non sul totale dei questionari.

Tabella 47. Frequenze relative alla composizione del nucleo e alla fascia d'età dei turisti escursionisti. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Coppia	Singolo	Gruppo	Famiglia
Val. ass.	1.297	629	560	270
%	47,1%	22,8%	20,3%	9,8%

	0-12	13-20	21-35	36-60	oltre 60
Val. ass.	146	196	1.669	3.381	1.676
%	2,1%	2,8%	23,6%	47,8%	23,7%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta “A/R in giornata” alla sezione “Durata del viaggio”. Il totale dei questionari utilizzati per il calcolo delle fasce d'età è inferiore al totale raccolto.

Per quanto concerne la provenienza, la componente italiana¹⁶ risulta essere la prevalente, seguita da inglesi (13%), spagnoli (11,9%) e tedeschi (10,9%). Forte è la presenza di turisti escursionisti provenienti da altri paesi, mentre poco rilevante è la quota di coloro che vengono dall'Europa Settentrionale ed Orientale.

Tabella 48. Frequenze relative allo stato di provenienza dei turisti escursionisti. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Italia	Regno Unito	Spagna	Germania	Francia	Est Europa e Russia	Nord Europa	Altri Paesi
Val. ass.	2.596	991	902	828	648	355	259	1.020
%	34,2%	13,0%	11,9%	10,9%	8,5%	4,7%	3,4%	13,4%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta “A/R in giornata” alla sezione “Durata del viaggio”.

L'escursionista chiede principalmente informazioni turistiche sulla città e sul patrimonio culturale, storico e museale che è possibile visitare oltre a materiale informativo quale cartine e miniguide. Le altre principali richieste, seppure rappresentino una quota minore, sono informazioni generiche – inserite nella voce “Altro” – e riguardanti i trasporti locali (autobus e funicolari), informazioni sui servizi cittadini (quali banche, poste, deposito bagagli, negozi, ecc) ed in merito ad eventi e spettacoli organizzati in città. Sono infine interessati anche a specifici itinerari.

La città di Bergamo rappresenta l'area più richiesta seguita dalla città di Milano. Fra le altre mete richieste, seppur minoritarie, spicca la pianura bergamasca – con un valore pari all'8,3%. Assai minore è l'interesse per i laghi e le valli bergamasche.

Tabella 49. Frequenze relative alla tipologia di informazione richiesta e all'area richiesta dei turisti escursionisti. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Turistica Generica	Mappe	Altro	Trasporti	Servizi	Eventi	Itinerari	Informazioni stradali	Enogastronomia	Aeroportuali	Ricettività	Sport
Val. ass.	7.118	4.152	1.478	1.082	843	727	671	586	266	170	94	3
%	41,4%	24,2%	8,6%	6,3%	4,9%	4,2%	3,9%	3,4%	1,5%	1,0%	0,5%	0,0%

	Bergamo Città	Milano	Pianura	Laghi bergamaschi	Laghi lombardi	Valli bergamasche	Altre città lombarde	Altro
Val. ass.	7.099	4.232	1.119	292	240	197	169	168
%	52,5%	31,3%	8,3%	2,2%	1,8%	1,5%	1,3%	1,2%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano “A/R in giornata” alla sezione “Durata del viaggio”. Il totale delle risposte differisce dai precedenti data la possibilità di risposta multipla. L'analisi ha infatti restituito la frequenza di ogni singola voce – pesata sul numero dei turisti – e non della combinazione di queste. Inoltre non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

¹⁶ Non sono stati considerati gli utenti locali.

Per quanto concerne la motivazione della visita, l'escursionista predilige fare turismo culturale e *leisure* mentre assai minore è il peso degli altri motivi. Dall'analisi del mezzo di trasporto utilizzato non emerge una chiara preferenza: principalmente questa tipologia di visitatore si muove con il veicolo privato (automobile o motocicletta) o in aereo, anche se è rilevante l'utilizzo dell'autobus e del treno.

Tabella 50. Frequenze relative al motivo del soggiorno e al mezzo di trasporto utilizzato dei turisti escursionisti. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Cultura	Vacanza/Leisure	Altro (senza specificare)	Business	Visita parenti/amici	Studio	Congressi	Terme e salute	Shopping
Val. ass.	3.855	2.219	294	74	43	32	26	4	3
%	58,9%	33,9%	4,5%	1,1%	0,7%	0,5%	0,4%	0,1%	0,0%

	Auto/Moto	Aereo	Bus	Treno	Camper	Biciletta	A piedi
Val. ass.	2.256	1.834	1.415	1.073	13	11	3
%	34,2%	27,8%	21,4%	16,2%	0,2%	0,2%	0,0%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano "A/R in giornata" alla sezione "Durata del viaggio". Il totale delle risposte differisce dai precedenti poiché non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

5. LA PROVENIENZA

I profili di turista/visitatore considerati in questa sezione sono stati tracciati sulla base della nazionalità. Si tratta anche in questo caso di turisti/visitatori che si sono recati negli uffici d'informazione della città e, di conseguenza, non possono rappresentare in modo completo il profilo delle varie tipologie di visitatore che si ferma nella città di Bergamo qui analizzate.

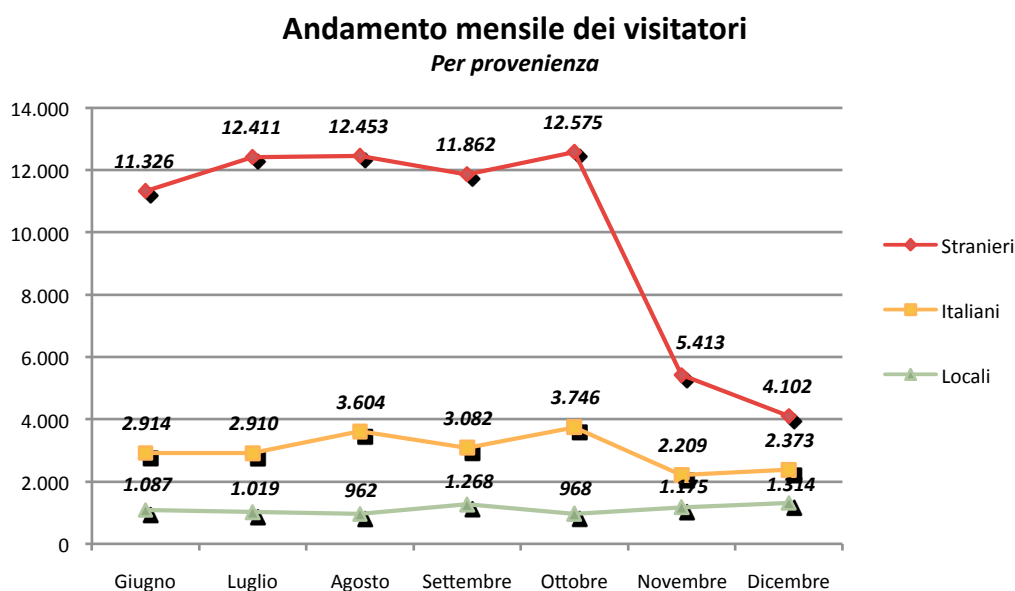
Essendo la sezione "Nazionalità" un campo obbligatorio viste le esigenze dell'Ufficio Statistico della Provincia, i dati considerati si riferiscono alla totalità delle persone che si sono recate negli uffici¹⁷. Sono stati presi in considerazione 43.966 questionari¹⁸.

Per quanto concerne la composizione dei profili, specifichiamo che l'utente locale è un residente della città o della provincia di Bergamo che si reca presso gli uffici cittadini al fine di richiedere specifiche informazioni. Nella nazionalità è stata indicata in questo caso la voce "Locali".

Nonostante i commenti voce per voce verranno presentati all'interno dei specifici paragrafi, è utile fare un primo confronto sull'andamento dei flussi in base alla provenienza. Si nota immediatamente che la maggior parte dei flussi è composta da stranieri (71%), seguita dagli italiani (21,1%) e dall'utenza locale (7,9%).

L'andamento mensile degli stranieri evidenzia un andamento pressoché costante sino ad ottobre per poi subire una netta flessione – da 12.575 a 5.413, pari a circa -57%. Più lineari sono gli afflussi di italiani e di locali nel corso del secondo semestre del 2011.

Figura 14. Andamento mensile dei flussi negli uffici d'informazione cittadini per provenienza. Valori assoluti.



Nelle tabelle sottostanti sono riportate le risposte prevalenti per ciascun profilo in modo da permettere immediatamente un confronto. A differenza dei profili precedenti, è indicativo un raffronto fra italiani, stranieri e locali solo per la fascia d'età, l'informazione richiesta e la meta: non essendo l'utente locale propriamente un turista, questa tipologia è stata

¹⁷ In questo caso sono stati inclusi i locali.

¹⁸ Nelle analisi precedenti il numero di questionari utilizzati è stato pari a 39.037, data l'esclusione degli utenti locali.

esclusa dal confronto in base alla motivazione del viaggio, alla durata del soggiorno e al mezzo di trasporto utilizzato per raggiungere Bergamo.

Tabella 51. Caratteristiche principali delle tipologie di visitatore identificate in base alla nazionalità. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

		<i>Italiani</i>			<i>Stranieri</i>			<i>Locali</i>		
		<i>Voce</i>	<i>Val. ass</i>	<i>%</i>	<i>Voce</i>	<i>Val. ass</i>	<i>%</i>	<i>Voce</i>	<i>Val. ass</i>	<i>%</i>
Fascia d'età prevalente	1°	36-60	9.072	54,0%	36-60	29.680	51,3%	36-60	3.676	52,0%
	2°	21-35	5.008	29,8%	21-35	20.430	35,3%	oltre 60	1.767	25,0%
	3°	Oltre 60	1.562	9,3%	oltre 60	5.115	8,8%	21-35	1.203	17,0%
Informazione maggiormente richiesta	1°	Turistica Generica	14.701	39,6%	Turistica Generica	51.721	39,4%	Eventi	4.633	42,4%
	2°	Mappe	7.993	21,5%	Mappe	26.868	20,5%	Turistica Generica	3.048	27,9%
	3°	Trasporti	3.415	9,2%	Trasporti	17.238	13,1%	Mappe	987	9,0%
Meta principalmente richiesta	1°	Bergamo Città	16.109	46,5%	Bergamo Città	53.159	42,4%	Bergamo Città	6.318	47,0%
	2°	Milano	12.022	34,7%	Milano	41.419	33,1%	Milano	4.311	31,1%
	3°	Pianura	3.157	9,1%	Pianura	10.621	8,5%	Pianura	1.353	10,1%

Tabella 52. Caratteristiche principali degli italiani e degli stranieri relativamente al motivo del viaggio, alla durata del soggiorno e al mezzo di trasporto utilizzato. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

		<i>Italiani</i>			<i>Stranieri</i>		
		<i>Voce</i>	<i>Val. ass</i>	<i>%</i>	<i>Voce</i>	<i>Val. ass</i>	<i>%</i>
Motivo prevalente	1°	Cultura	1.647	59,0%	Cultura	7.331	63,7%
	2°	Vacanza/Leisure	747	26,8%	Vacanza/Leisure	3.531	30,7%
	3°	Altro	200	7,2%	Altro	329	2,9%
Durata prevalente	1°	A/R in giornata	2.596	83,1%	A/R in giornata	5.003	40,8%
	2°	Più di 3 giorni	257	8,2%	Più di 3 giorni	4.147	33,8%
	3°	2 giorni	219	7,0%	2 giorni	2.458	20,0%
Mezzo di trasporto prevalente	1°	Auto/Moto	1.538	57,7%	Aereo	7.044	62,0%
	2°	Treno	504	18,9%	Auto/Moto	1.939	17,1%
	3°	Bus	325	12,2%	Bus	1.334	11,7%

5.1 Il visitatore italiano

Tabella 53. Caratteristiche principali del visitatore italiano. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

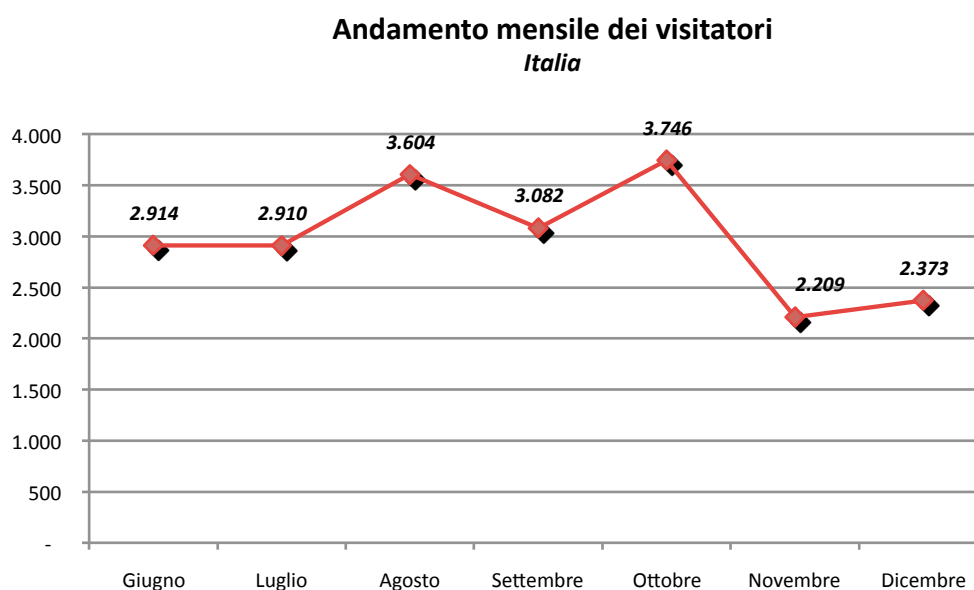
	Voce	Val. ass	%
Fascia d'età prevalente	36-60	9.072	54,0%
Informazione maggiormente richiesta	Turistica Generica	14.701	39,6%
Meta principalmente richiesta	Bergamo Città	16.109	46,5%
Motivo prevalente	Cultura	1.647	59,0%
Durata prevalente	A/R in giornata	2.596	83,1%
Mezzo di trasporto prevalente	Auto/Moto	1.538	57,7%

TOTALE QUESTIONARI RACCOLTI: 10.144 (23,1% su totale questionari raccolti¹⁹)

I visitatori italiani rappresentano il 21,1% dell'utenza degli uffici cittadini – per un totale 20.838. L'andamento mensile evidenzia due picchi positivi nei mesi di agosto e ottobre, quest'ultimo evidenziato anche nell'analisi generale. Il fatto potrebbe essere indicativo di particolari eventi e/o fiere nella città che attirano numerosi visitatori: ad esempio nel mese si sono svolti BergamoScienza, i Mercatanti e altre iniziative culturali a Bergamo.

Gli italiani sembrano prediligere Bergamo durante la stagione estiva e in autunno, mentre minore è la presenza nei mesi di novembre e dicembre.

Figura 15. Andamento mensile dei turisti Italiani negli uffici d'informazione cittadini. Valori assoluti.



I giorni dei fine settimana, soprattutto domenica e sabato, risultano essere quelli di maggiore afflusso mentre non vi è una netta preferenza fra i giorni infrasettimanali, come dimostrano le percentuali assai simili.

¹⁹ Come scritto nella nota 24, il totale dei questionari considerati è stato di 43.966. (anziché 39.037). Sono stati infatti considerati anche i locali.

Tabella 54. Affluenza nei giorni della settimana presso ciascuno degli uffici cittadini. Valori assoluti sul totale delle risposte in ordine decrescente in base al totale.

	Domenica	Sabato	Venerdi	Martedi	Lunedì	Giovedì	Mercoledì
Val. ass.	4.773	4.420	2.672	2.282	2.272	2.267	2152
%	22,9%	21,2%	12,8%	11,0%	10,9%	10,9%	10,3%

Prevalentemente il visitatore italiano è solo o in coppia: solo una minima percentuale è rappresentato da gruppi e famiglie. In linea con quanto emerso nel profilo generale, la maggior parte di questi ha un'età compresa tra i 35 e i 60 anni. Inferiore è la percentuale di giovani tra i 21 e i 35 e di ultrasessantenni.

Tabella 55. Frequenze relative alla composizione del nucleo e alla fascia d'età dei turisti italiani. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Singolo	Coppia	Gruppo	Famiglia
Val. ass.	4.630	2.986	1.060	625
%	49,8%	32,1%	11,4%	6,7%

	0-12	13-20	21-35	36-60	oltre 60
Val. ass.	475	674	5.008	9.072	1.562
%	2,8%	4,0%	29,8%	54,0%	9,3%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta "Italia" alla sezione "Nazionalità". Il totale dei questionari utilizzati per il calcolo delle fasce d'età è inferiore al totale raccolto.

Per quanto concerne il motivo del viaggio, la maggior parte viene a Bergamo per visitare il patrimonio culturale e museale della città (59%) o più in generale per godersi una vacanza (26,8%). Di gran lunga inferiore è il peso delle altre motivazioni.

Tabella 56. Frequenze relative alla motivazione del viaggio dei turisti italiani. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Cultura	Vacanza/Leisure	Altro	Business	Studio	Visita parenti/amici	Congressi	Terme e salute	Shopping
Val. ass.	1.647	747	200	56	54	41	30	10	5
%	59,0%	26,8%	7,2%	2,0%	1,9%	1,5%	1,1%	0,4%	0,2%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta "Italia" alla sezione "Nazionalità".

I visitatori italiani chiedono principalmente informazioni turistiche sulla città e sul patrimonio culturale, storico e museale che è possibile visitare oltre a materiale informativo quale cartine e miniguide. Le altre principali richieste riguardano i trasporti locali (autobus e funicolari), eventi e spettacoli organizzati in città, informazioni generiche – inserite nella voce "Altro" – e stradali.

Per quanto concerne l'area per la quale sono state richieste informazioni, la città di Bergamo rappresenta ovviamente l'area più richiesta – oltre il 46% del totale – seguita dalla città di Milano. Fra le altre mete, seppur minoritarie, si nota una certa rilevanza della pianura bergamasca – con un valore pari a circa al 9,1% – nonostante non si tratti di un'area prettamente turistica, a differenza dei laghi e delle valli della provincia.

Tabella 57. Frequenze relative alla tipologia di informazione richiesta e all'area richiesta dei turisti italiani. Valori percentuali sul totale delle risposte.

	Turistica Generica	Mappe	Trasporti	Eventi	Altro	Informazioni stradali	Servizi	Aeroportuali	Itinerari	Ricettività	Enogastronomia	Sport
Val. ass.	14.701	7.993	3.415	2.775	2.146	2.056	1.120	849	809	675	526	36
%	39,6%	21,5%	9,2%	7,5%	5,8%	5,5%	3,0%	2,3%	2,2%	1,8%	1,4%	0,1%

	Bergamo Città	Milano	Pianura	Valli bergamasche	Laghi bergamaschi	Altro	Altre città lombarde	Laghi lombardi
Val. ass.	16.109	12.022	3.157	847	720	715	710	372
%	46,5%	34,7%	9,1%	2,4%	2,1%	2,1%	2,0%	1,1%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta “Italia” alla sezione “Nazionalità”. Il totale delle risposte differisce dai precedenti data la possibilità di risposta multipla. L’analisi ha infatti restituito la frequenza di ogni singola voce – pesata sul numero dei turisti – e non della combinazione di queste. Inoltre non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

Per quanto concerne la durata del soggiorno, si riscontra una netta preferenza per l’escursione giornaliera. A possibile conferma di ciò, gli italiani preferiscono raggiungere la città con il veicolo privato (auto o motocicletta), il quale permette una maggiore libertà di movimento. Seguono, con valori nettamente inferiori, treno, autobus ed aereo.

Tabella 58. Frequenze relative alla durata del soggiorno e al mezzo di trasporto utilizzato dei turisti italiani. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	A/R in giornata	Più giorni (2 giorni, più di 3 giorni, weekend)
Val. ass.	2.596	529
%	83,1%	16,9%

	Auto/Moto	Treno	Bus	Aereo	Camper	Biciletta	A piedi
Val. ass.	1.538	504	325	276	19	3	2
%	57,7%	18,9%	12,2%	10,3%	0,7%	0,1%	0,1%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta “Italia” alla sezione “Nazionalità”. Il totale delle risposte differisce dai precedenti poiché non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

5.2 Il visitatore straniero

Tabella 59. Caratteristiche principali del visitatore straniero. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Voce	Val. ass	%
Fascia d'età prevalente	36-60	29.680	51,3%
Informazione maggiormente richiesta	Turistica Generica	51.721	39,4%
Meta principalmente richiesta	Bergamo Città	53.159	42,4%
Motivo prevalente	Cultura	7.331	63,7%
Durata prevalente	Più giorni	7.628	59,2%
Mezzo di trasporto prevalente	Aereo	7.044	62,0%

TOTALE QUESTIONARI RACCOLTI: 28.893 (65,7% su totale questionari raccolti²⁰)

Il visitatore straniero rappresenta il principale utente degli uffici d'informazione turistica cittadina. A tal fine i paragrafi successivi saranno dedicati ai principali mercati stranieri di provenienza, nello specifico Spagna, Regno Unito, Nord Europa, Est Europa, Germania e Francia. Questi rappresentano infatti le nazionalità maggiormente presenti sul nostro territorio, ma dobbiamo ricordare che negli anni si sono comunque verificati alcuni cambiamenti: ad un'utenza britannica in forte diminuzione a causa della svalutazione della sterlina rispetto all'euro e alla forte crisi che ha colpito il Regno Unito, si sono sostituiti visitatori per lo più spagnoli, visitatori con un propensione di spesa ben più bassa dei colleghi anglosassoni. Va inoltre segnalato che, come dimostrato anche dagli studi effettuati presso l'aeroporto di Orio sugli arrivi internazionali, è stato registrato un forte aumento dei turisti provenienti da altri Stati, fatto avvenuto soprattutto grazie all'apertura di nuove tratte aeree che collegano la città ai nuovi mercati emergenti.

L'andamento mensile dei flussi evidenzia dei picchi positivi nei mesi di luglio, agosto ed ottobre ed un deciso calo – rilevato anche nell'andamento generale – in novembre e dicembre, anche se con alcune differenze tra i comportamenti delle varie nazionalità. Più precisamente, analizzando i dati a nostra disposizione, si discostano dal comportamento medio i visitatori inglesi, che si concentrano massicciamente nei mesi estivi, e i visitatori tedeschi, che invece non sono attirati dal territorio bergamasco nel periodo estivo.

²⁰ Come scritto nelle note precedenti, il totale dei questionari considerati è stato di 43.966 (anziché 39.037). Sono stati infatti considerati anche i locali.

Figura 16. Andamento mensile dei turisti stranieri negli uffici d'informazione cittadini. Valori assoluti.



Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano una risposta differente da "Italia" e da "Locali" alla sezione "Nazionalità".

Focalizzando poi l'attenzione sull'affluenza nei vari giorni della settimana, si nota che il visitatore straniero si reca maggiormente negli uffici nelle giornate del fine settimana, mentre nei giorni infrasettimanali emerge una leggera prevalenza per le giornate di martedì e mercoledì.

Tabella 60. Affluenza nei giorni della settimana presso gli uffici cittadini. Valori assoluti sul totale delle risposte in ordine decrescente in base al totale.

	Sabato	Domenica	Venerdì	Lunedì	Mercoledì	Giovedì	Martedì
Val. ass.	13.477	11.881	10.291	8.983	8.658	8.469	8383
%	19,2%	16,9%	14,7%	12,8%	12,3%	12,1%	12,0%

Prevalentemente il visitatore straniero che si reca negli uffici cittadini è in coppia, anche se è stata rilevata la presenza di numerose persone singole e gruppi. Anche in questo caso poche sono le famiglie (8,3%) La maggior parte ha un'età compresa fra i 36 e i 60 anni. Rilevante è anche la presenza di giovani d'età inferiore ai 35 anni, mentre assai minore è la quota degli ultrasessantenni, dei più giovani (<20 anni) e dei bambini (0-12 anni). Come sarà esplicitato nel corso dell'analisi, quasi tutti i profili nazionali rientrano in questa descrizione, fatta eccezione per i turisti dell'Europa dell'Est che si concentrano invece nella fascia d'età 21-35 anni.

Tabella 61. Frequenze relative alla composizione del nucleo e alla fascia d'età dei turisti stranieri. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Coppia	Singolo	Gruppo	Famiglia
Val. ass.	11.678	7.957	4.735	2.209
%	43,9%	29,9%	17,8%	8,3%

	0-12	13-20	21-35	36-60	oltre 60
Val. ass.	1.086	1.546	20.430	29.680	5.115
%	1,9%	2,7%	35,3%	51,3%	8,8%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano una risposta differente da “Italia” e da “Locali” alla sezione “Nazionalità”. Il totale dei questionari utilizzati per il calcolo delle fasce d'età è inferiore al totale raccolto.

La motivazione principale per la quale si visita la città di Bergamo o le altre aree è per fare turismo culturale e godersi una vacanza. Le altre motivazioni sono minoritarie.

Tabella 62. Frequenze relative al motivo della visita dei turisti stranieri. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Cultura	Vacanza/Leisure	Altro	Business	Visita parenti/amici	Studio	Terme e salute	Congressi	Shopping
Val. ass.	7.331	3.531	329	143	96	32	14	14	12
%	63,7%	30,7%	2,9%	1,2%	0,8%	0,3%	0,1%	0,1%	0,1%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano una risposta differente da “Italia” e da “Locali” alla sezione “Nazionalità”.

Il visitatore straniero chiede principalmente informazioni turistiche sulla città e sul patrimonio culturale, storico e museale che è possibile visitare oltre a materiale informativo quale cartine e miniguide. Le altre richieste, seppure rappresentino una quota minore, sono informazioni riguardanti i trasporti locali (autobus e funicolari), indicazioni stradali e generiche (inserite nella voce “Altro), informazioni sui servizi cittadini (quali banche, poste, deposito bagagli, negozi, ecc) ed in merito ad eventi e spettacoli organizzati in città.

La città di Bergamo rappresenta ovviamente la località più richiesta – circa il 42,4% del totale – seguita dalla città di Milano (33,1%). Fra le altre mete richieste, seppur minoritarie, si nota una certa rilevanza della pianura bergamasca – con un valore pari all'8,5% – e dei laghi, sia lombardi (Como, Lecco, Garda) che della provincia di Bergamo (Iseo e in misura minore Endine). Minore è l'interesse verso le valli bergamasche.

Tabella 63. Frequenze relative alla tipologia di informazione richiesta e all'area richiesta dei turisti stranieri. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Turistica Generica	Mappe	Trasporti	Informazioni stradali	Altro	Servizi	Eventi	Ricettività	Itinerari	Aeroportuali	Enogastronomia	Sport
Val. ass.	51.721	26.868	17.238	8.616	7.413	4.813	4.676	4.205	2.121	1.811	1.504	166
%	39,4%	20,5%	13,1%	6,6%	5,7%	3,7%	3,6%	3,2%	1,6%	1,4%	1,1%	0,1%

	Bergamo Città	Milano	Pianura	Laghi lombardi	Laghi bergamaschi	Altro	Valli bergamasche	Altre città lombarde
Val. ass.	53.159	41.419	10.621	6.348	3.940	3.772	3.096	2.876
%	42,4%	33,1%	8,5%	5,1%	3,1%	3,0%	2,5%	2,3%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano una risposta differente da “Italia” e da “Locali” alla sezione “Nazionalità”. Il totale delle risposte differisce dai precedenti data la possibilità di risposta multipla. L'analisi ha infatti restituito la frequenza di ogni singola voce – pesata sul numero dei turisti – e non della combinazione di queste. Inoltre non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

A differenza del visitatore italiano in questo caso si evidenzia una leggera preferenza per un soggiorno di più notti – nelle sue differenti accezioni 2 giorni, più di 3 giorni e weekend – mentre è comunque consistente la quota di stranieri che scelgono un'escursione giornaliera.

Il mezzo di trasporto maggiormente utilizzato per raggiungere la città da parte di questa tipologia di visitatore è l'aereo – che ha una quota percentuale pari al 62%. Seguono poi, nell'ordine, il veicolo privato (auto o motocicletta), l'autobus e il treno.

Tabella 64. Frequenze relative alla durata del soggiorno e al mezzo di trasporto utilizzato dei turisti stranieri. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Più giorni (2 giorni, più di 3 giorni, weekend)	A/R in giornata
Val. ass.	7.268	5.003
%	59,2%	40,8%

	Aereo	Auto/Moto	Bus	Treno	Biciletta	Camper	A piedi
Val. ass.	7.044	1.939	1.334	927	79	39	4
%	62,0%	17,1%	11,7%	8,2%	0,7%	0,3%	0,0%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano una risposta differente da “Italia” e da “Locali” alla sezione “Nazionalità”. Il totale delle risposte differisce dai precedenti poiché non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

Il visitatore spagnolo

Tabella 65. Caratteristiche principali del visitatore. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Voce	Val. ass	%
Fascia d'età prevalente	36-60	5.963	51,3%
Informazione maggiormente richiesta	Turistica Generica	11.002	40,7%
Meta principalmente richiesta	Bergamo Città	10.684	42,7%
Motivo prevalente	Cultura	1.413	65,3%
Durata prevalente	Più giorni	1.449	61,6%
Mezzo di trasporto prevalente	Aereo	1.602	74,5%

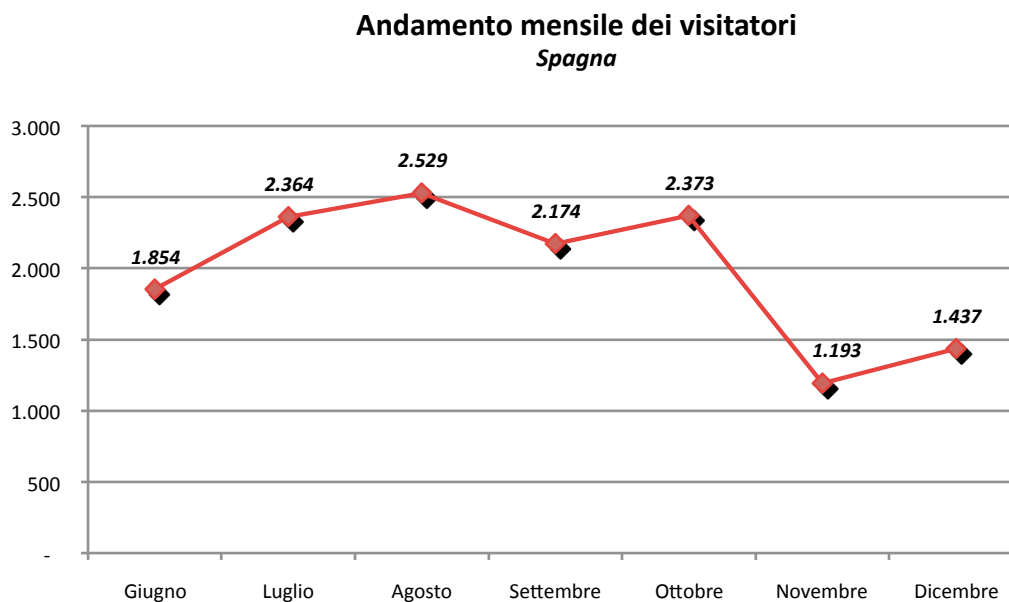
TOTALE QUESTIONARI RACCOLTI: 5.570 (12,7% su totale questionari raccolti²¹)

I turisti spagnoli che si sono recati negli uffici d'informazione cittadini nel secondo semestre del 2011 sono stati 13.924, rappresentando il principale paese straniero di provenienza – il 19,9% dei turisti stranieri infatti era spagnolo.

Analizzando i flussi mensili si registra una buona tenuta nei mesi estivi ed autunnali, con picchi positivi in agosto e ottobre, mentre un deciso decremento in novembre e dicembre.

²¹ Come scritto nelle note precedenti, il totale dei questionari considerati è stato di 43.966. (anziché 39.037). Sono stati infatti considerati anche i locali.

Figura 17. Andamento mensile dei turisti spagnoli negli uffici d'informazione cittadini. Valori assoluti.



Focalizzando infine l'attenzione sull'affluenza nei giorni della settimana, si registra una maggiore presenza nei giorni del fine settimana – sabato, domenica e venerdì – mentre in quelli infrasettimanali l'afflusso è minore e quasi equamente distribuito.

Tabella 661. Affluenza nei giorni della settimana presso gli uffici cittadini per il visitatore spagnolo. Valori assoluti sul totale delle risposte in ordine decrescente in base al totale.

	Sabato	Domenica	Venerdì	Lunedì	Martedì	Giovedì	Mercoledì
Val. ass.	3.003	2.353	2.043	1.700	1.694	1.656	1475
%	21,6%	16,9%	14,7%	12,2%	12,2%	11,9%	10,6%

Gli spagnoli viaggiano prevalentemente in coppia, da soli o in gruppo. Bassa è la percentuale di famiglie.

Tabella 67. Frequenze relative alla composizione del nucleo dei turisti spagnoli. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Coppia	Singolo	Gruppo	Famiglia
Val. ass.	2.403	1.294	1.080	408
%	46,3%	25,0%	20,8%	7,9%

La maggior parte ha un'età compresa fra i 36 e i 60 anni. Rilevante è la presenza di giovani d'età compresa tra i 21 e i 35 anni, mentre è scarsa la presenza di ultrasessantenni, dei più giovani (<20 anni) e dei bambini (0-12 anni). I valori concordano con i dati della Banca d'Italia-UIC, seppure relativi al 2010 e raccolti in base a fasce d'età differenti: l'incidenza maggiore si registra dai 35 ai 64 anni e assai consistente è la presenza di giovani. Inoltre emerge chiaramente che gli ultrasessantenni spagnoli sembrano non essere interessati a visitare la città.

Tabella 68. Confronto relativo alla fascia d'età fra i turisti spagnoli entrati negli uffici cittadini e quelli atterrati all'aeroporto di Orio al Serio e che si sono fermati a Bergamo (dati Banca d'Italia-UIC). Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte

	0-12	13-20	21-35	36-60	oltre 60
Val. ass.	192	293	4.873	5.963	311
%	1,7%	2,5%	41,9%	51,3%	2,7%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta “Spagna” alla sezione “Nazionalità”. Il totale dei questionari utilizzati per il calcolo delle fasce d'età è inferiore al totale raccolto.

Dati Banca d'Italia-UIC (anno 2010)

	15-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 e oltre
Val. ass.	35	44	39	28	4
%	23,3%	29,3%	26,0%	18,7%	2,7%

Nota: I valori assoluti si riferiscono alle persone effettivamente intervistate, rappresentative del campione di stranieri atterrati a Bergamo. Pertanto i dati maggiormente significativi e confrontabili sono le percentuali.

Gli spagnoli chiedono principalmente informazioni turistiche sulla città e sul patrimonio culturale, storico e museale che è possibile visitare oltre a materiale informativo quale cartine e miniguide. Le altre richieste riguardano i trasporti locali (autobus e funicolari), indicazioni stradali, informazioni generiche (inserite nella voce “Altro”) e in merito ad eventi e spettacoli organizzati in città. Le città di Bergamo e Milano rappresentano le destinazioni più richieste mentre fra le altre mete, seppur minoritarie, si registra l'interesse per la pianura e le località lacuali – lombarde e della bergamasca.

Tabella 69. Frequenze relative alla tipologia di informazione richiesta e all'area richiesta del visitatore spagnolo. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Turistica Generica	Mappe	Trasporti	Informazioni stradali	Altro	Eventi	Servizi	Ricettività	Itinerari	Enogastronomia	Aeroportuali	Sport
Val. ass.	11.002	5.769	3.625	1.937	1.273	788	785	640	463	361	342	21
%	40,7%	21,4%	13,4%	7,2%	4,7%	2,9%	2,9%	2,4%	1,7%	1,3%	1,3%	0,1%

	Bergamo Città	Milano	Pianura	Laghi lombardi	Laghi bergamaschi	Altro	Valli bergamasche	Altre città lombarde
Val. ass.	10.684	8.076	2.101	1.436	777	756	588	581
%	42,7%	32,3%	8,4%	5,7%	3,1%	3,0%	2,4%	2,3%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la voce “Spagna” alla sezione “Nazionalità”. Il totale delle risposte differisce dai precedenti data la possibilità di risposta multipla. L'analisi ha infatti restituito la frequenza di ogni singola voce – pesata sul numero dei turisti – e non della combinazione di queste. Inoltre non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

Per quanto concerne la motivazione della visita, risulta interessante fare un confronto diretto con i dati della Banca d'Italia-UIC: il visitatore spagnolo viene a Bergamo principalmente per vacanza, come risulta in modo evidente dalle percentuali riportate in tabella. Tuttavia sono solo questi turisti a recarsi negli uffici cittadini per richiedere informazioni, mentre gli spagnoli che vengono per altri motivi – quali ad esempio visita a parenti ed amici o lavoro – non sembrano dover ricorrere al servizio offerto negli IAT e a *Turismo Bergamo*.

Tabella 70. Confronto relativo alla motivazione del soggiorno fra i turisti che chiedono informazioni presso gli uffici cittadini e quelli atterrati all'aeroporto di Orio al Serio e che si sono fermati a Bergamo (dati Banca d'Italia-UIC) . Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Uffici d'informazione turistica		Stranieri ad Orio	
	Val. ass.	%	Val. ass.	%
<i>Vacanza/Svago</i>	2.073	95,8%	92	61,3%
<i>Shopping</i>	0	0,0%	2	1,3%
<i>Lavoro</i>	27	1,2%	10	6,7%
<i>Congresso</i>	0	0,0%	2	1,3%
<i>Visita parenti/amici</i>	12	0,6%	28	18,7%
<i>Studio/Corsi</i>	6	0,3%	7	4,7%
<i>Altro</i>	46	2,1%	9	6,0%

Nota: per rendere confrontabili i dati della Banca d'Italia-UIC con quelli degli uffici cittadini, sono state accorpate alcune voci del questionario. Nello specifico: la voce "Vacanza Svago" include "Vacanza/Leisure", "Cultura"; la voce "Altro" include "Altro" e "Terme e salute".

Il visitatore spagnolo giunge a Bergamo soprattutto in aereo, considerando i numerosi collegamenti disponibili da Orio al Serio verso le città spagnole fatte da vettori *low cost*. Per tale motivo tende a prediligere un soggiorno di più notti (61,6%) – nelle sue differenti accezioni considerate – anziché una fare una gita giornaliera. (38,4%)

Tabella 71. Frequenze relative alla durata del soggiorno e al mezzo di trasporto utilizzato dei turisti spagnoli. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Più giorni (2 giorni, più di 3 giorni, weekend)	A/R in giornata
<i>Val. ass.</i>	1.449	902
<i>%</i>	61,6%	38,4%

	Aereo	Auto/Moto	Treno	Bus	Camper	Biciletta	A piedi
<i>Val. ass.</i>	1.602	301	236	10	1	0	0
<i>%</i>	74,5%	14,0%	11,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano le risposte "2 giorni", "Più di 3 giorni" e "Weekend" alla sezione "Durata del soggiorno". Il totale delle risposte differisce dai precedenti poiché non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

Il visitatore inglese

Tabella 72. Caratteristiche principali del visitatore inglese. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Voce	Val. ass	%
Fascia d'età prevalente	36-60	4.670	51,6%
Informazione maggiormente richiesta	Turistica Generica	8.043	41,1%
Meta principalmente richiesta	Bergamo Città	8.421	41,8%
Motivo prevalente	Cultura	1.393	64,4%
Durata prevalente	Più giorni	1.271	56,2%
Mezzo di trasporto prevalente	Aereo	1.397	64,2%

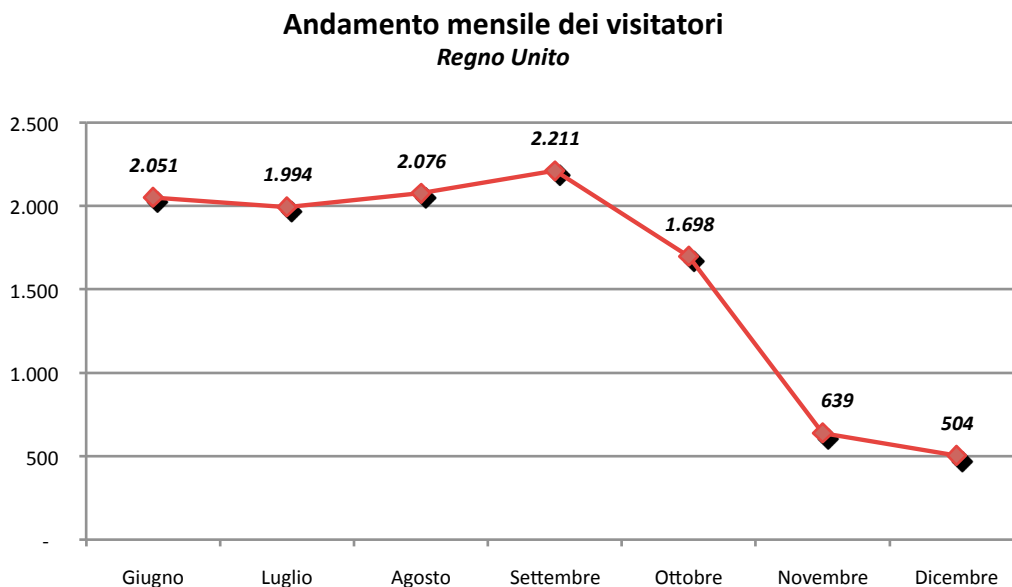
TOTALE QUESTIONARI RACCOLTI: 4.479 (10,2% su totale questionari raccolti²²)

I turisti inglesi hanno rappresentato il secondo paese straniero di provenienza, facendo registrare nel secondo semestre del 2011 11.173 presenze negli uffici cittadini, paria al 15,9% del totale degli stranieri.

Analizzando i flussi mensili si registra una maggiore affluenza nei mesi estivi sino a settembre e poi un deciso calo. L'andamento risulta quindi nettamente diverso da quello degli spagnoli e più in generale degli stranieri.

Focalizzando poi l'attenzione sull'affluenza nei vari giorni della settimana, sembra esserci una leggera preferenza per le giornate del fine settimana, mentre nei giorni infrasettimanali la distribuzione è assai simile.

Figura 18. Andamento mensile dei turisti inglesi negli uffici d'informazione cittadini. Valori assoluti.



Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta "Regno Unito" alla sezione "Nazionalità".

²² Come scritto nelle note precedenti, il totale dei questionari considerati è stato di 43.966. (anziché 39.037). Sono stati infatti considerati anche i locali.

Tabella 73. Affluenza nei giorni della settimana presso gli uffici cittadini dei turisti inglesi. Valori assoluti sul totale delle risposte in ordine decrescente in base al totale.

	Sabato	Domenica	Venerdi	Mercoledì	Lunedì	Giovedì	Martedì
Val. ass.	2.100	1.871	1.746	1.419	1.415	1.353	1269
%	18,8%	16,7%	15,6%	12,7%	12,7%	12,1%	11,4%

Gli inglesi viaggiano principalmente da soli o in coppia: bassa è infatti la presenza di gruppi o famiglie che richiedono informazioni presso gli uffici cittadini d'informazione turistica.

Tabella 74. Frequenze relative alla composizione del nucleo dei turisti inglesi. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Coppia	Singolo	Gruppo	Famiglia
Val. ass.	1.832	1.367	681	256
%	44,3%	33,1%	16,5%	6,2%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta "Regno Unito" alla sezione "Nazionalità".

La maggior parte ha un'età compresa tra i 36 e i 60 anni (oltre il 50% del totale). Importante è la presenza di giovani con meno di 35 anni e di ultrasessantenni. Minima è l'incidenza di ragazzi e bambini, a riprova del fatto che alle famiglie inglesi non sembra interessare la città di Bergamo.

Tuttavia questi valori non risultano essere perfettamente allineati con quelli degli inglesi atterrati ad Orio nel 2010 e rimasti a Bergamo: minima è la quota degli ultrasessantacinquenni (2,2%) mentre è rilevante la presenza di ragazzi fra i 15 e i 24 anni. Ciò potrebbe significare che i più giovani tendono a ricercare informazioni sulla città prima del viaggio attraverso altri canali, *in primis* Internet.

Sul nostro territorio, dal 2008 a oggi si è registrato un incremento degli arrivi di Spagnoli, a cui ha però corrisposto una diminuzione di Inglese. Le conseguenze si sono fatte sentire soprattutto sulla spesa media giornaliera complessiva: gli Spagnoli infatti hanno una propensione alla spesa ben più limitata dei Britannici. La motivazione di questo calo è soprattutto la crisi economica che ha depresso l'economia del Regno Unito, in concomitanza con una perdita di valore della sterlina rispetto all'euro che ha reso poco appetibili le vacanze nel continente in generale. Per l'ETC, l'Italia ha complessivamente perso il 15% delle presenze britanniche tra il 2008 e il 2010.

Tabella 75. Confronto relativo alla fascia d'età fra i turisti inglesi entrati negli uffici cittadini e quelli atterrati all'aeroporto di Orio al Serio e che si sono fermati a Bergamo (dati Banca d'Italia-UIC). Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte

	0-12	13-20	21-35	36-60	Oltre 60
Val. ass.	131	169	2.472	4.670	1.603
%	1,4%	1,9%	27,3%	51,6%	17,7%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta "Regno Unito" alla sezione "Nazionalità". Il totale dei questionari utilizzati per il calcolo delle fasce d'età è inferiore al totale raccolto.

Dati Banca d'Italia-UIC (anno 2010)

	15-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 e oltre
Val. ass.	8	15	11	11	1
%	17,4%	32,6%	23,9%	23,9%	2,2%

Nota: I valori assoluti si riferiscono alle persone effettivamente intervistate, rappresentative del campione di stranieri atterrati a Bergamo. Pertanto i dati maggiormente significativi e confrontabili sono le percentuali.

Anche il visitatore inglese chiede principalmente informazioni turistiche sulla città e sul patrimonio culturale, storico e museale che è possibile visitare oltre a materiale informativo quale cartine e miniguide. Le altre richieste, seppure rappresentino una quota minore, sono riguardanti i trasporti locali (autobus e funicolari) e di natura generica (inserite nella voce “Altro”), indicazioni stradali e informazioni sui servizi cittadini (quali banche, poste, deposito bagagli, negozi, ecc) ed in merito ad eventi e spettacoli organizzati in città.

Le città di Bergamo e Milano sono le mete più richieste, seguite dalla pianura e dai laghi lombardi (Como, Maggiore, Garda).

Tabella 76. Frequenze relative alla tipologia di informazione richiesta e all'area richiesta dei turisti inglesi. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Turistica Generica	Mappe	Trasporti	Altro	Informazioni stradali	Servizi	Eventi	Ricettività	Aeroportuali	Itinerari	Enogastronomia	Sport
Val. ass.	8.043	4.244	2.521	1.296	950	727	634	402	302	255	172	25
%	41,1%	21,7%	12,9%	6,6%	4,9%	3,7%	3,2%	2,1%	1,5%	1,3%	0,9%	0,1%

	Bergamo Città	Milano	Pianura	Laghi lombardi	Altro	Laghi bergamaschi	Altre città lombarde	Valli bergamasche
Val. ass.	8.421	6.712	1.581	1.272	623	617	476	439
%	41,8%	33,3%	7,8%	6,3%	3,1%	3,1%	2,4%	2,2%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la voce “Regno Unito” alla sezione “Nazionalità”. Il totale delle risposte differisce dai precedenti data la possibilità di risposta multipla. L'analisi ha infatti restituito la frequenza di ogni singola voce – pesata sul numero dei turisti – e non della combinazione di queste. Inoltre non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

Per quanto concerne la motivazione della visita, risulta anche in questo caso interessante fare un confronto diretto con i dati della Banca d'Italia-UIC: il visitatore inglese viene a Bergamo principalmente per vacanza, come risulta in modo evidente dalle percentuali riportate in tabella. Tuttavia sono solo questi turisti a recarsi negli uffici cittadini per richiedere informazioni, mentre gli inglesi che vengono per altri motivi – quali ad esempio visita a parenti ed amici o lavoro – non sembrano dover ricorrere al servizio offerto negli IAT e a *Turismo Bergamo*.

Tabella 77. Confronto relativo alla motivazione del soggiorno fra i turisti che chiedono informazioni presso gli uffici cittadini e quelli atterrati all'aeroporto di Orio al Serio e che si sono fermati a Bergamo (dati Banca d'Italia-UIC). Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Uffici d'informazione turistica		Stranieri ad Orio	
	Val. ass.	%	Val. ass.	%
<i>Vacanza/Svago</i>	2.071	95,7%	26	56,5%
<i>Shopping</i>	1	0,0%	2	4,3%
<i>Lavoro</i>	14	0,6%	4	8,7%
<i>Congresso</i>	0	0,0%	0	0,0%
<i>Visita parenti/amici</i>	3	0,1%	8	17,4%
<i>Studio/Corsi</i>	2	0,1%	5	10,9%
<i>Altro</i>	73	3,4%	1	2,2%

Nota: per rendere confrontabili i dati della Banca d'Italia-UIC con quelli degli uffici cittadini, sono state accorpate alcune voci del questionario. Nello specifico: la voce “Vacanza Svago” include “Vacanza/Leisure”, “Cultura”; la voce “Altro” include “Altro” e “Terme e salute”.

Grazie ai numerosi collegamenti da/a l'aeroporto di Orio al Serio, gli inglesi arrivano a Bergamo principalmente in aereo (circa il 65%). Per quanto concerne la durata del viaggio, si registra una propensione per un soggiorno “lungo” – tendenzialmente di 3 o più giorni – mentre minore è l'interesse verso escursioni giornaliere.

Tabella 78. Frequenze relative alla durata del soggiorno e al mezzo di trasporto utilizzato dei turisti inglesi. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Più giorni (2 giorni, più di 3 giorni, weekend)	A/R in giornata
Val. ass.	1.271	991
%	56,2%	43,8%

	Aereo	Bus	Auto/Moto	Treno	Biciletta	Camper	A piedi
Val. ass.	1.397	477	165	129	8	0	0
%	64,2%	21,9%	7,6%	5,9%	0,4%	0,0%	0,0%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la voce “Regno Unito” alla sezione “Nazionalità”. Non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

Il visitatore del Nord Europa

Tabella 79. Caratteristiche principali del visitatore del Nord Europa. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Voce	Val. ass	%
Fascia d'età prevalente	36-60	4.712	57,6%
Informazione maggiormente richiesta	Turistica Generica	7.053	37,3%
Meta principalmente richiesta	Bergamo Città	7.214	39,7%
Motivo prevalente	Cultura	1.070	70,1%
Durata prevalente	Più giorni	1.425	84,6%
Mezzo di trasporto prevalente	Aereo	1.325	88,4%

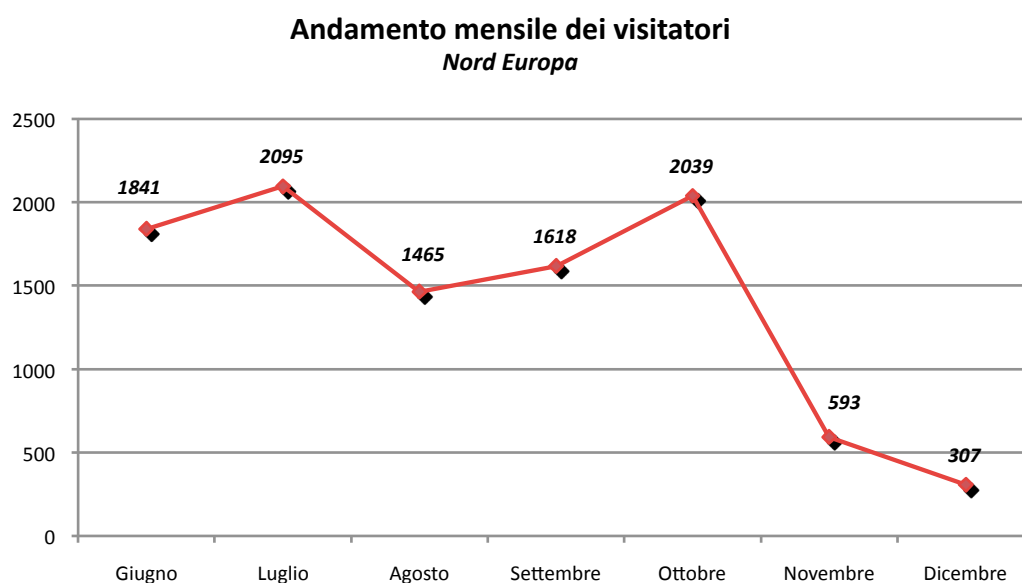
TOTALE QUESTIONARI RACCOLTI: 3.857 (8,8% su totale questionari raccolti²³)

I Paesi del Nord Europa – Danimarca, Svezia, Norvegia e Finlandia – rappresentano il terzo bacino d’utenza straniera principale: da giugno a dicembre 2011 sono state 9.958 le presenze negli uffici cittadini, paria al 14,2% del totale degli stranieri.

Analizzando i flussi mensili si registra un andamento più altalenante rispetto ad inglesi e spagnoli: vi sono picchi positivi durante i mesi di luglio e ottobre, probabilmente in coincidenza delle ferie e/o di particolari offerte delle compagnie aeree, ed un deciso calo nei mesi invernali.

²³ Come scritto nelle note precedenti, il totale dei questionari considerati è stato di 43.966. (anziché 39.037). Sono stati infatti considerati anche i locali.

Figura 19. Andamento mensile dei turisti del Nord Europa negli uffici d'informazione cittadini. Valori assoluti.



Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta "Nord Europa" alla sezione "Nazionalità".

Focalizzando poi l'attenzione sull'affluenza nei vari giorni della settimana, sembra esserci anche in questo caso una preferenza per le giornate del fine settimana, mentre nei giorni infrasettimanali la distribuzione è assai simile.

Tabella 80. Affluenza nei giorni della settimana presso ciascuno degli uffici cittadini dei turisti del Nord Europa. Valori assoluti sul totale delle risposte in ordine decrescente in base al totale.

	Sabato	Domenica	Venerdì	Lunedì	Giovedì	Mercoledì	Martedì
Val. ass.	2.007	1.708	1.549	1.287	1.169	1.159	1.079
%	20,2%	17,2%	15,6%	12,9%	11,7%	11,6%	10,8%

I turisti del Nord Europa viaggiano prevalentemente in coppia. Rilevante è la presenza di persone singole, coppie ed anche di famiglie, a differenza di quanto emerso dall'analisi delle altre nazionalità.

Tabella 81. Frequenze relative alla composizione del nucleo dei turisti del Nord Europa. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Coppia	Singolo	Gruppo	Famiglia
Val. ass.	1.627	809	709	414
%	45,7%	22,7%	19,9%	11,6%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta "Nord Europa" alla sezione "Nazionalità".

La maggior parte ha un'età compresa tra i 36 e i 60 anni (oltre il 50% del totale) o meno di 35 anni (30,3%). L'incidenza di ragazzi e bambini è abbastanza significativa rispetto a quanto rilevato per le altre nazionalità, a conferma dell'attrattiva della città di Bergamo per le famiglie del Nord Europa.

Tuttavia questi valori non risultano essere perfettamente allineati con quelli dei turisti provenienti dai Paesi del Nord Europa atterrati ad Orio nel 2010 che decidono di visitare Bergamo: minima è la quota degli ultrasessantacinquenni (2,2%) mentre è rilevante la presenza di ragazzi fra i 15 e i 24 anni. Ciò potrebbe significare che i più giovani tendono a ricercare informazioni sulla città prima del viaggio attraverso altri canali, *in primis* Internet.

Tabella 82. Confronto relativo alla fascia d'età fra i turisti del Nord Europa entrati negli uffici cittadini e quelli atterrati all'aeroporto di Orio al Serio e che si sono fermati a Bergamo (dati Banca d'Italia-UIC). Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte

	0-12	13-20	21-35	36-60	Oltre 60
Val. ass.	254	240	2.477	4.712	503
%	3,1%	2,9%	30,3%	57,6%	6,1%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta “Nord Europa” alla sezione “Nazionalità”. Il totale dei questionari utilizzati per il calcolo delle fasce d'età è inferiore al totale raccolto.

Dati Banca d'Italia-UIC (anno 2010)

	15-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 e oltre
Val. ass.	11	14	11	17	2
%	20,0%	25,5%	20,0%	30,9%	3,6%

Nota: I valori assoluti si riferiscono alle persone effettivamente intervistate, rappresentative del campione di stranieri atterrati a Bergamo. Pertanto i dati maggiormente significativi e confrontabili sono le percentuali.

Principalmente vengono richieste informazioni turistiche sulla città e sul patrimonio culturale, storico e museale che è possibile visitare oltre a materiale informativo quale cartine e miniguide. Le altre richieste riguardano i trasporti locali (autobus e funicolari), indicazioni stradali, informazioni di natura generica (inserite nella voce “Altro”) e sulla ricettività della città.

Bergamo e Milano sono le mete più richieste, seguite dalla pianura e dai laghi, sia lombardi (Como, Maggiore, Garda) che bergamaschi (Iseo ed Endine).

Tabella 83. Frequenze relative alla tipologia di informazione richiesta e all'area richiesta dei turisti del Nord Europa. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Turistica Generica	Mappe	Trasporti	Informazioni stradali	Altro	Ricettività	Servizi	Eventi	Itinerari	Aeroportuali	Enogastronomia	Sport
Val. ass.	7.053	3.762	2.947	1.388	864	836	750	644	225	214	190	32
%	37,3%	19,9%	15,6%	7,3%	4,6%	4,4%	4,0%	3,4%	1,2%	1,1%	1,0%	0,2%

	Bergamo Città	Milano	Pianura	Laghi lombardi	Laghi bergamaschi	Altro	Altre città lombarde	Valli bergamasche
Val. ass.	7.214	5.841	1.467	1.430	736	604	452	445
%	39,7%	32,1%	8,1%	7,9%	4,0%	3,3%	2,5%	2,4%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la voce “Nord Europa” alla sezione “Nazionalità”. Il totale delle risposte differisce dai precedenti data la possibilità di risposta multipla. L'analisi ha infatti restituito la frequenza di ogni singola voce – pesata sul numero dei turisti – e non della combinazione di queste. Inoltre non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

Il visitatore del Nord Europa viene a Bergamo principalmente per vacanza, come risulta in modo evidente dalle percentuali riportate in tabella. Tuttavia sono solo questi turisti a recarsi negli uffici cittadini per richiedere informazioni, mentre gli altri che vengono per altri motivi – quali ad esempio visita a parenti ed amici o lavoro – non sembrano dover ricorrere al servizio offerto negli IAT e a *Turismo Bergamo*.

Tabella 84. Confronto relativo alla motivazione del soggiorno fra i turisti che chiedono informazioni presso gli uffici cittadini e quelli atterrati all'aeroporto di Orio al Serio e che si sono fermati a Bergamo (dati Banca d'Italia-UIC) . Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Uffici d'informazione turistica		Stranieri ad Orio	
	Val. ass.	%	Val. ass.	%
<i>Vacanza/Svago</i>	1.462	95,8%	38	69,1%
<i>Shopping</i>	0	0,0%	0	0,0%
<i>Lavoro</i>	3	0,2%	5	9,1%
<i>Congresso</i>	0	0,0%	2	3,6%
<i>Visita parenti/amici</i>	0	0,0%	7	12,7%
<i>Studio/Corsi</i>	0	0,0%	1	1,8%
<i>Altro</i>	61	4,0%	2	3,6%

Nota: per rendere confrontabili i dati della Banca d'Italia-UIC con quelli degli uffici cittadini, sono state accorpate alcune voci del questionario. Nello specifico: la voce "Vacanza Svago" include "Vacanza/Leisure", "Cultura"; la voce "Altro" include "Altro" e "Terme e salute".

L'aeroporto di Orio al Serio si conferma un fattore di "attrazione" per questi turisti, grazie ai numerosi collegamenti e ai prezzi bassi praticati in alcuni periodi dell'anno dalle compagnie aeree. A conferma di ciò, l'88,4% dei turisti del Nord Europa che si reca negli uffici cittadini giunge a Bergamo in aereo. Per quanto concerne la durata del viaggio, si registra una netta propensione per un soggiorno "lungo" – tendenzialmente di 3 o più giorni – mentre minore è l'interesse verso escursioni giornaliere.

Tabella 85. Frequenze relative alla durata del soggiorno e al mezzo di trasporto utilizzato dei turisti del Nord Europa. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Più giorni (2 giorni, più di 3 giorni, weekend)		A/R in giornata						
	Val. ass.	%	Aereo	Auto/Moto	Treno	Biciletta	Bus	Camper	A piedi
	1.425	84,6%	1.325	85	68	12	9	0	0
			88,4%	5,7%	4,5%	0,8%	0,6%	0,0%	0,0%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la voce "Nord Europa" alla sezione "Nazionalità". Non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

Il visitatore dell'Est Europa

Tabella 86. Caratteristiche principali del visitatore dell'Est Europa. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

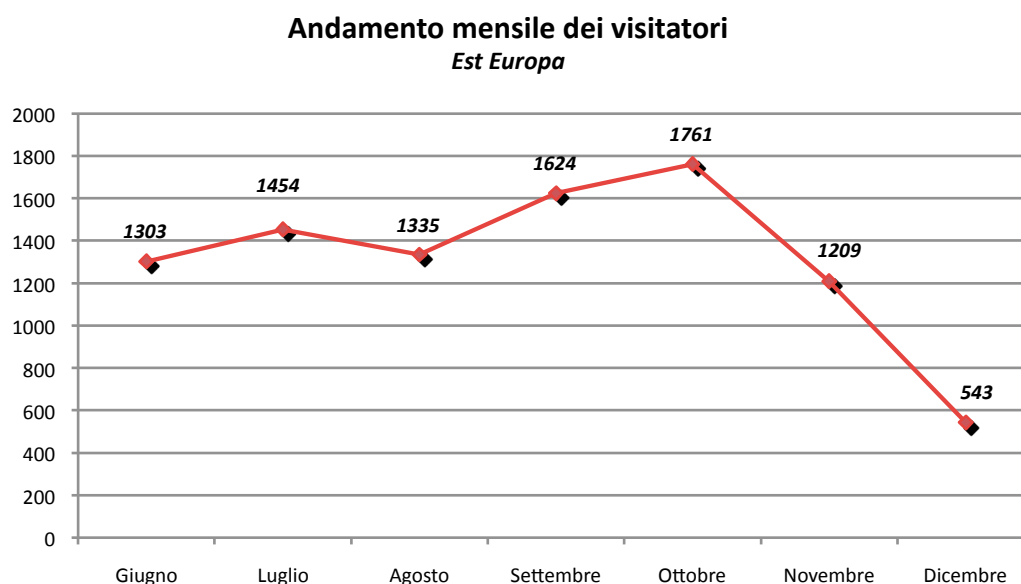
	Voce	Val. ass	%
Fascia d'età prevalente	21-35	3.882	50,4%
Informazione maggiormente richiesta	Turistica Generica	6.255	35,3%
Meta principalmente richiesta	Bergamo Città	6.773	41,8%
Motivo prevalente	Cultura	692	65,3%
Durata prevalente	Più giorni	801	69,3%
Mezzo di trasporto prevalente	Aereo	834	81,0%

TOTALE QUESTIONARI RACCOLTI: 4.161 (9,5% su totale questionari raccolti²⁴)

I Paesi dell'Est Europa – Paesi dell'ex-URSS, Romania, Repubblica Ceca, Repubblica Slovacca, Ungheria, Paesi dell'ex Jugoslavia e Polonia – rappresentano il quarto bacino d'utenza straniera principale: da giugno a dicembre 2011 sono state 9.229 le presenze negli uffici cittadini, paria al 13,2% del totale degli stranieri.

Analizzando i flussi mensili si registra un andamento con una maggiore presenza nei mesi estivi ed autunnali: come in altri casi vi è un picco positivo durante il mese ottobre, probabilmente in coincidenza delle ferie e/o di particolari offerte delle compagnie aeree, ed un deciso calo nei mesi invernali.

Figura 20. Andamento mensile dei turisti dell'Est Europa negli uffici d'informazione cittadini. Valori assoluti.



Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta "Nord Europa" alla sezione "Nazionalità".

²⁴ Come scritto nelle note precedenti, il totale dei questionari considerati è stato di 43.966. (anziché 39.037). Sono stati infatti considerati anche i locali.

Focalizzando poi l'attenzione sull'affluenza nei vari giorni della settimana, sembra esserci anche in questo caso una preferenza per le giornate del fine settimana (in particolar modo domenica e sabato), mentre nei giorni infrasettimanali la distribuzione è assai simile.

Tabella 87. Affluenza nei giorni della settimana presso ciascuno degli uffici cittadini dei turisti dell'Est Europa. Valori assoluti sul totale delle risposte in ordine decrescente in base al totale.

	Domenica	Sabato	Venerdì	Lunedì	Mercoledì	Giovedì	Martedì
Val. ass.	1.683	1.541	1.349	1.240	1.194	1.112	1110
%	18,2%	16,7%	14,6%	13,4%	12,9%	12,0%	12,0%

Questi turisti viaggiano prevalentemente in coppia o da soli. Rilevante è la presenza di gruppi, mentre minima è l'incidenza delle famiglie.

Tabella 88. Frequenze relative alla composizione del nucleo dei turisti dell'Est Europa. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Coppia	Singolo	Gruppo	Famiglia
Val. ass.	1.605	1.313	639	296
%	41,7%	34,1%	16,6%	7,7%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta "Est Europa" alla sezione "Nazionalità".

A differenza degli altri Paesi, l'utenza ha un'età media molto più giovane: la fascia d'età prevalente è quella dai 21 ai 35 anni (50,4%), confermata anche dai dati della Banca d'Italia-UIC. Ciò potrebbe significare che i più giovani preferiscono ricercare *in loco* informazioni sulla città magari, legata anche ad una minore diffusione di Internet in questi Paesi.

Le persone d'età compresa tra i 36 e i 60 anni rappresentano la seconda fascia per importanza (42,6%), seguite a distanza dagli ultrasessantenni. Minima è l'incidenza dai ragazzi (13-20) e dai bambini (< 12 anni), a differenza di quanto risulta dai dati della Banca d'Italia-UIC.

Tabella 89. Confronto relativo alla fascia d'età fra i turisti dell'Est Europa entrati negli uffici cittadini e quelli atterrati all'aeroporto di Orio al Serio e che si sono fermati a Bergamo (dati Banca d'Italia-UIC). Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte

	0-12	13-20	21-35	36-60	Oltre 60
Val. ass.	120	202	3.882	3.287	219
%	1,6%	2,6%	50,4%	42,6%	2,8%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta "Est Europa" alla sezione "Nazionalità". Il totale dei questionari utilizzati per il calcolo delle fasce d'età è inferiore al totale raccolto.

Dati Banca d'Italia-UIC (anno 2010)

	15-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 e oltre
Val. ass.	8	15	12	7	0
%	19,0%	35,7%	28,6%	16,7%	0,0%

Nota: I valori assoluti si riferiscono alle persone effettivamente intervistate, rappresentative del campione di stranieri atterrati a Bergamo. Pertanto i dati maggiormente significativi e confrontabili sono le percentuali.

Il visitatore dell'Est Europa richiede principalmente informazioni turistiche sulla città e sul patrimonio culturale, storico e museale che è possibile visitare. A differenza degli altri turisti, le altre richieste riguardano i trasporti locali (autobus e

funicolari) e le mappe, informazioni stradali e di natura generica (inserite nella voce “Altro”).

Bergamo e Milano sono le mete più richieste, seguite dalla pianura, da altre destinazioni e dai laghi, sia lombardi (Como, Maggiora, Garda) che bergamaschi (Iseo ed Endine).

Tabella 90. Frequenze relative alla tipologia di informazione richiesta e all'area richiesta dei turisti dell'Est Europa. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Turistica Generica	Trasporti	Mappe	Informazioni stradali	Altro	Servizi	Ricettività	Eventi	Aeroportuali	Itinerari	Enogastronomia	Sport
Val. ass.	6.255	3.252	2.965	1.672	797	795	785	457	378	204	147	21
%	35,3%	18,3%	16,7%	9,4%	4,5%	4,5%	4,4%	2,6%	2,1%	1,2%	0,8%	0,1%

	Bergamo Città	Milano	Pianura	Altro	Laghi lombardi	Altre città lombarde	Laghi bergamaschi	Valli bergamasche
Val. ass.	6.773	5.639	1.361	657	628	399	386	354
%	41,8%	34,8%	8,4%	4,1%	3,9%	2,5%	2,4%	2,2%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la voce “Est Europa” alla sezione “Nazionalità”. Il totale delle risposte differisce dai precedenti data la possibilità di risposta multipla. L’analisi ha infatti restituito la frequenza di ogni singola voce – pesata sul numero dei turisti – e non della combinazione di queste. Inoltre non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

Il motivo principale della visita alla città è la vacanza, come risulta in modo evidente dalle percentuali riportate in tabella. Tuttavia sono solo questi turisti a recarsi negli uffici cittadini per richiedere informazioni, mentre gli altri che vengono per altri motivi – quali ad esempio visita a parenti ed amici o lavoro – non sembrano dover ricorrere al servizio offerto negli IAT e a *Turismo Bergamo*.

Tabella 91. Confronto relativo alla motivazione del soggiorno fra i turisti che chiedono informazioni presso gli uffici cittadini e quelli atterrati all'aeroporto di Orio al Serio e che si sono fermati a Bergamo (dati Banca d'Italia-UIC). Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Uffici d'informazione turistica		Stranieri ad Orio	
	Val. ass.	%	Val. ass.	%
Vacanza/Svago	1.007	98,2%	16	38,1%
Shopping	4	0,4%	0	0,0%
Lavoro	6	0,6%	6	14,3%
Congresso	5	0,5%	0	0,0%
Visita parenti/amici	1	0,1%	16	38,1%
Studio/Corsi	0	0,0%	2	4,8%
Altro	2	0,2%	2	4,8%

Nota: per rendere confrontabili i dati della Banca d'Italia-UIC con quelli degli uffici cittadini, sono state accorpate alcune voci del questionario. Nello specifico: la voce “Vacanza Svago” include “Vacanza/Leisure”, “Cultura”; la voce “Altro” include “Altro” e “Terme e salute”.

L’81,0% dei turisti dell’Est Europa che si reca negli uffici cittadini giunge a Bergamo in aereo. Per quanto concerne la durata del viaggio, si registra una netta propensione per un soggiorno “lungo” – tendenzialmente di 3 o più giorni – mentre leggermente minore è l’interesse verso escursioni giornaliere. I risultati dell’indagine svolta sui turisti stranieri in arrivo all’aeroporto di Orio al Serio²⁵ mostrano come, conseguentemente ad un aumento generalizzato della permanenza media, si registra una diminuzione della spesa media degli stranieri. Tuttavia il livello di spesa del visitatore dell’Est Europa è rimasto sostanzialmente inalterato, seppure ben al di sotto della media: a fronte di una spesa

²⁵ Cfr. Macchiavelli A., 2012. *Il turismo estero dall'aeroporto di Orio al Serio. Caratteristiche, comportamenti e impatto sul territorio.*

media generata da tutti i turisti in transito su Orio pari a 62 euro, gli Orientali fanno infatti registrare un valore pari a 40,5 euro.

Tabella 92. Frequenze relative alla durata del soggiorno e al mezzo di trasporto utilizzato dei turisti dell'Est Europa. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Più giorni (2 giorni, più di 3 giorni, weekend)	A/R in giornata
Val. ass.	801	355
%	69,3%	30,7%

	Aereo	Treno	Auto/Moto	Bus	Biciletta	Camper	A piedi
Val. ass.	834	100	78	13	5	0	0
%	81,0%	9,7%	7,6%	1,3%	0,5%	0,0%	0,0%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la voce "Est Europa" alla sezione "Nazionalità". Non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

Il visitatore tedesco

Tabella 93. Caratteristiche principali del visitatore tedesco. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Voce	Val. ass	%
Fascia d'età prevalente	36-60	3.617	62,1%
Informazione maggiormente richiesta	Turistica Generica	5.684	42,3%
Meta principalmente richiesta	Bergamo Città	5.723	46,4%
Motivo prevalente	Cultura	872	59,1%
Durata prevalente	A/R in giornata	828	56,1%
Mezzo di trasporto prevalente	Aereo	543	37,6%

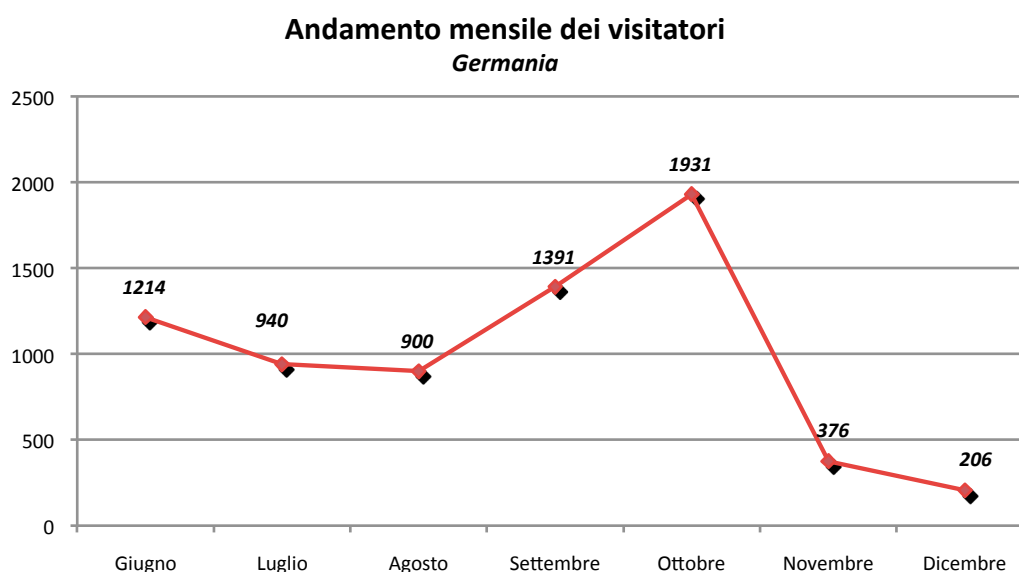
TOTALE QUESTIONARI RACCOLTI: 2.524 (5,7% su totale questionari raccolti²⁶)

Il quinto Paese di provenienza dell'utenza straniera è rappresentato dalla Germania: da giugno a dicembre 2011 sono stati 6.958 i tedeschi entrati negli uffici cittadini, pari al 9,9 del totale degli stranieri.

Analizzando i flussi mensili si registra un andamento altalenante, con un forte picco positivo nel mese di ottobre ed un deciso calo nei mesi invernali. I mesi estivi non sembrano invece attrarre il visitatore tedesco, come dimostra il grafico sottostante.

²⁶ Come scritto nelle note precedenti, il totale dei questionari considerati è stato di 43.966. (anziché 39.037). Sono stati infatti considerati anche i locali.

Figura 21. Andamento mensile dei turisti tedeschi negli uffici d'informazione cittadini. Valori assoluti.



Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta "Germania" alla sezione "Nazionalità".

Focalizzando poi l'attenzione sull'affluenza nei vari giorni della settimana, sembra esserci anche in questo caso una preferenza per le giornate del fine settimana (in particolar modo domenica e sabato), mentre nei giorni infrasettimanali la distribuzione è assai simile.

Tabella 94. Affluenza nei giorni della settimana presso ciascuno degli uffici cittadini dei turisti dell'Est Europa. Valori assoluti sul totale delle risposte in ordine decrescente in base al totale.

	Domenica	Sabato	Martedì	Mercoledì	Venerdì	Lunedì	Giovedì
Val. ass.	1.612	1.411	877	860	742	732	724
%	23,2%	20,3%	12,6%	12,4%	10,7%	10,5%	10,4%

I tedeschi viaggiano prevalentemente in coppia o da soli. Rilevante è la presenza di gruppi, mentre minima è l'incidenza delle famiglie.

Tabella 95. Frequenze relative alla composizione del nucleo dei turisti tedeschi. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Coppia	Singolo	Gruppo	Famiglia
Val. ass.	1.021	662	486	164
%	43,8%	28,4%	20,8%	7,0%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta "Germania" alla sezione "Nazionalità".

L'utenza tedesca ha un'età in linea con quella rilevata per gli altri Paesi, fatta eccezione per l'Est Europa: la fascia d'età prevalente è quella dai 36 ai 60 anni (62,1%), confermata anche dai dati della Banca d'Italia-UIC. Minore è l'incidenza di giovani negli uffici turistici rispetto a quanti atterrano ad Orio al Serio, a riprova del fatto che i più giovani ricercano informazioni sulla città attraverso altri canali prima della partenza, ad esempio in Internet.

Significativa è la differenza nella fascia d'età più alta ("oltre 60" per gli uffici turistici e "65 ed oltre" per gli stranieri ad Orio): la maggiore presenza degli ultrasessantenni negli IAT e presso gli uffici di *Turismo Bergamo* potrebbe essere indice di un minore utilizzo di Internet o altri canali per ricercare informazioni su Bergamo prima della partenza.

Tabella 96. Confronto relativo alla fascia d'età fra i turisti tedeschi entrati negli uffici cittadini e quelli atterrati all'aeroporto di Orio al Serio e che si sono fermati a Bergamo (dati Banca d'Italia-UIC). Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte

	0-12	13-20	21-35	36-60	Oltre 60
Val. ass.	67	140	1.081	3.617	918
%	1,2%	2,4%	18,6%	62,1%	15,8%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta "Germania" alla sezione "Nazionalità". Il totale dei questionari utilizzati per il calcolo delle fasce d'età è inferiore al totale raccolto.

Dati Banca d'Italia-UIC (anno 2010)

	15-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 e oltre
Val. ass.	5	12	16	10	1
%	11,4%	27,3%	36,4%	22,7%	2,3%

Nota: I valori assoluti si riferiscono alle persone effettivamente intervistate, rappresentative del campione di stranieri atterrati a Bergamo. Pertanto i dati maggiormente significativi e confrontabili sono le percentuali.

Il visitatore tedesco richiede principalmente informazioni turistiche sulla città e sul patrimonio culturale, storico e museale che è possibile visitare oltre a mappe e miniguide in lingua sulla città. Le altre richieste riguardano i trasporti locali (autobus e funicolari), informazioni di natura generica (inserite nella voce "Altro") e stradali, oltre a notizie sugli eventi in corso di svolgimento in città.

Bergamo e Milano sono le mete più richieste, seguite dalla pianura e dai laghi, sia lombardi (Como, Maggiore, Garda) che bergamaschi (Iseo ed Endine).

Tabella 97. Frequenze relative alla tipologia di informazione richiesta e all'area richiesta dei turisti tedeschi. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Turistica Generica	Mappe	Trasporti	Altro	Informazioni stradali	Eventi	Servizi	Ricettività	Itinerari	Enogastronomia	Aeroportuali	Sport
Val. ass.	5.684	3.244	1.089	1.009	546	479	461	393	295	147	77	21
%	42,3%	24,1%	8,1%	7,5%	4,1%	3,6%	3,4%	2,9%	2,2%	1,1%	0,6%	0,2%

	Bergamo Città	Milano	Pianura	Laghi lombardi	Laghi bergamaschi	Valli bergamasche	Altro	Altre città lombarde
Val. ass.	5.723	3.987	1.110	380	361	310	240	210
%	46,4%	32,4%	9,0%	3,1%	2,9%	2,5%	1,9%	1,7%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la voce "Germania" alla sezione "Nazionalità". Il totale delle risposte differisce dai precedenti data la possibilità di risposta multipla. L'analisi ha infatti restituito la frequenza di ogni singola voce – pesata sul numero dei turisti – e non della combinazione di queste. Inoltre non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

Il motivo principale della visita alla città è la vacanza, come risulta in modo evidente dalle percentuali riportate in tabella. Rilevante è anche la componente che si reca a Bergamo per motivi di lavoro. Tuttavia sono solo i primi a recarsi negli uffici cittadini per richiedere informazioni, mentre coloro i quali vengono per motivi diversi – affari e altri motivi – non sembrano aver bisogno del servizio offerto negli IAT e a *Turismo Bergamo*.

Tabella 98. Confronto relativo alla motivazione del soggiorno fra i turisti che chiedono informazioni presso gli uffici cittadini e quelli atterrati all'aeroporto di Orio al Serio e che si sono fermati a Bergamo (dati Banca d'Italia-UIC) . Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Uffici d'informazione turistica		Stranieri ad Orio	
	Val. ass.	%	Val. ass.	%
<i>Vacanza/Svago</i>	1.386	93,9%	32	72,7%
<i>Shopping</i>	3	0,2%	0	0,0%
<i>Lavoro</i>	26	1,8%	9	20,5%
<i>Congresso</i>	1	0,1%	0	0,0%
<i>Visita parenti/amici</i>	2	0,1%	3	6,8%
<i>Studio/Corsi</i>	4	0,3%	0	0,0%
<i>Altro</i>	54	3,7%	0	0,0%

Nota: per rendere confrontabili i dati della Banca d'Italia-UIC con quelli degli uffici cittadini, sono state accorpate alcune voci del questionario. Nello specifico: la voce "Vacanza Svago" include "Vacanza/Leisure", "Cultura"; la voce "Altro" include "Altro" e "Terme e salute".

A differenza degli altri Paesi sin qui considerati, il visitatore tedesco predilige l'escursione giornaliera al soggiorno di più notti. Il mezzo utilizzato per giungere a Bergamo è principalmente l'aereo, seguito dall'autobus e dal mezzo privato.

Tabella 99. Frequenze relative alla durata del soggiorno e al mezzo di trasporto utilizzato dei turisti tedeschi. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	A/R in giornata	Più giorni (2 giorni, più di 3 giorni, weekend)
Val. ass.	828	648
%	56,1%	43,9%

	Aereo	Bus	Auto/Moto	Treno	Biciletta	Camper	A piedi
Val. ass.	543	501	332	46	12	12	0
%	37,6%	34,6%	23,0%	3,2%	0,8%	0,8%	0,0%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la voce "Germania" alla sezione "Nazionalità". Non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

Il visitatore francese

Tabella 100. Caratteristiche principali del visitatore francese. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

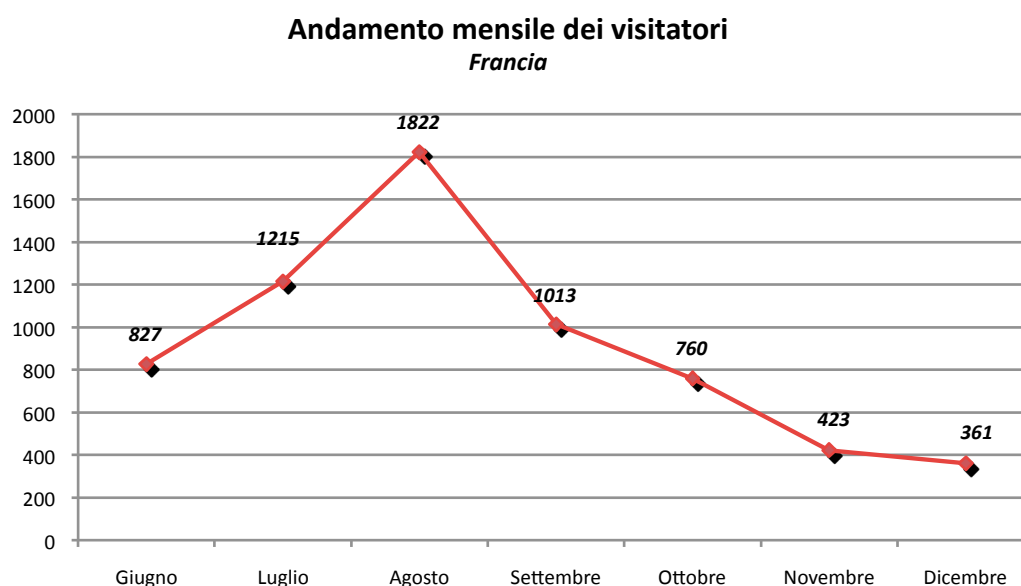
	Voce	Val. ass	%
Fascia d'età prevalente	36-60	2.923	54,7%
Informazione maggiormente richiesta	Turistica Generica	5.164	43,9%
Meta principalmente richiesta	Bergamo Città	5.207	45,1%
Motivo prevalente	Cultura	720	56,5%
Durata prevalente	Più giorni	652	50,2%
Mezzo di trasporto prevalente	Aereo	595	47,1%

TOTALE QUESTIONARI RACCOLTI: 2.651 (6,0% su totale questionari raccolti²⁷)

Il sesto Paese di provenienza dell'utenza straniera è rappresentato dalla Francia: da giugno a dicembre 2011 sono stati 6.421 i francesi entrati negli uffici cittadini, pari al 9,2 del totale degli stranieri.

A differenza degli altri Paesi considerati, l'analisi dei flussi mensili evidenzia un forte picco nel mese di agosto, seguito da una forte flessione che continua nei mesi di ottobre, novembre e dicembre.

Figura 22. Andamento mensile dei turisti francesi negli uffici d'informazione cittadini. Valori assoluti.



Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta "Germania" alla sezione "Nazionalità".

Focalizzando poi l'attenzione sull'affluenza nei vari giorni della settimana, non sembra esserci in questo caso una preferenza per le giornate del fine settimana: i principali giorni di affluenza sono il sabato e il lunedì (che è anche il

²⁷ Come scritto nelle note precedenti, il totale dei questionari considerati è stato di 43.966. (anziché 39.037). Sono stati infatti considerati anche i locali.

giorno di chiusura dei musei cittadini e della maggior parte delle attività commerciali), seguiti dagli altri che presentano valori molto simili.

Tabella 101. Affluenza nei giorni della settimana presso gli uffici cittadini dei turisti francesi. Valori assoluti sul totale delle risposte in ordine decrescente in base al totale.

	Sabato	Lunedì	Martedì	Domenica	Giovedì	Venerdì	Mercoledì
Val. ass.	1.173	885	882	881	880	862	858
%	18,3%	13,8%	13,7%	13,7%	13,7%	13,4%	13,4%

I francesi viaggiano prevalentemente in coppia o da soli. Rilevante è la presenza di gruppi e anche di famiglie.

Tabella 102. Frequenze relative alla composizione del nucleo dei turisti francesi. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Coppia	Singolo	Gruppo	Famiglia
Val. ass.	1.132	622	366	245
%	47,9%	26,3%	15,5%	10,4%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta “Francia” alla sezione “Nazionalità”.

L’utenza francese ha un’età in linea con quella rilevata per gli altri Paesi, fatta eccezione per l’Est Europa: la fascia d’età prevalente è quella dai 36 ai 60 anni (54,7%), confermata anche dai dati della Banca d’Italia-UIC. Minore è l’incidenza di giovani negli uffici turistici rispetto a quanti atterrano ad Orio al Serio, a riprova del fatto che i più giovani ricercano informazioni sulla città attraverso altri canali prima della partenza, ad esempio in Internet.

Analogamente a quanto emerso dall’analisi del visitatore tedesco, significativa è la differenza nella fascia d’età più alta (“oltre 60” per gli uffici turistici e “65 ed oltre” per gli stranieri ad Orio): la maggiore presenza degli ultrasessantenni negli IAT e presso gli uffici di *Turismo Bergamo* potrebbe essere indice di un minore utilizzo di Internet o altri canali per ricercare informazioni su Bergamo prima della partenza.

Tabella 103. Confronto relativo alla fascia d’età fra i turisti francesi entrati negli uffici cittadini e quelli atterrati all’aeroporto di Orio al Serio e che si sono fermati a Bergamo (dati Banca d’Italia-UIC). Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte

	0-12	13-20	21-35	36-60	Oltre 60
Val. ass.	126	202	1.406	2.923	687
%	2,4%	3,8%	26,3%	54,7%	12,9%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la risposta “Francia” alla sezione “Nazionalità”. Il totale dei questionari utilizzati per il calcolo delle fasce d’età è inferiore al totale raccolto.

Dati Banca d’Italia-UIC (anno 2010)

	15-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-64 anni	65 e oltre
Val. ass.	1	2	3	1	0
%	14,3%	28,6%	42,9%	14,3%	0,0%

Nota: I valori assoluti si riferiscono alle persone effettivamente intervistate, rappresentative del campione di stranieri atterrati a Bergamo. Pertanto i dati maggiormente significativi e confrontabili sono le percentuali.

Anche il visitatore francese chiede principalmente informazioni turistiche sulla città e sul patrimonio culturale, storico e museale che è possibile visitare oltre a materiale informativo quale cartine e miniguide. Le altre richieste, seppure rappresentino una quota minore, sono relative ai trasporti locali (autobus e funicolari), informazioni di natura generica

ed in merito ad eventi e spettacoli organizzati in città.

Le città di Bergamo e Milano sono le mete più richieste, seguite dalla pianura e dai laghi bergamaschi (Endine e Iseo) e lombardi (Como, Maggiore, Garda).

Tabella 104. Frequenze relative alla tipologia di informazione richiesta e all'area richiesta dei turisti francesi. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Turistica Generica	Mappe	Trasporti	Altro	Eventi	Informazioni stradali	Servizi	Ricettività	Itinerari	Enogastronomia	Aeroportuali	Sport
Val. ass.	5.164	2.509	912	790	655	622	354	297	238	139	58	16
%	43,9%	21,3%	7,8%	6,7%	5,6%	5,3%	3,0%	2,5%	2,0%	1,2%	0,5%	0,1%

	Bergamo Città	Milano	Pianura	Laghi bergamaschi	Laghi lombardi	Valli bergamasche	Altro	Altre città lombarde
Val. ass.	5.207	3.723	1.077	429	392	343	205	173
%	45,1%	32,2%	9,3%	3,7%	3,4%	3,0%	1,8%	1,5%

Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la voce “Francia” alla sezione “Nazionalità”. Il totale delle risposte differisce dai precedenti data la possibilità di risposta multipla. L’analisi ha infatti restituito la frequenza di ogni singola voce – pesata sul numero dei turisti – e non della combinazione di queste. Inoltre non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

Il motivo principale della visita alla città è anche in questo caso la vacanza, come risulta in modo evidente dalle percentuali riportate in tabella. Rilevante è anche la componente che si reca a Bergamo per motivi di lavoro/congressi e in vista a parenti ed amici.

Tabella 105. Confronto relativo alla motivazione del soggiorno fra i turisti che chiedono informazioni presso gli uffici cittadini e quelli atterrati all'aeroporto di Orio al Serio e che si sono fermati a Bergamo (dati Banca d'Italia-UIC). Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Uffici d'informazione turistica		Stranieri ad Orio	
	Val. ass.	%	Val. ass.	%
Vacanza/Svago	1.192	93,6%	1	14,3%
Shopping	3	0,2%	0	0,0%
Lavoro	26	2,0%	0	0,0%
Congresso	0	0,0%	2	28,6%
Visita parenti/amici	33	2,6%	4	57,1%
Studio/Corsi	3	0,2%	0	0,0%
Altro	17	1,3%	0	0,0%

Nota: per rendere confrontabili i dati della Banca d'Italia-UIC con quelli degli uffici cittadini, sono state accorpate alcune voci del questionario. Nello specifico: la voce “Vacanza Svago” include “Vacanza/Leisure”, “Cultura”; la voce “Altro” include “Altro” e “Terme e salute”.

A differenza del visitatore tedesco, quello francese predilige leggermente il soggiorno di più notti all'escursione giornaliera nonostante la maggiore vicinanza geografica. Il mezzo utilizzato per giungere a Bergamo è principalmente il mezzo privato (47,1%), seguito dall'aereo.

Tabella 106. Frequenze relative alla durata del soggiorno e al mezzo di trasporto utilizzato dei turisti francesi. Valori assoluti e percentuali sul totale delle risposte.

	Più giorni (2 giorni, più di 3 giorni, weekend)	A/R in giornata
Val. ass.	652	648
%	50,2%	49,8%

	Auto/Moto	Aereo	Bus	Treno	Camper	Biciletta	A piedi
Val. ass.	595	416	148	70	18	11	4
%	47,1%	33,0%	11,7%	5,5%	1,4%	0,9%	0,3%

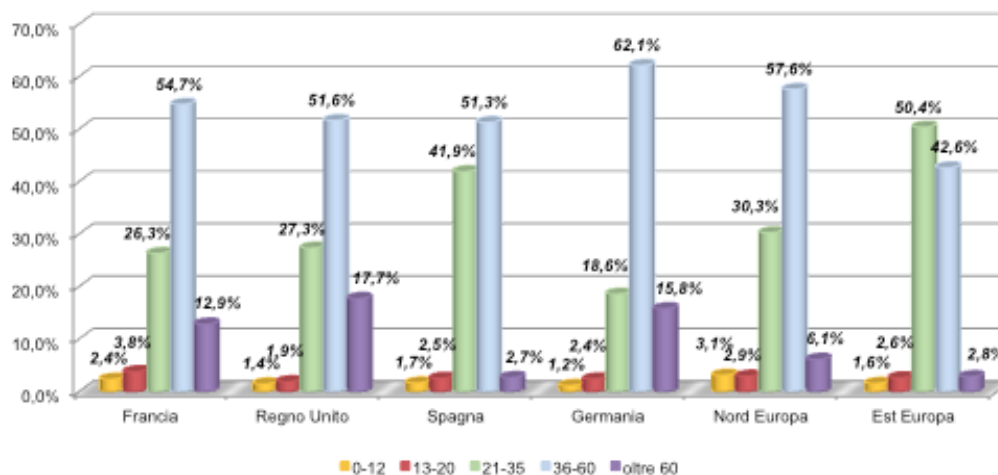
Nota: Sono stati considerati solo i questionari che riportavano la voce “Francia” alla sezione “Nazionalità”. Non in tutti i casi è stato possibile compilare questa voce.

5.3 Confronto tra i maggiori paesi di provenienza.

Effettuando un confronto tra le caratteristiche dei visitatori dei diversi paesi di provenienza, possiamo delineare alcuni caratteristiche diffuse per tutti gli stati e alcune differenze specifiche per paese di provenienza

Gli utenti degli uffici cittadini si concentrano per la maggior parte nella fascia d’età tra i 36 e i 60 anni, mentre i cittadini dell’Europa dell’Est sono per lo più appartenenti alla categoria 21-35 anni. Il nucleo tipico è costituito dalla coppia, mentre poco rappresentati sono i gruppi, per i quali, come si è già detto, è presumibile che ci sia un organizzatore che si informa prima di giungere in città.

Figura 23. Fasce d’età per paese di provenienza. Valori percentuali sul totale delle risposte.



La motivazione del viaggio maggiormente dichiarata dagli utenti degli uffici cittadini è la vacanza, in particolar modo i visitatori dichiarano di voler visitare la città e i suoi musei, posizionando la città tra le mete d’eccellenza del turismo culturale italiano. Il visitatore tra l’altro predilige un soggiorno di più notte.

Il mezzo di trasporto maggiormente utilizzato è l’aereo, fatto che rende sicuramente importanti per la fruibilità turistica della città sia l’aeroporto di Orio al Serio che i mezzi di trasporto pubblico locale

Solitamente, il visitatore è alla ricerca di informazioni turistiche generali e di materiali per interpretare il territorio, quali mappe o mini-guide della città.

Le presenze di visitatori presso gli uffici cittadini per i sei mesi considerati si concentrano prevalentemente nei mesi estivi e in ottobre, con notevoli differenze tra le varie nazionalità: mentre gli Inglesi si concentrano nei mesi da giugno a settembre per poi diminuire i propri passaggi da ottobre in avanti, i visitatori tedeschi contano le presenze più elevate nei mesi di settembre ed ottobre. I Francesi soffrono invece la maggiore concentrazione: la differenza tra le loro presenze in agosto (28,4%) e quelle degli altri mesi (18,9% di luglio, che è il secondo mese per presenze) è piuttosto marcata.

Tabella 107. Mesi di affluenza per paese di provenienza. Percentuali sul totale dei visitatori stranieri.

	Francia	Regno Unito	Spagna	Germania	Nord Europa	Est Europa
<i>Giugno</i>	12,9%	18,4%	13,3%	17,4%	18,5%	14,1%
<i>Luglio</i>	18,9%	17,8%	17,0%	13,5%	21,0%	15,8%
<i>Agosto</i>	28,4%	18,6%	18,2%	12,9%	14,7%	14,5%
<i>Settembre</i>	15,8%	19,8%	15,6%	20,0%	16,2%	17,6%
<i>Ottobre</i>	11,8%	15,2%	17,0%	27,8%	20,5%	19,1%
<i>Novembre</i>	6,6%	5,7%	8,6%	5,4%	6,0%	13,1%
<i>Dicembre</i>	5,6%	4,5%	10,3%	3,0%	3,1%	5,9%

6. CONCLUSIONI

Gli uffici turistici cittadini offrono informazioni a più di 170.000 visitatori ogni anno, cifra sicuramente molto ragguardevole.

Il lavoro degli uffici è importantissimo poiché gli operatori rappresentano l'interfaccia del comune e dell'intera città nei confronti dei turisti. Lo stile di relazione, il sorriso, il calore, l'empatia trasmessa segnano la soddisfazione del turista e incidono sulla sua propensione ad avere un ricordo positivo e quindi a favorire un ritorno sul territorio, magari con una permanenza maggiore, e a un passaparola positivo. Ricordiamo che il passaparola è il prevalente fattore di condizionamento nella scelta di una vacanza e quindi incide moltissimo sugli arrivi effettivi dei semestri successivi. Inoltre il passaparola ha oggi un peso ancora maggiore perché non è più solo "word of mouth" ma anche "word of mouse", i pareri dei turisti che visitano la nostra città vengono riportati nei vari blog di viaggiatori e letti e assorbiti non più solo da decine di persone, ma da molte e molte di più. La *web reputation* è oggi di fondamentale importanza per ogni località turistica. Il momento di interfaccia con gli uffici turistici è un "momento della verità" importante nel percorso di visita e può incidere su tutto il proseguo della vacanza. È qui che vengono reperite le informazioni che influenzano il soggiorno: ci si è informati on line, attraverso guide e il consiglio di amici e conoscenze, ma giunti in città ci si reca in un ufficio informazioni per organizzare la permanenza, fare la scelta definitiva su cosa fare e cosa vedere, avere il suggerimento su di un percorso, sugli eventi organizzati, sulla scoperta dell'enogastronomia locale, sulle possibilità di shopping e così via. Tutto ciò che può trasformare una visita in una esperienza meritevole di essere vissuta. Il visitatore del nostro decennio non vuole più solo vedere una città e dire che vi è stato, vuole vivere esperienze coinvolgenti e per fare questo necessita di informazioni su tutte le possibilità che il territorio gli offre. Gli uffici sono un nodo centrale per una città più accogliente e cordiale.

Il turista si reca in ufficio prevalentemente in coppia o da solo. La presenza di gruppi varia a seconda della tipologia di turista considerato, ma risulta comunque di minore importanza, visto che si ritiene che il responsabile del gruppo acquisisca in anticipo le informazioni turistiche.

Scarsa è invece la presenza di famiglie, avvalorata anche dai dati sulle fasce d'età che indicano una bassa presenza di bambini e ragazzi (i giovani di età compresa tra gli 0 e i 20 anni tra i visitatori degli IAT sono il 5,1% contro una media europea del 25,7%). Ciò potrebbe significare che l'offerta turistica cittadina è più congeniale ad un target di utenza adulto (36-60 anni). Volendo incrementare le presenze questo sarebbe un nuovo target a cui rivolgersi; questo implica però la necessità di lavorare sul prodotto, incrementando i servizi per i bambini e i genitori, quindi investendo nella comunicazione per evidenziare l'implementazione effettuata.

Gli utenti degli uffici turistici bergamaschi fanno prevalentemente parte della popolazione attiva: per l'84% rientrano nella fascia d'età 21-60 anni. Il 51,9% ha un'età compresa tra i 36 e i 60 anni. Significativa è la scarsa presenza di ultrasessantenni, target che potrebbe trovare a Bergamo un'offerta allettante, un prodotto già adatto alle proprie esigenze, senza bisogno di interventi significativi sui servizi offerti. Gli anziani rappresentano il 25% della popolazione europea e sono quindi un bacino d'utenza ampio, le prospettive di aumento dell'età media, della propensione al viaggio tra i visitatori di questa età, nonché la loro disponibilità di tempo libero lo fa ritenere un target a cui dare maggiore attenzione. Bisogna considerare comunque che gli utenti stranieri, ovvero il 50% circa dell'utenza totale, raggiungono Bergamo principalmente in aereo: la tipologia del volo *low cost*, e la conseguente necessità di prenotazione on line, potrebbe essere una delle cause della scarsa presenza di pensionati sul territorio bergamasco. Infatti, anche presso l'aeroporto non si registrano ingenti passaggi di anziani.

I giorni di maggiore affluenza degli uffici sono quelli del fine settimana (domenica, sabato e venerdì), tuttavia si registra una buona affluenza anche nei giorni infrasettimanali, tanto che, a livello generale, il lunedì risulta essere la quarta giornata per numero di flussi, ma è però anche il giorno di chiusura di tutti i musei cittadini e, almeno per mezza giornata, di molti negozi di Città Alta e della Città Bassa. La città il lunedì non è particolarmente accogliente e questo può portare all'insoddisfazione dei turisti presenti in questo giorno.

Numerosi sono gli escursionisti (quasi il 50% dei flussi), ossia coloro che decidono di visitare Bergamo in giornata senza pernottare in una struttura ricettiva. Prevalentemente si tratta di turisti italiani, che intendono Bergamo come destinazione di corto raggio, verso cui muoversi per un una giornata in cui fruire del bel patrimonio artistico culturale della città (l'83% di coloro che accedono agli uffici dichiara di avere una motivazione culturale). Se questa è nella natura delle cose, sono purtroppo ancora molti gli stranieri che visitano la città in giornata senza pernottare (il 40.8% del totale). Tra le varie nazionalità chi spicca per l'escursionismo giornaliero è il tedesco.

Il turista si reca negli uffici prevalentemente nel week end, l'escursionista invece durante tutto l'arco della settimana; tra gli escursionisti è maggiore la presenza degli ultrasessantenni rispetto alle percentuali riscontrate tra i turisti (23,7% tra gli escursionisti e 8,8% tra i turisti). Gli escursionisti giungono in città prevalentemente in auto (34,2%). Sappiamo la rilevanza che ha effettuare un soggiorno in città, piuttosto che permanere solo in giornata: la propensione alla spesa è molto maggiore tra coloro che pernottano e quindi l'indotto lasciato sul territorio è più cospicuo. Le politiche turistiche della città sono da tempo proiettate verso questo obiettivo, che si sta piano piano raggiungendo. Si noti che nelle principali città d'arte europee l'incidenza degli escursionisti sui visitatori totali è in media del 20-35%, con alcune punte di oltre il 50% in città come Venezia o Bruges.

Sono 4.875 in sei mesi i visitatori che, entrati negli uffici turistici, chiedono informazioni sulle strutture ricettive locali, dovendo quindi ancora effettuare una prenotazione. E' un dato importante che può fornire informazioni preziose agli operatori della ricettività. Ricordiamo che da una precedente indagine del CeSTIT è emerso, che del totale dei pernottanti il 46,6 % aveva prenotato tramite internet.

Il mezzo di trasporto maggiormente utilizzato per arrivare a Bergamo è differente tra italiani e stranieri. Tra questi ultimi, il mezzo più utilizzato risulta essere l'aereo (62.2% dei casi), il 17,1% degli utenti dichiara di utilizzare l'auto o moto, l'11,7% il bus, solo l'8,2% il treno. L'aeroporto di Orio al Serio quindi si conferma essere un forte elemento di "attrazione" dei flussi turistici verso il territorio, in particolar modo per quelli che vengono dalla Spagna, dal Regno Unito e dai paesi dell'Europa Settentrionale ed Orientale. Tra gli italiani il mezzo di trasporto prevalente è l'auto, con il 57,7%, a seguire il treno con il 18,9% e quindi il bus con il 12,2%. Ricordiamo che gli italiani fanno prevalentemente escursionismo giornaliero.

I turisti *business* che si rivolgono agli uffici sono solo l'1,4% di quelli intervistati; è comunque vero che la quota di viaggiatori *business* presso l'aeroporto è diminuita in maniera piuttosto ingente. Nonostante ciò, sarebbe importante riuscire a gestire il passaggio di informazioni relative alla città a questo tipo di turista, così da rendere più probabile il prolungamento del soggiorno di lavoro o il ritorno del turista stesso a fini di turismo *leisure*. Se la propensione alla

visita agli uffici è bassa è opportuno prenderne coscienza per utilizzare al meglio altri canali, offrendo una informativa più strutturata nei suoi luoghi di passaggio (hotel, centro congressi,...).

Gli italiani rappresentano il 21,1% dell'utenza degli uffici, mentre i cittadini bergamaschi che si rivolgono agli uffici per informazioni su eventi, manifestazioni o altro sono il 7,9%. Giustamente anche i bergamaschi vogliono informazioni complete, soprattutto sugli eventi che si svolgono sul territorio, che infatti rappresentano il 42,4% delle informazioni richieste. Anche loro vogliono vivere la città e, se sui giornali ed internet trovano una base di informazioni, presso gli uffici possono avere un contatto umano, superare eventuali dubbi e trovare brochure dedicate. Diventa importante ricordare questo target ed avere informazioni complete anche per i cittadini, che per qualche verso possono aver bisogno di dettagli e informazioni diverse rispetto ai turisti. Un dato che stupisce è sicuramente la grande incidenza degli stranieri tra i fruitori degli uffici (71%). Non abbiamo avuto possibilità di raccogliere il dato sul totale dei visitatori della città; ciò sarebbe stato utile per capire se vi è effettivamente una scarsa presenza di italiani o se sia una insolita incidenza degli stranieri. Possiamo ipotizzare una maggiore propensione all'utilizzo degli IAT da parte degli stranieri, ma si deve comunque valutare se le informazioni in lingua disponibili attraverso altri canali sono sufficienti e comparabili con quelle disponibili per gli italiani, sia presso le strutture ricettive (tramite personale parlante lingua straniera o documentazione cartacea), sito internet, o altro.

I principali paesi di provenienza sono, nell'ordine, Italia, Spagna, Regno Unito, Paesi del Nord Europa, Paesi dell'Est Europa, Germania e Francia. Stanno negli anni cambiando, modificandosi in conseguenza delle nuove tratte aeree attivate da e per l'aeroporto di Orio al Serio, che hanno permesso l'arrivo di turisti da nuove differenti città. Analizzando i dati relativamente agli utenti degli IAT per nazionalità appaiono alcune differenze fondamentali:

- principalmente sono turisti in età attiva (36-60 anni), che viaggiano in coppia. Rispetto ai turisti italiani sono più giovani, con una percentuale maggiore di turisti tra i 21 e i 35 anni;
- i turisti dell'Est Europa sono più giovani dei colleghi delle altre nazionalità;
- i viaggiatori di età compresa tra i 21 e i 36 anni in arrivo ad Orio al Serio sono molti, ma questi non si recano poi agli uffici turistici. È probabile che reperiscano le informazioni prima del viaggio, anche attraverso l'utilizzo di internet;
- per tutte le nazionalità la motivazione principale è il turismo culturale, anche se gli utenti dell'Europa dell'Est dichiarano spesso di essere in visita ad amici e parenti. Vi è un 30% di utenti che dichiara di essere in vacanza di svago, dimostrando interesse per il territorio (es. come raggiungere il lago o la montagna, itinerari per una passeggiata in città, ecc.);
- nei sei mesi considerati l'affluenza dei turisti stranieri è stata costante per i mesi da giugno ad ottobre, con un calo consistente in novembre e dicembre. Al contrario, i turisti italiani si caratterizzano per una presenza costante in città. Tra gli stranieri vi sono alcune differenze per nazionalità: se i visitatori tedeschi sono meno presenti nei mesi estivi, gli inglesi si concentrano proprio in quei mesi;
- i Francesi viaggiano spesso in famiglia e in gruppo, contrariamente a quanto registrato per le altre nazionalità; i turisti italiani, a differenza di quelli stranieri, prediligono una visita in giornata;
- la permanenza media dei turisti dell'Est europeo è superiore ai 15 giorni, segno del fatto che spesso tali visitatori si trovano sul territorio italiano per ricercare un lavoro più che per motivazioni turistiche *leisure*. Da segnalare anche l'aumento della permanenza media dei Tedeschi;
- prevalentemente, i visitatori giungono a Bergamo in aereo e per muoversi utilizzano il trasporto locale.

Da altri studi si evince che la spesa media sta diminuendo per tutte le nazionalità, fatta eccezione per quella spagnola che sta invece aumentando; nonostante ciò gli Spagnoli non hanno ancora una propensione di spesa paragonabile a quella inglese o tedesca. Per ciò che riguarda la domanda internazionale, l'incidenza percentuale degli arrivi ad Orio dai primi 5 mercati di provenienza, ovvero Spagna, Germania, Regno Unito, Belgio e Svezia, è del 67,3 %, contro una media europea del 55,5%. Ovviamente gli arrivi sono influenzati dalle politiche e dalle scelte effettuate dai gestori dello scalo, oltre che da fattori esogeni quali la crisi economica e i suoi risvolti a livello delle varie nazioni. La diminuzione di turisti del Regno Unito ha sicuramente avuto influenza sulla propensione di spesa, che è infatti diminuita di 10 euro, ma in generale dobbiamo anche specificare il fatto che maggiore è la concentrazione degli arrivi, più dipendente è il settore turistico bergamasco: l'apertura di nuove tratte può sicuramente migliorare questa situazione.

Analizzando le informazioni richieste dai turisti emerge che solo lo 1,1% degli stranieri e il 1,4% degli italiani richiede informazioni sull'enogastronomia (e Bergamo ha un'offerta ricca e diversificata), solo l'1,6% degli stranieri e il 2,2% degli italiani richiede informazioni sugli itinerari (e abbiamo dei percorsi di attrattiva internazionale, pensiamo al Lotto, pensiamo alle scalette e ai sentieri), solo il 3,6% degli stranieri chiede informazioni sugli eventi (e l'offerta, pensiamo solo ai festival internazionali non manca), gli italiani già percepiscono maggiormente l'offerta di eventi (ne richiede informazioni il 7,5%). Lo 0,1% di entrambi chiede informazioni sulle attività sportive, che evidentemente non rientrano nella percezione delle attività da svolgere sul nostro territorio, non è un nostro punto di forza ma abbiamo anche qui alcune eccellenze, come il golf club Bergamo L'Albenza. Se le informazioni di base richieste sono sempre la turistica generale (ovvero informazioni turistiche sulla città e sul patrimonio culturale, storico e museale), le mappe e i trasporti, ricordiamo che i turisti internazionali vengono in Italia per ammirare i nostri monumenti, ma anche per assaporare la bella vita italiana, fatta di buon gusto, moda, sapori e saperi. Un dato per i turisti italiani: da una indagine Doxa del 2008 emerge che più del 92% degli abitanti del nostro paese è interessato ad un a vacanza in luoghi con una buona cucina. Essere proattivi nel proporre "esperienze" quando si è ad un ufficio turistico, ma anche al desk di un albergo o in un negozio significa arricchire la loro esperienza ed aumentarne la soddisfazione nella visita. Anche lo sforzo promozionale in questo senso deve essere forte e coordinato. I turisti a Bergamo svolgono un numero limitato di attività, nonostante la ricchezza dell'offerta locale e questo perché probabilmente tale offerta non viene adeguatamente promossa e comunicata. Attraverso questo sforzo potremo aumentare la propensione ad un pernottamento, modificando la pratica odierna del turismo mordi e fuggi.

7. ALLEGATO: il questionario

Il questionario di rilevazione dell'utenza è strutturato in sezioni al fine di rispondere alle finalità prefissate. Per ciascuna sezione è possibile scegliere fra una o più opzioni (a seconda che si tratti di risposta singola o multipla). Nello specifico:

I. Composizione del nucleo e genere (risposta singola), nello specifico:

- Singolo (M o F)
- Coppia (M/F, M/M o F/F)
- Famiglia
- Gruppo

II. Fascia di età della/e persona/e (risposta multipla). Nello specifico:

- 0-12
- 13-20
- 21-35
- 36-60
- Oltre 60

III. Numero di persone che richiedono informazioni (risposta singola).

IV. Nazionalità, ossia lo stato di provenienza (risposta singola). Nello specifico:

- Italia
- Locali
- Austria
- Belgio
- Svizzera
- Francia
- Germania
- Regno Unito
- Nord Europa
- Olanda
- Est Europa e Russia
- Spagna
- Africa
- America Latina
- Stati Uniti e Canada
- Australia e Nuova Zelanda
- Cina
- Giappone
- Israele
- Resto Asia
- Altre Nazioni

V. Tipologia di informazione richiesta, ossia il motivo/i per cui il visitatore si reca nell'ufficio (risposta multipla).

Nello specifico:

- *Eventi*. Informazioni su convegni/congressi, rassegne, spettacoli, concerti, eventi speciali, mostre, manifestazioni sportive, ecc.
- *Trasporti*. Qualsiasi informazione sui trasporti pubblici urbani, extra-urbani, ferroviari, navali) e taxi (es. orari, coincidenze, ecc).
- *Ricettività*. Qualsiasi informazione sulle strutture ricettive (es. tipologia, prezzo, ubicazione, servizi offerti dalla struttura, ecc).
- *Enogastronomia*. Qualsiasi informazione in merito a ristoranti, bar, panetterie, pasticcerie, prodotti tipici.
- *Turistica generica*. Informazioni turistiche generali (cosa visitare) e nel caso venga dato del materiale, come ad esempio brochures (e mappe non della città).
- *Mappe* della città.
- *Aeroportuali*. Informazioni specifiche sui voli.
- *Informazioni stradali*. Informazioni stradali per chi viaggia auto, moto, camper e bicicletta.
- *Servizi*. Informazioni sui servizi disponibili in città, quali banche, poste, *internet point*, bagni pubblici, deposito bagagli, negozi, piscine comunali e non, accessibilità per disabili, ecc.
- *Itinerari*. Informazioni su specifici itinerari di Bergamo e provincia.
- *Sport*. Informazioni su sport da praticare a Bergamo e provincia (es. sci).
- *Altro*. Tutto ciò che non rientra in nessuna delle voci precedenti.

VI. Area richiesta (risposta multipla) nello specifico:

- Bergamo città
- Valli bergamasche
- Pianura
- Laghi bergamaschi
- Milano
- Altre città lombarde
- Laghi lombardi (Como, Maggiore, Garda)
- Altro

VII. Acquisti effettuati presso gli uffici – se abilitati (risposta singola). Nello specifico:

- *Bergamo Card*
- Gadgets
- Tickets
- Prenotazioni

VIII. Motivo del viaggio a Bergamo (risposta singola). Nello specifico:

- Business
- Cultura
- Vacanza/Leisure
- Terme e salute
- Congressi
- Visita parenti/amici
- Shopping
- Studio

- Altro (senza specificare)

IX. Durata del viaggio, ossia della permanenza a Bergamo (risposta singola). Nello specifico:

- A/R in giornata (senza pernottamento)
- 2 giorni
- Più di 3 giorni
- Weekend (sabato e domenica)

X. Mezzo di trasporto utilizzato per arrivare a Bergamo (risposta singola). Nello specifico:

- Auto/Moto
- Treno
- Aereo
- Bus
- Bicicletta
- Camper
- A piedi

XI. Suggerimenti e lamentele (campo libero).

Indagine realizzata sui dati Giugno-Dicembre 2011

Redatta nel Marzo 2012

Team di lavoro:

Responsabile scientifico: prof.ssa Roberta Garibaldi

Elaborazione dati: Andrea Pozzi