Parte 2 - Turismo e desenvolvimento territorial na Itália **Il Lago di Como: i molti turismi di un territorio turistico**

Paola Nicoletta Imbesi

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

IMBESI, P.N. Il Lago di Como: i molti turismi di un territorio turistico. In: MARAFON, GJ., SOTRATTI, MA., and FACCIOLI, M., comps. *Turismo e território no Brasil e na Itália: novas perspectivas, novos desafios* [online]. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2014, pp. 187-223. ISBN 978-85-7511-445-2.
<https://doi.org/10.7476/9788575114452.0009>.

All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](#).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença [Creative Commons Atribuição 4.0](#).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0](#).

Il Lago di Como: i molti turismi di un territorio turistico

Paola Nicoletta Imbesi

Per una fenomenologia del settore turistico. - Il settore turistico rappresenta per molti territori italiani uno dei settori cardine nel quadro dello sviluppo economico: tali territori spesso caratterizzati dalla presenza di risorse storico ambientali notevoli e, nel contempo da forti pressioni alla trasformazione (insediative ma anche infrastrutturali e funzionali), trovano nel turismo uno scenario irrinunciabile di sviluppo da cui dipendono grandi aspettative anche se non sempre sono corrisposte ai risultati sperati. In un senso figurativo possiamo dire che il settore turistico costituisce un elemento strutturante, strumentale per la definizione dell'assetto del territorio sotto molti aspetti:

- offre un reale scenario di sviluppo economico e di rinnovamento culturale, funzionale e sociale;
- organizza e diversifica i flussi di arrivo/visita in funzione della configurazione spaziale o di un calendario di eventi;
- scandisce la permanenza e quindi la crescita/decrecita della popolazione "fluttuante";

- configura e usa una rete di poli a “geometria variabile” (nello spazio e nel tempo) funzionali alla fruizione del territorio.

D'altra parte il territorio nel suo complesso, con le sue risorse e le sue attrattive, costituisce da sempre il principale “capitale”, elemento di attrazione sul quale costruire attività e attrezzature di servizio al visitatore. I beni e le risorse che determinano tale capacità d'attrazione non sono “esclusivamente” orientati al turista ma, al contrario, possono riferirsi ad una platea molto più vasta di utenti creando interconnessioni complesse e spesso conflittuali fra il territorio, i turisti e i molti fruitori che, a vario titolo, vivono, lavorano o amministrano il territorio stesso. Così, ad esempio, una chiesa trova le sue origini non certo per funzioni turistiche ma può rappresentare un fattore d'attrazione per un turismo culturale; un complesso sportivo o uno spazio pubblico urbano possono trovare usi urbani ordinari e straordinari. Inoltre, molto spesso, contribuiscono a determinare l'attrattività di un'area attrezzature e servizi propri della società civile: la presenza di un trasporto pubblico efficiente, di una bassa congestione insediativa e viabilistica, di una buona dotazione di funzioni e servizi collettivi o di aree verdi. Condizioni, queste, che travalicano lo specifico settore turistico per rivolgersi alla generalità della popolazione di in una determinata area.

Nello strano rapporto, spesso conflittuale, fra turismo e territorio il turismo si può definire come una forma d'uso “eccezionale” di un determinato territorio in un lasso di tempo controllato (“Turista è colui che si “sposta da un posto all'altro per motivi non legati al proprio lavoro, fermandosi per più di una notte e meno di un anno”, Koolhaas, 1995), portando così alla definizione di inedite integrazioni fra modi d'uso diversificati nello spazio come nel tempo. Può rappresentare una concreta occasione di valorizzazione e di impulso economico come settore produttivo “ad hoc” in grado di conservare e le risorse endogene e di rendersi

strumento per la promozione e la crescita territoriale. Il fenomeno turistico, oggi profondamente cambiato dai tempi dell'elitario "gran tour" novecentesco, spostandosi dal concetto di "viaggio" geograficamente determinato verso quello della percezione e la fruizione dei luoghi di qualunque viaggio o spostamento fuori dagli schemi della vita quotidiana (De Napoli, 2005). L'"altrove", che il viaggiatore romantico considerava un luogo lontano, nella contemporaneità tende ad annullare l'importanza dello spostamento nello spazio per trasformarsi in un'esperienza di conoscenza/fruizione del territorio nel "tempo liberato dal lavoro". D'altra parte il turismo, in quanto forma di viaggio (o conoscenza) nel territorio, "è una forza centrale e non periferica nelle trasformazioni storiche" (Leed, 1991) che ha segnato la nascita del concetto di territorializzazione per creare la mappatura di uno spazio fisico determinato.

Negli ultimi decenni il modello di domanda turistica sta, pur con una certa lentezza, modificandosi e articolandosi. Diminuisce il turismo di gruppo (che mantiene però una quota importante soprattutto verso le mete tradizionali) a favore di quello individuale, generando nuovi tipi di domanda, articolati in quanto connessi sia alla qualità "generale" dei servizi offerti (servizi ed attrezzature, trasporti), sia alla qualità ambientale, alla qualità di fruizione, informazione ed eventi, ecc.

Queste nuove "popolazioni transitorie" esprimono domande non soltanto di servizi turistici e commerciali ma anche di servizi civili e di comunicazione, di attività di intrattenimento e di accessibilità alle funzioni urbane e esprimono modalità non sempre prevedibili di uso del territorio. Esistono oggi nuove opportunità di visita e di soggiorno: le aree dei parchi tematici (archeologici, minerari, letterari, ecc.) all'interno dei quali possono essere previsti percorsi pedonali per il tempo libero, per il fitness, piste ciclabili e attrezzature ricettive leggere, il litorale urbano e non (waterfront), i servizi urbani specializzati, ecc. Tali spazi, se adeguatamente studiati,

potranno determinare un riequilibrio delle polarità attrattive delle aree turistiche tradizionali qualora accompagnati da interventi tesi al miglioramento dell'accessibilità e della rete informativa per la mobilità, non solo per le esigenze dei turisti, ma anche per gli stessi cittadini. L'armatura territoriale, intesa come struttura organizzativa gerarchica del sistema insediativo ed infrastrutturale, diviene il supporto su cui si muovono i turisti: regola i punti di arrivo/ingresso (aeroporti, porti, stazioni) distribuisce i flussi rispetto alle risorse e alle funzioni, organizza l'ospitalità (convenzionale e non convenzionale).

Turismo e trasformazioni territoriali. - Fra i molti territori turistici i territori costieri (marini come lacustri) sono, in una qualche forma, "beni rari" resi limitati nello spazio proprio dalla presenza dell'acqua che ne amplifica le potenzialità ma ne circoscrive fisicamente le superfici d'uso (anche dal punto di vista delle correnti e della meteorologia). Tali territori, da sempre caratterizzati dalla compresenza di grandi risorse (storico ambientali, sociali, ecc.) e di grandi vulnerabilità alla trasformazione (pressioni insediative e speculative, ecc.), possono essere definiti a "sviluppo lento" (Marin, 2005) proprio per la loro difficoltà a reinventare una economia postindustriale. Il turismo è sembrato a molti una opportunità unica, forse troppo "facile" per valorizzare le risorse intrinseche e delineare nel contempo scenari di sviluppo e trasformazione.

Allora la domanda viene spontanea: quale ruolo svolge, o potrebbe svolgere il turismo nelle operazioni di valorizzazione e riqualificazione del territorio costiero ad alta strutturazione storica? E' possibile una interazione direttamente con i temi della trasformazione urbana e territoriale?

"Governare" il turismo non è certo facile, soprattutto tenendo presente la duplice caratterizzazione che lo distingue nel suo impatto sul territorio: da una parte il suo carattere di sistema chiuso con proprie leggi di comportamento, propri valori di riferimento

e proprie convenienze; dall'altra la configurazione di un sistema aperto alla città e al suo territorio che chiede di valutare in tempi reali le condizioni di offerta per tutelare i valori e il consumo delle risorse di cui si compone.

In quest'ottica termini come conservazione e valorizzazione non sembrano più antitetici, né sotto il profilo culturale, né sotto quello della pianificazione e della programmazione dello sviluppo economico; rimane però molto rischioso sottovalutare i valori complessi del territorio costiero quando si sposta, troppo facilmente e con superficialità, l'attenzione solo sul "possibile" consumo dei beni storici, culturali ed ambientali per il turismo. L'idea di una maggiore permeabilità del territorio sia per gli abitanti che per i turisti è, d'altra parte, alla base di una migliore capacità di fruizione turistica. La riuscita di un intervento di trasformazione sotto il profilo dell'attrazione turistica non sta solo nella realizzazione di "nuove opere" ma nel livello di accessibilità e integrazione funzionale e formale che si sarà in grado di determinare (un'offerta di territorio) e nella capacità di trasformazione che le stesse saranno in grado di indurre nel contesto territoriale di riferimento.

Il ruolo svolto dal settore turistico si può esplicitare in due momenti fondamentali del processo di trasformazione: il momento delle valutazioni strategiche e il momento delle scelte localizzative, e pianificatorie. In entrambi i momenti la volontà di riconfigurare una offerta territoriale costiera significa tendere a determinare una qualità maggiore della domanda (e dell'offerta turistica): il potenziamento della domanda è legato direttamente alla possibilità di valorizzare per le molteplici figure dei visitatori un ambiente gradevole e attrattivo in grado di garantire forme complementari di fruizione del tempo libero e nel contempo potenziare una armatura territoriale strutturante in grado di permettere l'interazione delle risorse e la mobilità dei flussi sul territorio. E' il cambiamento dei modi di fruire il territorio da parte degli stessi abitanti a rappresentare occasione di potenziamento della domanda. Basta pensare alla

modifica dei rapporti tra tempo libero e tempo di lavoro nella vita quotidiana, all'interesse per una maggiore conoscenza, e quindi cultura sociale ed individuale, che si sta determinando nei confronti del territorio.

L'occasione di una ricerca: la domanda di luogo. - Se il turismo è stato considerato per anni un nemico del territorio, un insieme di attività che genera un'occupazione impropria di suolo, oggi genera domande e opportunità specifiche costituendo una risorsa della pianificazione e della programmazione delle attività sul territorio e occasione di bonifica e restauro oltre che di valorizzazione delle risorse della storia e della natura.

Negli ultimi anni la domanda di "luogo" espressa dalle popolazioni che a vario titolo fruiscono un territorio è profondamente cambiata: al concetto stesso di luogo si è andato gradualmente sostituendo un nuovo rapporto tra continuità e discontinuità dell'abitare. Il ruolo di centralità del territorio stesso non risponde più solo ad una forma di "residenzialità stabile" arrivando ad integrare nuovi flussi e nuove forme d'uso in grado di ridefinire il rapporto fra l'abitare, il muoversi, la capacità di fornire/utilizzare servizi, le attività e, soprattutto, il tempo libero.

In questa fase di passaggio da una forma di residenzialità sostanzialmente legata all'appartenenza ad "un posto", ad una più complessa e articolata forma d'uso del territorio, cresce l'importanza un nuovo "costruttore di geografie stanziali" che va sottolineato: il turismo, generatore di flussi e relazioni ancora difficilmente interpretabili ma i cui effetti si riflettono in forma diversificata sui consumi individuali e collettivi di territorio.

Tale tema ha rappresentato lo spunto di partenza per la ricerca PRIN/2008 "ITATOUR: Visioni territoriali e nuove mobilità. Progetti integrati per il turismo nella città e nell'ambiente". La ricerca si è avvalsa dell'esperienza di cinque sedi universitarie e ha

posto in essere un dialogo tra differenti dimensioni disciplinari su questioni inerenti la difficile relazione fra il turismo e il territorio.

Il lavoro ha sviluppato cinque tematiche su cinque territori: il paesaggio, la mobilità, la stanzialità, le interazioni, la gestione. I territori, partendo dal Nord sono: il lago di Como, il Cilento, la valle del Crati, il Val di Noto, la Val di Mazzara, rispettivamente curate da Giovanna Fossa (Politecnico di Milano), Elvira Petroncelli (Università di Napoli Federico II), Mauro Francini (Università della Calabria), Paolo La Greca (Università di Catania), Nicola G. Leone (Università di Palermo). In ciascuno dei luoghi oggetto di studio è stato fatto un convegno con operatori del settore turistico, studiosi di varie discipline e politici locali.

Le principali domande che la ricerca si è posta sono legate al ruolo delle cinque categorie utilizzate per comprendere lo sviluppo del turismo, sintetizzabili nelle ragioni del territorio portatore di paesaggio, mobilità, stanzialità, interazioni, gestione, nel radicamento e sviluppo del turismo. I punti di arrivo interessano gli atti che possono essere messi in opera per dare luogo a forme di uso turistico del territorio adeguati ai tempi.

La tematica del paesaggio ha rappresentato una dimensione necessaria al grande tema del turismo perché spendibile come approccio per la diffusione condivisa di una forte identità e delle “diverse vocazioni” dei luoghi. Il turismo presenta complessi valori di criticità in quanto realtà economica connessa al valore dei luoghi ma offre innegabili economie indotte dal possibile sviluppo.

Se la comunicazione dell’offerta turistica si serve anche del paesaggio utilizzando le sue qualità come dichiarazione lampante di una promessa da mantenere, le imprese del turismo necessariamente si alimentano dello spostamento di popolazione. Per questo le forme della mobilità sono motivo di sviluppo per le economie dei luoghi animati dall’intrapresa turistica. Si verifica in genere che è la domanda a condizionare i trasporti e successivamente la stessa risposta costituisce occasione di incentivazione della

domanda. La forma e la natura delle infrastrutture del territorio determinano infatti spesso le modalità di sviluppo e la natura del turismo stesso. Per ogni area studio si è teso a comprendere quali fossero le infrastrutture e quindi i vettori della mobilità in grado di determinare un'accessibilità che è premessa indispensabile dell'offerta di territorio.

Si è intesa la stanzialità quale allargamento delle potenzialità del risiedere: al concetto tradizionale di "dimora permanente si è gradualmente sostituito il rapporto tra continuità e discontinuità dell'abitare in una dinamica in cui anche il turismo concorre nel definire geografie nuove di stanzialità nel territorio (Petroncelli, 2012). Chi si trasferisce in un luogo per un certo numero di giorni diventa comunque residente di quel posto per quel tempo in cui vi permane. Ciò comporta che il turista radica in quel luogo le forme che riguardano la sua capacità di vita e chiede, oltre ai servizi che permettono specificatamente la "pratica turistica", un insieme di servizi complementari all'abitazione che spesso si sovrappongono ai servizi per la residenza e configurano una qualità generale dell'insediamento.

Se per il turismo il territorio è un bene radicato e non trasportabile il territorio stesso di fatto si apre a interazioni e funzioni di scambio e integrazione che possono avere o non avere successo in ragione delle differenti forme di turismo. La qualità del territorio, infatti, diviene un attrattore spendibile da sviluppare attraverso azioni che travalicano i limiti della pianificazione tradizionale verso strategie in grado di radicare le attività presenti nel territorio quali occasioni di sviluppo spendibile per il territorio e per il turismo (Urbani, 2004).

In ultimo la pianificazione si è dotata negli ultimi anni di strumenti di controllo generando di fatto una consapevolezza nuova rispetto alle tematiche della gestione e della valutazione, sino a far coincidere le tematiche del piano con quelle più complessive del governo del territorio (Leone, 2013). Con l'esaurirsi dell'urbanistica

della crescita edilizia le nuove procedure di pianificazione, valutazione e controllo, oltre che arginare i fenomeni di occupazione di suolo dei territori più sensibili dovranno misurarsi con il compito di ridefinire nuovi scopi delle ragioni urbanistiche e affrontare aspetti e condizioni derivanti dallo sviluppo del turismo oltre che dalla residenzialità, dall'accessibilità ecc. L'ultimo tema su cui si è misurata la ricerca ha provato a tracciare un quadro degli strumenti capaci di produrre una reale integrazione tra i livelli classici della tradizione urbanistica e quelli più strategici dell'attività turistica. Si è voluto affermare la centralità della questione territoriale e urbana come specificità della intrapresa turistica (Lozato Giotart, 1994).

Il Lago di Como: Il territorio come materia prima. - “La presenza su un territorio fortemente urbanizzato, come quello lombardo, di numerosi bacini lacuali, con elementi di elevata qualità, dimensioni e conformazioni morfologiche variamente modellate, è una situazione che non ha eguali in Italia e rappresenta un sistema unico anche in Europa.” (PTR LOMBARDIA, Documento di Piano, Regione Lombardia, 2010).

L'offerta turistica del contesto territoriale del Lago di Como presenta caratteristiche consolidate, condizionanti dell'intero assetto insediativo e dei luoghi: non si tratta infatti di un territorio da “costruire” per il turismo, quanto da rileggere nella compresenza di offerte turistiche differenziate per proporre integrazioni e trasformazioni innovative in relazione a nuove domande possibili.

Il territorio del Lago di Como (Lario) si sviluppa per 2104 kmq e comprende le provincie di Como e Lecco. Il fascino e la notorietà di questo territorio si riflette nel numero dei visitatori stranieri che con 682.539 arrivi, rappresenta oltre il 60% del 1.122.079 di visitatori che nel 2010 hanno soggiornato in quest'area. È un territorio ricco di paesaggi suggestivi che riflettono un delicato equilibrio tra l'uomo e la natura, in parte compromessi dalle trasformazioni territoriali degli ultimi decenni, caratterizzato

da una predominante componente montuosa (67%) e da aree collinari della Brianza (28%) mentre risultano marginali le aree di pianura (4%). Le aree urbanizzate occupano il 15,3% del territorio e sono concentrate nelle aree metropolitane di Como, Lecco e in Brianza. Le aree protette coprono il 14% del territorio; più incisiva, in termini percentuali, la presenza nel Lecchese pari al 18% mentre nel Comasco le aree protette occupano il 12% del territorio.

La peculiarità di questo territorio è proprio di essere a un tempo produttore di offerta turistica e un generatore di relazioni interne ed esterne, e quindi di domanda. Accresce la capacità attrattiva la vicinanza con aree di forte sviluppo e di buona accessibilità alle principali infrastrutture di trasporto (aeroporti, ferrovie, autostrade).

La sfida del gruppo di ricerca del Politecnico di Milano è consistita nel proporre la messa in rete del turismo tradizionale del lago con il turismo industriale del contesto territoriale (i distretti di Piccole e Medie Imprese della Brianza e della Valsassina: tessile-moda, legno-arredo, ferro) per ritrovare l'integrazione fra il paesaggio costiero e quello delle prealpi e delle colline brianzole, scoprire sinergie fra la tutela delle coste lacustri, il recupero dei rustici a monte, l'archeologia e la riqualificazione ambientale, rivitalizzando e dando nuovo significato agli antichi tracciati riallacciando l'immagine del lago a quella degli storici percorsi transalpini, da Milano verso i passi dello Spluga e del Bernina, famosi nel medioevo per la via del vino e del sale e celebrati dalla cultura romantica dei primi viaggiatori del Gran Tour che li attraversavano per raggiungere il lago.

A livello territoriale, secondo una prima analisi dei fenomeni che hanno caratterizzato negli ultimi anni le trasformazioni più significative del sistema insediativo, si può sottolineare:

- la crescita degli insediamenti circostanti ai capoluoghi ed il decentramento di attività che hanno configurato i poli centrali di un sistema insediativo complesso

intorno a Como e Lecco, con la conseguente crescita di mobilità di scambio;

- l'inglobamento nella struttura economica della corona metropolitana milanese, caratterizzata sia da una polverizzazione insediativa e del sistema d'impresa che dallo sviluppo del terziario tradizionale ed avanzato (anche legato alle sedi universitarie di Como e Lecco);
- il passaggio da un modello insediativo policentrico ad un modello diffuso indifferenziato, il conseguente aumento costante e significativo del tasso di motorizzazione;
- l'aumento del livello di reddito e di scolarità, con conseguente incremento degli spostamenti per motivi di lavoro, studio (e anche, perché no, di turismo);
- l'analisi delle regole compositive e delle dinamiche del costruito ha portato a riconoscere le relazioni tra insediamenti e territorio;
- la Brianza, zona di cerniera tra l'area metropolitana milanese e le aree montane e lacuali. La pianura ha mantenuto la storica vocazione policentrica costituita da un mix di centri medi fortemente relazionati ma scarsamente gerarchizzati, molti dei quali dotati di forte identità sociale ed economica poiché sedi di distretti produttivi. Le urbanizzazioni sono caratterizzate da un tessuto edilizio di recente formazione e diversificazione funzionale;
- i capoluoghi e le aree a loro interrelate, massa critica di funzioni e servizi dove sono localizzate le attività economiche a maggior contenuto di innovazione e crescita potenziale, le attività di produzione immateriale, le attività formative e legate alla ricerca che necessitano di punti di riferimento ed accesso alla rete globale;
- l'urbanizzazione lineare del fondo valle lacuale (Lario e Ceresio) con un tessuto edilizio compatto attestato

lungo gli assi stradali portanti della SS 340 Regina (riva occidentale e verso la Svizzera) e della ex-SS 583 Lariana (sulla riva orientale). Agli insediamenti storici rivieraschi si contrappongono, nella prima fascia collinare, le nuove urbanizzazioni (prevalentemente di seconda residenza), connotate da basse densità e alto consumo di suolo; ne risulta in alcuni casi, una modificazione del paesaggio non sempre compatibile con le condizioni di natura originarie. Il sistema delle ville rivierasche ha trovato nuove forme di utilizzazione (convegnistica e ricettività di lusso) costituendosi come vere e proprie “emergenze”;

- i rilievi montuosi a corona dei laghi principali, con insediamenti sparsi a vocazione quasi esclusivamente residenziale che si attestano lungo (ed alla fine) delle aste di collegamento che risalgono dal fondovalle. Al lento abbandono degli abitanti originari si sostituisce una nuova popolazione transitoria, proveniente dal bacino regionale, che usa in modo stagionale il patrimonio insediativo esistente.

La principale attrattiva del territorio è certamente costituita dalla molteplicità dei paesaggi che riflettono l'identità e la cultura dei luoghi: dal lago, alle montagne, alle valli si articola un'offerta per svolgere molteplici attività in contatto con la natura e con la storia.

Fig. 1 – Colico, Panorama del Lago di Como. Fonte: foto dell'Autrice

Dall'analisi delle presenze turistiche emerge la forte attrattività di questa destinazione nei confronti del mercato internazionale che risulta prevalente rispetto a quello interno. I dati dell'Osservatorio del STL del Lago di Como confermano infatti che sul Lago i turisti stranieri raggiungono il 78% della presenza complessiva. Nelle località montane prevale una domanda italiana composta per la maggior parte da flussi turistici interregionali: un turismo di prossimità legato in particolare all'uso di abitazioni private. Il turista che soggiorna in Brianza e in città, italiano o straniero, è invece maggiormente legato a motivazioni di lavoro.

Un territorio turistico dal cuore antico - Il cuore di questa regione è il Lario: sin dal XVIII secolo località interessata dal Grand Tour che stimola l'interesse dei visitatori con le sue ville costiere e il suo microclima mediterraneo. Tra il XVIII e il XIX secolo il Lago di Como diventa la località di villeggiatura

per l'alta borghesia e la nobiltà milanese e si afferma l'interesse per il paesaggio delle colline della Brianza, caratterizzate dalla presenza dei laghi minori e dai solchi fluviali dell'Adda e del Lambro. A partire dalla seconda metà dell'Ottocento, con l'industrializzazione e lo sviluppo del trasporto ferroviario, cambia il modo di fruire il territorio e, di conseguenza, il paesaggio stesso del Lago. Questo si manifesta in particolare nei centri di maggiori dimensioni (Como, Lecco), in Brianza, e nelle valli (Valsassina, Valle Seveso) che, più di altri territori hanno affrontato il difficile rapporto tra l'industria e la natura, tra la fabbrica e la campagna. Negli stessi anni cambia anche il modo di muoversi e la trama delle infrastrutture si infittisce offrendo nuove opportunità alla frequentazione turistica: la realizzazione del sistema ferroviario, a partire dal 1849 con il completamento del collegamento tra Como e Milano, porta all'apertura delle linee Lecco-Bergamo (1863), Lecco-Milano (1873), Como-Varese (1885) e Como-Lecco (1888). Nel 1884 viene completato il tracciato ferroviario Menaggio-Porlezza (oggi dismesso) finalizzato a creare una connessione internazionale tra l'Italia e la Svizzera attraverso il collegamento tra il Lago di Como e il Lago di Lugano.

Nel 1894 viene completata la linea Lecco-Colico che si sviluppa lungo la sponda orientale del Lago e viene inaugurata la funicolare a vapore che mette in collegamento Como a Brunate. Elettrificata nel 1911, la funicolare contribuisce in modo significativo allo sviluppo turistico della località collinare grazie anche allo spettacolare panorama su Como ed il Lago che si può ammirare durante il viaggio. Si configura così, all'inizio del XX secolo, un sistema moderno ed integrato di offerta di trasporto per i flussi turistici che ha determinato lo sviluppo del turismo locale nel quale ha un ruolo da protagonista la nuova classe borghese. Sul territorio ed in particolare sul Lago si intensifica così la domanda di nuove ville da parte della borghesia di strutture ricettive e di alberghi. A Como, nel 1899, viene fondata la società italiana degli albergatori.

Nel 1924 viene aperta l'autostrada Milano-Laghi che avvicina il lago al suo bacino turistico principale, Milano; al flusso dei turisti si sovrappone quello dei visitatori giornalieri. Tra i principali centri turistici segnalati negli anni venti dal TCI, compaiono diverse località del Lario: Cadenabbia, Cernobbio, Menaggio e Bellagio. Si tratta di un turismo primaverile e autunnale. Non sono segnalate località montane sul territorio lariano (che pure iniziano a svilupparsi) ma solo nella vicina Valtellina.

Grazie anche all'implementazione dell'accessibilità si sviluppa, nel contempo, sia il turismo domenicale, con l'intensificarsi della gita fuori porta, che il turismo stagionale (soprattutto nel centro lago e sul ramo di Como nei centri turistici di Bellagio, Cernobbio, Tremezzo, Cadenabbia, Moltrasio e Como) principalmente di provenienza estera. Nel dopoguerra, dopo gli anni della ricostruzione, comincia il turismo di massa che, seppur in modo meno incisivo rispetto alle località marittime ed alpine, investe anche la regione lariana e la Brianza. Un indicatore dello sviluppo delle attività turistiche sul territorio sono le presenze negli esercizi alberghieri che, tra il 1955 ed il 1965, passano da 692 mila a un milione e 114 mila con un incremento del 60% avviando un trend che, nonostante una flessione negli anni settanta, dovuta alla crisi economica, è continuato in modo progressivo facendo registrare nel 2010, 2 milioni e 76 mila presenze negli alberghi e 3 milioni e 18 mila di presenze totali. E' soprattutto lo sviluppo turistico dovuto alle seconde case a generare le trasformazioni più incisive sul territorio e sul paesaggio portando ad un processo di espansione che ha generato tessuti misti turistico-residenziali che si sono estesi prima nelle aree costiere lacustri, successivamente in un limitato entroterra e sui pendii sovrastanti. Lo stesso tipo di sviluppo edilizio estensivo, caratterizzato da villette mono e bifamiliari e piccoli condomini, si ritrova anche in Brianza per i residenti e nelle località montane per le seconde case (Valsassina e in particolare ai Piani Resinelli).

Parallelamente ai processi di espansione e lottizzazione, nel corso degli anni ottanta e poi in modo più incisivo nei decenni successivi, si sviluppa una maggiore attenzione verso i temi del recupero che coinvolge anche gli spazi destinati alle attività turistiche: rustici e fabbricati storici vengono trasformati in seconde case ma anche agriturismi e bed and breakfast.

Molto incisivo negli ultimi decenni è stato l'impatto delle infrastrutture sul paesaggio: la concentrazione degli investimenti sul trasporto su gomma a discapito di quello su ferro ha determinato situazioni di congestione, in particolare nei fine settimana, lungo le principali direttrici (si pensi in particolare alla SS36 e all'autostrada dei laghi) e determinato la necessità di continui interventi di adeguamento e potenziamento del sistema stradale con inevitabili impatti sull'ambiente e sul paesaggio (Fossa, 2006).

Con la dismissione e la riconversione di molte strutture industriali, l'immagine del territorio è mutata, si è rafforzato il ruolo terziario e turistico ed il rapporto con l'area metropolitana milanese; a livello internazionale il Lago di Como resta un luogo emblematico di sintesi tra natura, storia e cultura, sede di prestigiose associazioni culturali (FAI, balbianello), di meeting economici internazionali (Villa d'Este, Cernobbio) e residenza dei divi del cinema (Clooney, Lesmo).

Recentemente le provincie di Como e Lecco e il STL del Lago di Como sono stati promotori di interessanti progetti promossi orientati allo sviluppo della mobilità sostenibile del miglioramento della fruibilità delle sponde e della realizzazione di greenway; il progetto "Sul Lago di Como senz'auto: infrastrutture e servizi per la mobilità dolce" e il Piano della rete ciclabile della provincia di Lecco.

L'offerta turistica: risorse, opportunità e ospitalità. - Il Lago ha condizionato fortemente l'immagine romantica e pittorica e l'organizzazione degli spazi all'intorno e il loro uso anche ai fini turistici. La stretta fascia rivierasca, la mancanza di un fondovalle

e le limitate disponibilità di spazi vengono ricuciti dal sistema delle infrastrutture viarie e ferroviarie che ritagliano articolati e suggestivi tracciati per i lacuali litoranei. Il comparto turistico è oggi l'elemento caratterizzante dell'economia: le strutture ricettive, di piccole e medie dimensioni, si sono sviluppate sul territorio in forme disordinate. In particolare, lo sviluppo di un turismo affidato alla ricettività in seconde case ha ridotto gli spazi liberi e creato strutture insediative deboli, con una limitata dotazione di servizi o soggette a crisi stagionali per l'aumento delle presenze turistiche.

Nel territorio montano il settore turistico, più degli altri, rappresenta le contraddizioni e gli squilibri dello sviluppo: anche se costituisce indubbiamente una risorsa economica importante, rimane caratterizzato ad una selezione della domanda rivolta agli sport invernali o al fenomeno delle seconde case, stentando a coinvolgere una offerta più vasta e non riuscendo a proporre una integrazione con altre attività, in particolare l'agricoltura, e l'affermarsi di un turismo culturale diffuso che si potrebbe appoggiare anche sull'offerta di parchi e aree protette.

La vicinanza con Milano e con il suo polo fieristico si riflette in una significativa presenza di questo tipo di turismo in Brianza e in alcune località che si affacciano sul Lago. Tali presenze si intensificano e si estendono al territorio in occasione di grandi eventi (il Salone del Mobile o la Settimana della Moda): l'Expo 2015, con i suoi 20 milioni di arrivi previsti, rappresenterà una grande attrattiva turistica per l'intera regione metropolitana milanese e per i "laghi di Milano". Non meno importante ai fini del turismo d'affari è il contesto economico che comprende due tra i distretti industriali più grandi d'Italia, in termini di numeri di addetti delle unità manifatturiere, il distretto del tessile e dell'abbigliamento di Como e della meccanica di Lecco. Ad essi si affianca la significativa presenza del distretto del mobile e dell'arredo della Brianza. Secondo un'indagine a campione elaborata dall'Osservatorio del Turismo, gli arrivi per motivi di lavoro sono pari al 19,3% del totale.

In Brianza si stanno sviluppando nuove domande turistiche che coinvolgono in modo sinergico attività produttive, di ricerca e formazione e che, sebbene attualmente ancora limitate in termini quantitativi, offrono interessanti opportunità per lo sviluppo del turismo in integrazione con l'evoluzione sostenibile del territorio. Si tratta del "turismo industriale tematico" e del "turismo formativo". Il primo vede la cooperazione tra operatori turistici e imprenditori nella creazione di pacchetti turistici finalizzati a far conoscere direttamente ai clienti non solo l'azienda e i processi di produzione ma anche il territorio. Il secondo è invece legato al radicarsi dell'Università sul territorio (Politecnico di Milano e Università dell'Insubria) e al processo di internazionalizzazione che sta investendo le attività formative.

I Capoluoghi generano invece un'offerta turistica legata sia alla fruizione del patrimonio storico che alla domanda di funzioni, servizi specialistici e centri di ricerca e formazione. Di provenienza prevalentemente straniera (60%) uniscono alle visite culturali (ville, centri storici), gite di carattere naturalistico ambientale (la Spina Verde di Como).

Indicatore	PROVINCIA LECCO	PROVINCIA COMO	TOTALE (C+L)
Esercizi alberghieri variazione 1999/2009	0,9%	-16,2%	-10%
Esercizi extra- alberghieri var. 1999/2009	1164%	131,6%	239,5%
Aziende agrituristiche var.e 1999/2009	92,8%	170%	132,7%

Tab. 1 – Offerta ricettiva, dati aggregati per provincia, variazione 1999/2009, Fonte: STL

Dall'analisi dei dati di sintesi sull'offerta ricettiva e dal confronto con i dati della variazione 1999/2009 si possono individuare alcune linee di tendenza:

- il settore della ricettività convenzionale è caratterizzato da una presenza di alberghi di 4 e 5 stelle nell'ambito del Centro Lago, nei capoluoghi e nella Brianza legati ad un turismo prevalentemente di affari e culturale. Le strutture ricettive di 3, 2 e 1 stella sono invece distribuite sul territorio in modo più omogeneo (con concentrazioni in Centro Lago, Brianza, Alto Lago e Valle Intelvi);
- il settore della ricettività non convenzionale vede invece una distribuzione di strutture di grandi dimensioni (villaggi e campeggi) concentrate in prevalenza nell'Alto Lago e nell'area del Ceresio; strutture di medie dimensioni (agriturismi, ostelli e case per ferie) concentrate in Alto Lago ed in Brianza, strutture di piccole dimensioni (affittacamere, b&b, case per vacanze) concentrati in Alto Lago, Brianza e Capoluoghi;
- c'è stata una riduzione complessiva delle strutture ricettive tradizionali (soprattutto in provincia di Como) e un aumento (in alcuni casi una "fondazione" della ricettività non convenzionale e delle aziende agrituristiche);
- la significativa riduzione delle strutture ricettive convenzionali di livello basso (1 e 2 stelle) è stata determinata anche dall'aumento e dall'articolazione dell'offerta ricettiva non convenzionale.

Il Sistema Turistico Lago di Como: ambiti territoriali e prodotti turistici. - Il Sistema Turistico Lago di Como è stato istituito, seppur in fase embrionale, fin dal 2003, quando le Province di Como e di Lecco, dapprima separatamente poi congiuntamente, cominciano a ragionare sulla necessità di creare una forma di

coordinamento delle iniziative pubbliche in campo turistico. Questa prima riflessione ha trovato un supporto normativo nella LR 8/2004 “Norme per il turismo in Lombardia”, che, recependo in maniera originale la Legge Quadro nazionale, invita gli Enti locali e gli imprenditori alla costituzione dei sistemi turistici. Nel novembre del 2005 con la DGR VII/1159 del 23/11/2005 è stato riconosciuto ufficialmente il Sistema Turistico Lago di Como come strumento di Governance. La sua azione si concretizza nella predisposizione e realizzazione del Programma di Sviluppo Turistico. Si tratta di un insieme di progetti integrati che si sviluppano nell’arco di un triennio e si prefiggono di favorire le sinergie fra gli attori del Sistema, risolvendo le problematiche principali del turismo lariano.

Attraverso la lettura della struttura morfologica del territorio e della dotazione turistica il STL ha proposto una articolazione in dieci ambiti territoriali:

- la Valle Intelvi, con indice di notorietà contenuto ma con in atto una prima riqualificazione turistica;
- le Alpi Lepontine, turisticamente molto poco sviluppate e deboli, fanno parte del prodotto turistico dell’Alto Lago(mercato turistico tedesco);
- la Valsassina, che pur vantando un passato turisticamente rilevante non sembra avere attualmente grande capacità attrattiva;
- la Valle San Martino, dove ad un calo del turismo di villeggiatura corrisponde un aumento del turismo d’affari grazie alla posizione lungo l’asse Bergamo-Lecco;
- il Triangolo Lariano che fatica ad affermare la propria immagine presso i mercati stranieri, tre cresce il turismo sportivo regionale e metropolitano;

Fig. 2 – Bellagio, il waterfront. Fonte: foto dell'Autrice

- il Basso Lago, caratterizzato da un'ottima notorietà e strutture di eccellenza, che accusa negli ultimi anni una contrazione della durata media del soggiorno;
- il Centro Lago, caratterizzato da un indice di notorietà e un patrimonio di offerta turistica solido, e da una crescente permanenza media;
- l'Alto Lago, sostanzialmente differente dal resto del bacino, offre un prodotto più vicino allo sport e al turismo naturalistico;
- il Ceresio, legato al versante vallivo che si affaccia sul Lago di Lugano, interessato soprattutto da turismo straniero;
- i Capoluoghi, Como e Lecco, interessati da una commistione di forme fruibili turistiche. La diminuzione del soggiorno medio è indice di una nuova vocazione business, mentre l'andamento delle presenze nel corso

dell'anno delinea un andamento costante con una sommità in agosto;

- la Brianza, caratterizzata da una vocazione turistica legata agli affari.

Fig. 3 – Varenna, Riva dei Marmisti. Fonte: foto dell'Autrice

Gli ambiti turistici del Lago di Como

- MONTAGNA
- LAGO
- AFFARI
- CAPOLUOGHI

Fig. 4 – Gli ambiti turistici del lago di Como. Fonte: elaborazione dell'Autrice, 2012

Ambiti	Numero Comuni	Popolazione (ab.)	Densità (ab/Kmq)	Superficie (Kmq)
AFFARI	134	629.103	811	721,13
Brianza	134	629.103	811	721,13
CAPOLUOGHI	2	133.377	1.549	83,27
Como	1	85.263	2.107	37,34
Lecco	1	48.114	991	45,93
LAGO	44	91.177	168	563,34
Alto lago	13	29.022	197	169,66
Basso lago	14	34.550	178	180,69
Centro lago	13	17.798	138	136,81
Ceresio	4	9.807	132	76,18
MONTAGNA	72	81.498	146,18	736,50
Alpi Lepontine	17	11.411	54	237,94
Valle San Martino	6	9.543	664	84,42
Valle Intelvi	13	23.487	98	37,40
Valsassina	23	21.929	71	293,49
Triangolo Lariano	13	15.128	206	83,25

Tab. 2 – Articolazione degli ambiti del STL per numero di comuni, superficie e popolazione. Fonte: ISTAT, 2010, elaborazione dell'Autrice

Il STLC può essere facilmente letto attraverso la lente del prodotto prevalente proposta dall' Istat. Il concetto di “prodotto turistico prevalente” è presente in tutte le analisi del fenomeno turistico come l'insieme di beni e servizi di un territorio che, messi a sistema, compongono un'offerta in grado di rispondere alle esigenze di specifici segmenti della domanda turistica. In base a questa classificazione, si assume per ogni porzione di territorio analizzata (regioni, province, città, etc...) che il prodotto che genera maggiori presenze sia l'unico prodotto turistico dell'area in questione.

I prodotti turistici dovrebbero quindi essere in grado di riassumere la molteplicità dei flussi turistici che sono interessati all'area: facendo un passo in più, divengono prodotti complessi

legati alle risorse e alle competenze delle imprese sul territorio la cui offerta non può essere isolata, ma combinata in un sistema integrato a rete.

Il Programma di Sviluppo Turistico del STL 2009-2011 definisce il prodotti turistici come tipologie di offerte di esperienze turistiche (strutturate o non strutturate) secondo un modello di fruizione potenzialmente realizzabile in una dimensione di filiera verticale che risponde ad una nicchia di domanda specializzata. Esperienze intese come una serie di servizi che vengono assemblati dal turista finale in base alle sue capacità di costruzione dell'esperienza turistica. Il Programma, in accordo con quanto proposto dall'ONT (ONT, Analisi dei prodotti turistici, 2011), definisce il STL Lago di Como come una destinazione multi-prodotto articolando l'offerta in tre macro-prodotti:

- il Lago, meta di turismo leisure e relax di media durata;
- la Montagna, meta di turismo sportivo e di villeggiatura;
- la Brianza, meta di turismo d'affari.

A cui si aggiunge un'ulteriore Area anche in relazione alla domanda generata dai servizi di livello superiore e dall'università: i Capoluoghi, meta di turismo leisure e d'affari.

Ciascuna di queste aree-prodotto è caratterizzata da un'offerta diversificata in termini di infrastrutture e da una domanda altrettanto diversificata in termini di provenienza, preferenza e capacità di spesa.

ARRIVI STLC 2010						
Lago	327.096	34,65%	117.839	66,16%	444.935	39,65%
Montagna	32.483	3,44%	17.831	10,01%	50.314	4,48%
Affari	371.982	39,41%	23.608	13,26%	395.590	35,26%
Capoluoghi	212.414	22,50%	18.826	10,57%	231.240	20,61%
Totale STLC	943.975	100%	178.104	100%	1.122.079	100%
PRESENZE STLC 2010						
Lago	989.207	47,65%	707.452	75,07%	1.696.659	56,21%
Montagna	99.251	4,78%	59.723	6,34%	158.974	5,27%
Affari	560.035	26,98%	109.226	11,59%	669.261	22,17%
Capoluoghi	427.482	20,59%	66.023	7,01%	493.505	16,35%
Totale STLC	2.075.975	100%	942.424	100%	2.931.399	100%
SOGGIORNO MEDIO STL 2010						
Lago	3	47,60%	6	75,1%	3,8	56,2%
Montagna	3,1	4,8%	3,3	6,3%	3,2	5,3%
Affari	1,5	27%	4,6	11,6%	1,7	22,2%
Capoluoghi	2	20,6%	3,5	7%	2,1	16,3%
Totale STLC	2,2	100%	5,3	100%	2,6	100%

Tab. 3 – Distribuzione dei flussi turistici per aree. Fonte: Osservatorio STLC su dati Uffici Statistici Province di Como e Lecco. Fonte: elaborazione dell'Autrice

L'Area Lago può essere definita da sempre “locomotiva trainante” del STLC in quanto registra oltre il 40% degli arrivi ed il 50% delle presenze rispetto all'intero territorio. Frequentata in misura maggiore da turisti stranieri (sono oltre il 70%) che scelgono di farvi una vacanza per motivi leisure e relax, in quest'area sono presenti strutture ricettive di elevata qualità per gli amanti del turismo lusso (i quattro hotel 5 stelle del STLC si concentrano tutti nel basso-centro Lago) ma anche molti campeggi (nell'alto Lago) per gli amanti del turismo “all'aria aperta”.

In ogni caso sia gli italiani che gli stranieri prediligono soggiornare nelle strutture alberghiere dell'area. Nel corso degli ultimi cinque anni (dal 2007 al 2011) gli arrivi e le presenze sono cresciuti di oltre il 12% (gli arrivi sono passati da 437.903 a 492.020

e le presenze da 1.600.525 a 1.803.773); la tendenza positiva è da attribuirsi totalmente all'ottima performance dei mercati stranieri, cresciuti in modo costante nel corso degli anni. Il numeri degli Italiani si è mantenuto pressoché costante nel tempo, con un piccolo negativo solo a cavallo del 2008 e 2009, periodo di inizio della crisi economica che ha investito l'intero Paese.

L'Area Montagna è il prodotto meno forte del STLC in quanto registra i flussi più contenuti, in termini assoluti, sia di arrivi che di presenze. Come tradizione è frequentata in misura maggiore dagli Italiani anche se il divario con le presenze straniere si sta riducendo anno dopo anno (entrambe le tipologie di turisti preferiscono soggiornare di gran lunga presso le strutture alberghiere).

Nell'arco degli ultimi cinque anni, infatti, si è assistito ad un lento riposizionamento della domanda interna ed internazionale: arrivi e presenze degli Italiani sono lentamente diminuiti (nel 2007 gli arrivi erano 29.331 e le presenze 116.117; nel 2011 si sono registrati 26.566 arrivi e 90.064 presenze), quelle degli stranieri risultano in costante crescita (dal 2007 al 2011 gli arrivi sono passati da 15.941 a 25.769 e le presenze da 39.705 a 64.357). Ovviamente la contrazione degli Italiani, oltre a testimoniare delle reali problematiche interne alla domanda nazionale, potrebbe essere influenzata dalle situazioni atmosferiche più o meno favorevoli registrate nei diversi anni, che pesano sulla scelta dei short break dei turisti di prossimità. La Montagna è infatti un tipico prodotto stagionale, caratterizzato da un picco dei flussi turistici in estate, ed altamente influenzato dalle condizioni climatiche.

Fig. 5 – I prodotti turistici del lago di Como. Fonte: elaborazione dell'Autrice, 2012

L'Area Affari (territorio della Brianza) è il secondo prodotto più “acquistato” all'interno del STLC (dopo l'Area Lago). I turisti di quest'area, avendo come motivazione prevalente il viaggio business, preferiscono alloggiare presso strutture ricettive alberghiere di fascia medio alta. Attualmente risulta ancora maggiore la frequentazione da parte degli Italiani anche se il numero degli stranieri è in continua crescita e si avvicina sempre più a quello dei nostri connazionali.

La Brianza negli ultimi anni ha fatto registrare le crescite più forti e continuative all'interno del STLC (dal 2007 al 2011 gli arrivi sono passati da 275.883 a 430.184 e le presenze da 498.804 a 727.609): italiani e stranieri sono aumentati in modo considerevole non solo negli hotel, ma anche presso le strutture complementari. Questi dati sembrerebbero delineare come all'interno dell'Area Affari le strutture di accoglienza si stiano orientando sempre più ad accogliere non solo la tipica domanda business ma anche a quella

legata allo svago. Anche la permanenza media conferma sempre più la compresenza di due tipologie di domanda (affari e leisure): mentre presso gli esercizi alberghieri il soggiorno risulta tipico di un turismo business, inferiore quindi ai due giorni (1,6); negli esercizi complementari la permanenza media supera i 3 giorni segno di una presenza di clienti interessati prevalentemente allo svago.

Le due città Capoluogo (Como e Lecco) si caratterizzano per la compresenza di turismo d'affari e leisure, la permanenza media si attesta a 2,1 giorni. Nel corso degli ultimi anni si è assistito ad una graduale diminuzione di turisti Italiani, mentre il numero degli stranieri, dopo un momento di crisi vissuto nel 2008 e 2009, ha ricominciato a crescere, in particolar modo negli hotel: dopo alcuni anni in cui la domanda sembrava, quindi, orientarsi verso modalità di soggiorno meno costose e più “spartane”, nell'ultimo periodo si sono osservati i primi cenni di riposizionamento verso l'alto.

Urbanistica e turismo: la domanda e l'offerta di territorio. - Il turismo è considerato da anni come una forma impura di occupazione di suolo, un valore antieconomico difficilmente spendibile nelle pratiche di governo del territorio, considerato per lo meno come un “disvalore non dimensionabile”, eventualmente da aggiungere alle altre funzioni prettamente urbane. La necessità di “risolvere” le attività del secondario, della residenza stabile e dei servizi (i famigerati standard), ha di fatto escluso un settore importante e vitale dagli obiettivi del pianificare. La ricerca ITATOUR ha avuto quale punto di partenza il trovare forme di interazione fra turismo e territorio abbandonando le posizioni tradizionali dello zoning verso nuove opportunità e spendibilità offerte dal settore turistico per lo sviluppo del territorio pur nella “continuità di un pensiero che possiede storie, impegni, volontà e capacità di lavoro” (Leone, 2012).

Per poter “girare pagina” è stato necessario ridefinire la relazione, spesso complessa, fra domanda e offerta (di territorio, di turisti, di sviluppo) e quindi fra imprenditori (investitori e operatori

turistici), fruitori (turisti sia stanziali che giornalieri) e, in forma trasversale, amministratori. Questa relazione sta, pur con una certa lentezza, modificandosi e articolandosi sempre più. A seguito anche delle recenti trasformazioni sociali, economiche e produttive, l'offerta di territori turistici è oggi aumentata grandemente fino ad essere maggiore della domanda stessa portando ad una competitività fra territori e all'articolazione in segmenti di offerta differenziati: l'utente, cliente virtuale, può scegliere tra le diverse proposte arrivando a ridefinire le caratteristiche qualitative e quantitative delle proposte stesse (turismo culturale, naturalistico ed ambientale, ecc). Questo comporta una maggior attenzione alla domanda posta dal consumatore anche in termini di qualità aggiunta dei servizi, dell'accessibilità, dell'ambiente e del territorio nel suo complesso, generando nuovi tipi di domanda, articolati in quanto connessi:

- da una parte nella definizione della qualità “generale” dell'offerta non solo di ricettività (servizi ed attrezzature, trasporti, ecc.);
- dall'altra nella ricerca di una qualità ambientale, di fruizione, informazione ed eventi, ecc.

Il concetto di turismo varia a seconda di chi lo usa. Per un imprenditore turistico il turismo è “un insieme integrato di servizi di composizione variabile, il cui nucleo centrale caratterizza la produzione e il tipo di azienda turistica che lo offre”. Per un turista il turismo “è un insieme di fattori ambientali e strumentali nel quale confluiscano gli elementi d'attrazione, i servizi e le facilities, gli elementi d'accesso alla destinazione, l'immagine della destinazione, l'informazione.” (Casarin, 1996).

La prospettiva del turista (domanda) e la prospettiva dell'operatore turistico (offerta) sono opposte e complementari:

- gli imprenditori fanno riferimento al livello dei servizi turistici secondo una dimensione verticale (di servizio), focalizzando l'attenzione alle fasi della filiera di produzione ed erogazione dei servizi che stanno a monte ed a valle dell'offerta turistica;
- il turista fa riferimento al livello logico dell'esperienza, secondo una dimensione orizzontale, sintesi sistemica di servizi offerti da diversi soggetti, non solo privati.

La recente graduale articolazione della “domanda turistica” del Lago sta portando ad una diversificazione in una molteplicità di forme che ancora in parte sfuggono a molti degli operatori turistici (al turismo tradizionale alberghiero si affianca il turismo non convenzionale meno definibile nei contorni normativi nonché di controllo di gestione): sono aspetti di cui tenere conto per le potenziali positive ricadute sociali ed economiche ma che vanno valutati attentamente per i rischi che possono comportare con politiche non attente alle ricadute sociali ed urbanistiche e alla loro capacità o meno di divenire fatti permanenti del cambiamento o rimanere solo segni effimeri.

Se il territorio del Lago, “turisticamente costruito” costituisce da la “materia prima” per lo sviluppo dell'intero STL i beni e le risorse che determinano tale capacità d'attrazione non sono “esclusivamente” orientati al “turista” ma, al contrario, possono riferirsi ad una platea molto più vasta di utenti (abitanti, city user, ecc.) creando interconnessioni complesse e spesso conflittuali.

Per una gestione equilibrata del territorio, sia sotto il profilo urbanistico che del settore turistico, appare evidente pensare non tanto all'aumento dell'offerta, quanto alla qualificazione del patrimonio esistente sia attraverso specifiche azioni di recupero, che attraverso la messa a punto di una rete di offerta qualificata di servizi (commercio legato ai centri produttivi, enogastronomia, ecc.) e di accessibilità. A questo obiettivo principale si affiancano una serie di corollari:

- la varietà del territorio del lago, essendo esso costituito da un insieme di attività, forme fruibili, competenze e offerte a target diversificati di cui tener conto per la differenziazione dell'offerta;
- la gestione più che il controllo, essendo il settore turistico essenzialmente privato, e quindi non completamente controllabile da chi gestisce le azioni di pianificazione e programmazione;
- la valorizzazione della non riproducibilità delle sue risorse: si vogliono intendere quelle problematiche di sfruttamento del territorio che influenzano la capacità di sostentamento del territorio stesso e, in un'ottica turistica, la perdita di attrattività sul mercato;
- la contestualizzazione, in quanto il prodotto turistico non può essere separato dalla propria collocazione territoriale.

Fig. 6 – Varenna, Villa Cipressi. Fonte: foto dell'Autrice

La prospettiva di sviluppo e di valorizzazione del territorio “turistico” si basa sul riequilibrio della relazione fra l’offerta e la domanda di residenzialità secondo alcune linee di indirizzo:

- la prima, la più evidente ed immediata, è la ridefinizione delle forme insediative e dei servizi ad esse collegate lavorando sulla capacità attrattiva del territorio stesso, sulla disponibilità di spazio e sulla predisposizione di specifiche condizioni favorevoli (ad es. presenza di infrastrutture, di efficienza nella P.A., di dinamismo imprenditoriale, etc.);
- la seconda è relativa alla valorizzazione del significato simbolico del territorio come luogo: una relazione bidirezionale in grado di assegnare un valore aggiunto agli elementi dell’offerta (l’industria, l’artigianato, l’enogastronomia, ecc.) riaffermando il ruolo comunicativo e promozionale del prodotto turistico nell’appartenenza ad una determinata porzione territoriale (una sorta di “marchio”). Ciò, attraverso il rafforzamento dei caratteri identitari in grado di consolidare e differenziare l’offerta rispetto ai territori concorrenti, facilitandone nel contempo l’accesso, sia sotto il profilo logistico – materiale che informativo;
- la terza linea concerne l’aspetto turistico per eccellenza e riguarda la visita del territorio, che si basa sulla capacità continua di rispondere alla “domanda” in continua trasformazione e alla rigenerazione dei flussi turistici sul territorio stesso.

Dall’azione combinata di queste linee di approccio scaturisce un nuovo disegno degli elementi di narrazione dei luoghi in grado di ridefinire i termini di una offerta che non sia solo legata

all'imprenditorialità ma alla reale ed efficace capacità di risposta della gente che vi vive ed opera.

Ancora ricerca, ancora territorio. - La partenza e lo sviluppo di una ricerca che coinvolge più sedi universitarie non è mai semplice: si ereditano conoscenze, presupposti, concetti che si devono far colloquiare; il ritmo dettato dalle scadenze dei seminari e la necessità di coordinamento e confronto fra le unità spesso privilegia i contenuti metodologici e allontana i territori. Nel portare avanti la ricerca ITATOUR si è voluto sviluppare l'osservazione diretta della realtà dei territori studiati senza abbandonare cultura, contenuti e capacità tecniche specifiche. "L'attivazione dei seminari nei territori oggetto di studio ha permesso di vedere, ascoltare, capire i differenti modi in cui il turismo si manifesta in questi luoghi, ma anche di confrontare modalità di approccio delle cinque unità operative." (Leone, 2012). Questo ha permesso di mantenere la sostanziale "unità del sentire" della partenza sviluppando alcune utili differenze.

Le tematiche delle cinque unità operative intorno alle categorie scelte per lavorare sulle aree di studio (il paesaggio, la mobilità, la stanzialità, le interazioni, la gestione) si sono allora arricchite di argomentazioni fortemente connesse alla natura dei territori studiati. La ricerca ha portato a comporre un racconto di luoghi capace di fornire una "ragione sociale nuova a territori antichi" (Leone, 2012) trovando alcune possibili soluzioni su come modificare alcuni aspetti della tradizione culturale dell'urbanistica e definire un nuovo rapporto con il turismo "nell'apparenza marginale, invece affascinante quanto difficile da affrontare" (Imbesi, 2012).

D'altra parte da sempre la disciplina urbanistica ha mantenuto insieme una doppia natura:

- una tecnica e legale di regolamentazione del suolo e degli edifici, fondamentale per la pratica ordinaria di

pianificazione che però se lasciata sola perde gli scopi sociali che la animano;

- un'altra, previsionale, ovvero capacità di interpretare il presente per intravedere e quindi aiutare a determinare il futuro; un'assunzione di responsabilità importante che si traduce nel delineare visioni, scenari di sviluppo “strutturale” in cui muoversi per la valorizzazione del territorio.

E' in questa “seconda” natura che va cercata una interazione nuova con il settore turistico, un suo ambito di riconoscimento e di integrazione, pur nel mantenimento di una autonomia nel delineare le convenienze turistiche (localizzative, aggregative, funzionali, ecc.) tipiche di un settore prevalentemente ad investimento privato.

Non si tratta di pensare solo a distretti funzionali per lo svolgimento dell'attività turistica, spesso avulsi dal territorio: la ricchezza di suggestioni che ci hanno offerto i territori studiati (o meglio dire osservati) è costituita proprio dal mix di offerte di attrezzature di natura diversa e non dalla rigida separazione funzionale tra le attività. Si tratta perciò di tendere a definire, nei progetti di intervento, le possibili compenetrazioni tra caratteri ed esigenze diverse spesso non direttamente legate al turismo ma da questo fruibili attraverso un adeguato *marketing*, contribuendo così a realizzare una offerta alternativa al tradizionale sistema litoraneo. I progetti pilota presentati in questo programma rappresentano infatti uno dei modi possibili attraverso cui correlare e mettere a “sistema” risorse ambientali storiche e culturali, da una parte, e attrezzature territoriali e urbane dall'altra.

La capacità dei territori di preservare la complessità e il valore del patrimonio culturale locale nei processi di trasformazione per la fruizione turistica scaturirà dalla compenetrazione di due aspetti: da una parte la riconfigurazione e la riappropriazione dell'identità locale dei territori turistici, dall'altra la necessità di proiettarsi in

modo dinamico in un “circuito” territoriale allargato per configurare una rete di offerta integrata ma diversificata.

Nella ricerca di un accordo armonico fra turismo e territorio c'è infine un ultimo aspetto, non meno importante, che è quello di stimolare la crescita di una cultura turistica del territorio. Una cultura che sappia superare gli adattamenti spontanei dell'imprenditorialità turistica, affidati al *marketing* operativo, puntando sulla progettualità strategica - e quindi sulla ricerca - da cui far discendere decisioni politiche e “good practices” (i progetti pilota per esempio). Le buone pratiche di gestione turistica di un territorio non potranno allora essere solo un fatto tecnico, ma reali occasioni di crescita su cui costruire una cultura diffusa dell'offerta che consenta di innescare il cambiamento all'interno di una strategia condivisa di sviluppo e di valorizzazione.

Bibliografia

- F. Casarin, *Il marketing dei prodotti turistici. Specificità e varietà*, Torino, Giappichelli, 1996.
- G. De Napoli, *Tuttoturismo*, “Urbanistica Informazioni”, 2005, 204, pp. 14-15.
- C. De Seta, *Bella Italia. Patrimonio e paesaggio tra mali e rimedi*, Milano, Electa, 2008.
- C. De Seta, *L'Italia nello specchio del Grand Tour*, in *Storia d'Italia, Annali*, Torino, Einaudi, 1982, pp. 127-263.
- C. Ferrata, *La fabbricazione del paesaggio dei laghi: giardini, panorami e cittadine per turisti tra Ceresio, Lario e Verbano*, Bellinzona, Casagrande, 2008.
- G. Fossa, *La riqualificazione dei contesti dei nodi infrastrutturali. Un atlante per Milano*, Milano, Skira, 2006.
- M. Francini, A. Palermo, *La pluralità del paesaggio nel progetto del patrimonio territoriale*, in *Atti della XV Conferenza SIU, L'urbanistica che cambia. Rischi e valori*, Pescara, 2012.
- Planum. The Journal of Urbanism*, 2012, 25, <http://www.planum.bedita.net/siu/xv-conferenza-nazionale-siu-atelier-7-bis>

- G. Imbesi, *Il sapore, dolce, della ricerca*, in N.G. Leone (a cura di), *ITATOUR Visioni territoriali e nuove mobilità: Progetti integrati per il turismo nella città e nell'ambiente*, Milano, Angeli, 2012, pp. 11-23.
- R. Koolhaas, *The generic city*, in O.M.A., R. Koolhaas, B. Mau, *S,M,L,XL*, New York, The Monacelli Press, 1995, p. 1248.
- E.J. Leed, *La mente del viaggiatore, Dall'odissea al turismo globale*, Bologna, Il Mulino, 1991.
- N.G. Leone, *Le ragioni del territorio e del turismo*, in N.G. Leone (a cura di), *ITATOUR accessibilità diffusa, spazi del tempo libero e territori del turismo nella punta occidentale della Sicilia*, Milano, Angeli, 2013, pp.15-21.
- N.G. Leone, *Dal paesaggio alla gestione*, in N.G. Leone (a cura di), *ITATOUR Visioni territoriali e nuove mobilità: Progetti integrati per il turismo nella città e nell'ambiente*, Milano, Angeli, 2012, pp. 23-36.
- A. Marin, *Turismo e urbanistica: strategie, strumenti e progetti*, in “Urbanistica Informazioni”, 2005, 204, pp. 9-24.
- D. Pandakovic, A. Dal Sasso, *Saper vedere il paesaggio*, Milano, Città Studi, 2009.
- E. Petroncelli, *Stanzialità, turismo, territorio tra locale e globale*, in N.G. Leone (a cura di), *ITATOUR Visioni territoriali e nuove mobilità: Progetti integrati per il turismo nella città e nell'ambiente*, Milano, Angeli, 2012, pp. 167-176.
- L. Urbani, *Introduzione*, in D. Gulotta, F. Naselli, F. Trapani (a cura di), *Motris. Microcentralità relazionali nel Mediterraneo. Mappatura dell'offerta di turismo relazionale integrato in Sicilia*, Palermo, Gulotta, 2004, pp. 17-22.