

ALLA RICERCA DI UNA RICETTIVITÀ «LOW COST»: TENTATIVI DI RISPOSTA NELL'AREA BERGAMASCA

di Andrea Macchiavelli¹ e Stefania Licandri²

¹ Università degli Studi di Bergamo; Direttore del Cestit *

andrea.macchiavelli@unibg.it

² Università degli Studi di Bergamo; Ricercatrice del Cestit

stefania.884@libero.it

doi: 10.7358/rst-2013-01-02-macc

ABSTRACT

This paper analyses the growth of a low cost accommodation in Bergamo and in its province. The work presents four paragraphs and final conclusions. In the first two paragraphs we define the most important changes occurred in tourist behaviours in the last years and we describe the excellent performance reported by Orio al Serio airport thanks to the low cost flight policy. Nowadays the tourist/vacationer, who has a strong decision-making power, asks for new cheap solutions, essential services and short-break trips. In order to meet the needs of this new consumer the tourist market, especially in Bergamo, is in progress. Thanks to the low cost flight policy, during the last years international tourist arrivals at Orio al Serio airport increased, despite the recent world economic crisis. The results of some studies realised by University of Bergamo confirm that the international tourist in Bergamo is more and more a low profile tourist who searches for cheap solutions, but also good quality services. This means that he has little spending power, but he doesn't give up travelling. For this reason in the other two paragraphs we illustrate the expansion of new hospitality accommodation in the city and in its province. If in the past Bergamo and its province lived thanks to business tourism, today the growth of Orio al Serio airport promotes new ways of tourist consumption. So in the last years this hospitality industry reorganised an offer based on particular strategies aimed at keeping low production costs. The rationalisation of

* Centro studi per il turismo e l'interpretazione del territorio.

human resources, the reduction of energy consumption, special prices policies, the use of Internet for promotion allow to keep and offer low costs and good quality. Thanks to all these new solutions the hospitality industry in Bergamo is increasing more and more its competitiveness, although a lot of problems persist in particular with regard to hotel chains and a culture of hospitality still closed and little innovative.

Keywords: bed and breakfast, budget hotel, essential services, guest house, low cost airport, low cost flight, low cost hospitality, low cost policy, short-breaks, tourist behaviour.

1. IL CONTRIBUTO DEI VOLI «LOW COST» A UN NUOVO MODO DI VIAGGIARE

Il concetto di *low cost* nel settore turistico richiama innanzitutto la rivoluzione vissuta dal trasporto aereo negli ultimi anni. L'entrata nel mercato delle compagnie aeree *low cost*, verificatasi massicciamente non più di una decina di anni fa, ha portato un incremento di offerta di voli a basso costo che ha condotto a una democratizzazione del viaggio aereo e per molte persone a una familiarizzazione con il volo sconosciuta in passato.

È innegabile che le conseguenze più eclatanti di questo nuovo modo di fare turismo si siano riflesse in un forte aumento delle frequenze di viaggio, in un utilizzo sempre più invasivo della rete nella prenotazione dei servizi, nonché nell'esperienza di autorganizzazione della vacanza breve (Orsini, 2008). Occorre, dunque, mettere in rilievo come queste nuove tendenze abbiano influenzato un forte cambiamento nelle abitudini di viaggio e nei comportamenti di consumo del turista contemporaneo. Si pensi, ad esempio, alla frammentazione della consuetudine al viaggio, che risponde al bisogno di un numero di vacanze maggiore rispetto al passato, per soddisfare desideri differenti, ma dalla durata inferiore. Secondo Valeria Minghetti¹, il *trend* attuale non si indirizza verso la rinuncia al viaggio, ma verso la ricerca di soluzioni più economiche

¹ Valeria Minghetti è ricercatrice presso il Centro internazionale di studi sull'economia turistica (Ciset) dell'Università Ca' Foscari di Venezia. Ha lavorato in diversi progetti su tematiche turistiche.

riducendo, appunto, la durata del soggiorno. Cambiano, infatti, le formule di vacanza e di acquisto: cresce l'esigenza di personalizzazione e di autonomia nella scelta del soggiorno (il cosiddetto «turismo fai da te»), ma anche l'interesse per soluzioni *low cost* e *last minute* (Minghetti, 2006).

L'apertura di nuovi mercati consente l'accesso ad un maggior ventaglio di destinazioni e la concorrenza tra queste, si gioca sempre più tra i servizi che ciascuna località è in grado di offrire. In questo contesto la tradizione artigianale, enogastronomica e immateriale dei territori acquista importanza e costituisce un importante complemento all'offerta monumentale e museale. Inoltre, la nuova sensibilità al prezzo comporta un cambiamento nella percezione del prodotto turistico, che si manifesta nella rinuncia a parte della flessibilità in cambio della soddisfazione dei servizi essenziali. Tutto questo, in una cornice di crescente autonomia e intraprendenza nelle scelte di viaggio condotte dal turista. Emerge la figura dell'*empowered consumer*, che con il suo diverso modo di concepire la vacanza esprime la necessità di un contenimento dei costi di viaggio. In sostanza si tratta di una nuova modalità di fruizione turistica, fondata sull'immagine di «turismo *low cost* come stile di viaggio, come scelta consapevole che connota l'individuo e che accomuna differenti classi sociali» (Forno - Garibaldi, 2011).

2. DALLO SVILUPPO DELL'AEROPORTO DI ORIO AL SERIO NUOVE PROSPETTIVE TURISTICHE PER L'AREA BERGAMASCA

Nello specifico del contesto bergamasco l'analisi di un nuovo approccio *low cost* al viaggio assume notevole rilevanza. Va innanzitutto notato come per questo territorio la scelta di puntare sul traffico aereo *low cost* si sia rivelata decisiva ai fini dello sviluppo turistico. Agli inizi del 2000 in concomitanza con il primo sviluppo del volo *low cost* in Europa, generato da una drastica deregolamentazione nel settore del trasporto aereo, alcune compagnie *no frills* identificano nell'aeroporto di Orio al Serio l'infrastruttura adatta alle loro politiche strategiche, soprattutto in quanto ubicato a limitata distanza da Milano e quindi fruibile come aeroporto *low cost* per l'area metropolitana. In effetti, dal 2003, anno

dell'insediamento ad Orio di *Ryanair*, principale compagnia aerea *low cost* europea, i flussi passeggeri subiscono vistosi incrementi, raggiungendo nel 2012 gli 8,9 milioni di passeggeri, ad un tasso di crescita annuo vicino al 10%. I dati della SACBO, società di gestione dell'aeroporto, indicano che la crescita più consistente si registra nel corso dei primi sei anni dell'ultimo decennio, con tassi di crescita pari al 30,5% dal 2004 al 2005 e al 20,4% dal 2005 al 2006, incrementi che comunque continueranno con tassi a due cifre anche negli anni successivi, tanto da portare l'aeroporto di Orio ai vertici della graduatoria nazionale degli aeroporti per numero di passeggeri. Solo la crisi economica di quest'ultimo periodo ha fatto sentire il suo peso anche in questa attività e se il 2012 si è chiuso ancora con un incremento di passeggeri superiore al 5%, i primi mesi del 2013 indicano una tendenza negativa. Il successo dell'aeroporto, tuttavia, si iscrive in un quadro molto ampio di fattori. L'appellativo *user-friendly* con il quale la struttura viene identificata riflette una serie di caratteristiche che contribuiscono alla costruzione di un'immagine positiva dello scalo: l'accessibilità, la comodità, la facilità nello svolgimento delle operazioni prima dell'imbarco, la rapidità nella riconsegna dei bagagli si configurano come i principali punti di forza della gestione dei voli *low cost* (Sorrentino, 2010). L'accresciuta attrattività nei confronti dei viaggiatori stimola, a sua volta, lo scalo ad adattarsi ai bisogni della politica *low cost*, in primo luogo attuando un'organizzazione semplificata degli spazi e in secondo luogo potenziando i servizi di interscambio stradale e ferroviario (Baccelli - Senn, 2004). Considerando tutti questi aspetti, è facile intuire il ruolo che l'aeroporto ricopre nella realtà bergamasca: una infrastruttura atta alla sollecitazione e alla promozione dello sviluppo economico, turistico, occupazionale e culturale della città e portavoce di una strategia che è stata in grado di intuire le potenzialità di un nuovo mercato *low cost* (Sorrentino, 2010).

Al di là del forte sviluppo che ha caratterizzato l'aeroporto, senza dubbio esiste una problematica che concerne il profilo del nuovo turista che utilizza questo tipo di voli: si tratta di un mercato che riduce i costi di viaggio senza che questo atteggiamento influenzi le altre spese connesse con il soggiorno, oppure possiamo ritenere che vi sia una corrispondenza tra la compressione delle spese per il volo e il contenimento dei consumi negli altri servizi proposti sul territorio? Secondo una

ricerca sul turismo internazionale dall'aeroporto di Orio al Serio realizzata dal Cestit e dal Casi (Centro per le analisi statistiche e indagini campionarie) dell'Università degli Studi di Bergamo e fondata sui dati dell'*Indagine sul Turismo Internazionale della Banca d'Italia*, negli ultimi anni sembra che il turista straniero sul territorio orobico sia divenuto più sensibile al prezzo in tutti i servizi e le attività che definiscono la vacanza (Cestit - Casi, 2012). A rendere questo turista sempre più *low profile* concorrono non solo la recente crisi economica e l'offerta di soluzioni meno dispendiose e caratterizzate da un buon rapporto qualità-prezzo, ma anche l'influenza che la politica delle compagnie aeree *no frills* esercita sullo scalo bergamasco, modificando continuamente l'offerta di tratte e collegamenti e conseguentemente la tipologia dei flussi turistici che interessano il territorio. Si spiega così l'evoluzione dei mercati di provenienza estera verificatasi nell'ultimo decennio. In due anni l'incidenza dei flussi provenienti dal Regno Unito subisce un decremento notevole passando dal 22% del 2008 al 10,5% del 2010, a fronte di un mercato spagnolo in espansione, mentre le provenienze dagli «altri paesi» passano dal 16,5% del 2008 al 28,2% del 2010, evidenziando come sia in atto un processo di apertura a nuovi mercati – soprattutto dell'Est Europa e del Nord Africa – caratterizzati da comportamenti diversi rispetto a quelli dei tradizionali turisti del passato.

Si tratta di realtà che presentano una capacità di spesa ridotta rispetto al turista tradizionale e una forte eterogeneità riguardo alle motivazioni di viaggio che possono contemplare la visita di parenti e amici, la ricerca di lavoro, ma anche ragioni legate all'immigrazione. Così, nella ricerca di servizi i cui prezzi siano compatibili con le aspettative della domanda, i nuovi mercati stimolano la nascita di strutture ricettive adeguate agli standard dei servizi di volo. Ne consegue l'attesa di un'offerta maggiormente in linea con un nuovo modo di porsi di fronte al viaggio, caratterizzato da atteggiamenti più cauti e parsimoniosi nei confronti della spesa e dalla ricerca di un rapporto qualità-prezzo giudicato soddisfacente. In generale, la tendenza diffusasi negli ultimi anni non coincide con una rinuncia alla vacanza, ma con l'esigenza di soluzioni convenienti e di buona qualità. Ciò si riflette soprattutto sui servizi di base connessi al prodotto volo, come la ricettività. Pertanto, nasce la necessità di un'offerta *low cost* anche nelle attività diverse costituenti la vacanza.

3. LA DIFFUSIONE DI NUOVE FORME DI OSPITALITÀ PER IL TURISTA DEI VOLI «LOW COST»

Nel complesso del panorama ricettivo bergamasco, lo sviluppo e la crescita di un comparto extralberghiero-familiare, in grado di proporre tariffe concorrenziali ad un ottimo rapporto qualità-prezzo favorisce un ripensamento sul nuovo assetto del sistema di ospitalità in città e in provincia. È evidente il successo di queste formule di ricettività che, negli ultimi anni, hanno subito un incremento di notevole interesse in termini di pernottamenti. I dati provenienti dall'indagine Cestit - Casi indicano nel biennio 2008-2010 una stabilità dei pernottamenti alberghieri, a fronte di una crescita di quasi 600 mila pernottamenti attribuibile quasi esclusivamente alla ricettività familiare (case in affitto, agriturismo e B&B), cosicché questa forma di ricettività passa, in termini di incidenza dei pernottamenti, dal 12,9% del 2008 al 32,6% del 2010 (Cestit - Casi, 2012). Ovviamente, stiamo parlando di forme di ricettività che favoriscono il risparmio rispetto alla formula alberghiera, costituendo un chiaro segnale di diminuzione della spesa. L'immagine dell'alloggio come principale componente su cui focalizzare l'attenzione per una riduzione dei costi della vacanza, trova un riscontro nelle scelte del turista straniero in provincia di Bergamo per motivi di vacanza. In effetti, nonostante nel 2010 l'incidenza di coloro che alloggiano in albergo si aggiri ancora intorno al 51%, la restante componente opta, in maggior misura, per le strutture della ricettività familiare come il B&B (15,8%) e per l'ospitalità di parenti e amici (19,5%) oppure per l'ostello (8,6%).

I dati provenienti dall'analisi trovano riscontro nei profondi cambiamenti avvenuti nel panorama ricettivo bergamasco nel corso degli ultimi anni. Se in passato la città e la sua provincia vivevano di un turismo industriale quasi esclusivamente *business*, frutto della crescita economica e della sempre maggiore apertura ai mercati internazionali, il forte sviluppo vissuto dall'aeroporto grazie ai voli *low cost* nell'ultimo decennio, non si configura solo come la principale causa dell'incremento di presenze turistiche, ma incentiva anche l'apertura verso nuovi tipi di turismo, cosicché risulta interessante indagare come queste recenti dinamiche abbiano spronato il sistema ricettivo a riorganizzarsi per rispondere ad esigenze ed aspettative diverse rispetto al passato. In

primo luogo, l'offerta alberghiera dell'intera provincia ha attraversato un processo di razionalizzazione e riqualificazione, che ha visto, da un lato, l'espulsione delle unità più obsolete nelle valli montane e, dall'altro, l'incremento di unità di categoria media nell'area urbana, dove più intenso è l'effetto dell'aeroporto (Osservatorio Turistico della Provincia di Bergamo, 2012)²; parallelamente si è verificato un sempre maggior ricorso a tecniche di *revenue management*, al fine di diversificare le tariffe proposte alla clientela. In secondo luogo, la necessità di rispondere ai nuovi bisogni dei viaggiatori ha indotto una moltiplicazione di strutture e di posti letto classificati come ricettività familiare ovvero B&B, affittacamere, case vacanze e agriturismo. Risulta, perciò, evidente come alla base del successo di questo comparto risieda una particolare politica gestionale sviluppata proprio in risposta ai nuovi flussi provenienti dall'aeroporto, molto più vicina, quindi, alle aspettative del nuovo turista; basti pensare che nel corso degli ultimi cinque anni i B&B sono quasi raddoppiati, gli affittacamere sono quasi triplicati e gli agriturismo hanno fatto registrare un incremento di una quindicina di unità.

4. LA RICERCA DI CONDIZIONI PER UNA RICETTIVITÀ «LOW COST»

Al forte consenso verso queste strutture non fa riscontro necessariamente un'offerta economica, tant'è vero che alcune realtà presentano servizi di alta gamma, ma nella maggioranza dei casi si tratta di una ricettività che è in grado di proporre un buon rapporto qualità-prezzo grazie all'adozione di un nuovo modello organizzativo e gestionale fondato sull'efficienza e sul controllo dei costi; vantaggi di costo e buona qualità possono essere conciliabili. Tutto ciò per merito di una politica gestionale che si connota per alcuni fattori. Innanzitutto la concentra-

² L'Osservatorio Turistico della Provincia di Bergamo è un ente di ricerca che si mette al servizio dell'offerta turistica bergamasca fornendo strumentazione informativa e analizzando i fenomeni turistici locali. Realizza indagini e rapporti annuali che di volta in volta esaminano l'evoluzione del sistema di accoglienza e l'andamento dei flussi turistici in Bergamo e provincia.

zione sul *core service*, il servizio principale, rendendo a pagamento tutte le altre voci di servizio; in secondo luogo la razionalizzazione della risorsa umana attraverso un ampio ricorso all'automazione del servizio e conseguentemente la partecipazione attiva del cliente al processo di erogazione e di consumo. Anche il ricorso a processi di *outsourcing*, ovvero l'esternalizzazione di alcuni servizi, come l'attenzione al consumo energetico che mira ad un utilizzo più razionale dell'energia si configurano come le nuove importanti strategie per l'abbattimento dei costi (Mauri, 2004).

Parallelamente, l'adozione di politiche di prezzo anti-stagionali permette una forte flessibilità. Adeguamenti tariffari nei giusti periodi per i giusti target di clientela consentono la differenziazione delle tariffe per l'incremento dei ricavi (Grasso, 2006). Da segnalare ancora la multifunzionalità e la trasversalità insite nell'offerta *low cost* come fonti principali per il raggiungimento di buoni risultati e, nel caso della micro ricettività a basso costo, gli aspetti intangibili dell'offerta che, consentendo relazioni dirette con il cliente, costituiscono importanti elementi di successo. Infine, un forte risparmio sui costi di *marketing* e comunicazione deriva dall'investimento esclusivo nella rete per quanto riguarda sia l'erogazione che la distribuzione commerciale del servizio. D'altra parte il ricorso alla rete apporta numerosi vantaggi tra cui: la forte visibilità, la reperibilità *full time*, l'aggiornamento continuo delle informazioni, la creazione di *network* e l'opportunità di elaborare politiche di prezzo flessibili. Tutto ciò a fronte di contenuti costi di gestione e mantenimento. Il sistema ricettivo bergamasco ha certamente una sua componente vincente nelle piccole realtà come B&B, affittacamere e agriturismo dove la competitività dei prezzi è dovuta ad una gestione più semplificata rispetto alla realtà alberghiera. Accanto al risparmio sui costi di gestione, frutto del raro ricorso a personale esterno e della collaborazione familiare, si affiancano le agevolazioni fiscali come l'assenza di obbligo nell'apertura di partita IVA per i gestori di B&B e la limitazione degli investimenti, in quanto gli immobili delle suddette micro realtà risultano già presenti sul territorio. Inoltre, la promozione *on line* e l'accoglienza semplice ed informale rispondono pienamente al crescente bisogno di turismo relazionale che viene manifestato in misura sempre maggiore dal nuovo turista.

A questo proposito, Internet consente di instaurare un rapporto diretto con la clientela che, grazie al potere conferitole dalla rete attraverso il passaparola *on line* e un ruolo più attivo, è in grado di contribuire alla costruzione della reputazione sia positiva che negativa di qualsiasi realtà ricettiva. Il successo registrato da questo tipo di ricettività *low cost* nella provincia di Bergamo sembra, dunque, legato nel bene o nel male agli investimenti sul *web*. Va anche sottolineato che, in molte di queste realtà, offerta di prodotti tipici e accorgimenti eco-ambientali non solo consentono elevati risparmi, ma si sposano bene con il forte ritorno alla tradizione e con la recente attenzione alle tematiche ambientali che caratterizzano il turista contemporaneo. Ne costituisce una prova la forte richiesta di prodotti caseari acquistati da fornitori locali a prezzi vantaggiosi nel caso di molte piccole micro realtà. Riguardo, invece, agli accorgimenti eco-sostenibili, l'installazione di attrezzature atte al risparmio energetico può comportare investimenti consistenti, ma vantaggi esclusivi. Piccoli espedienti come l'utilizzo di lampadine a basso consumo energetico, l'impiego di prodotti biodegradabili, l'acquisto di Led ed elettrodomestici Classe A e l'installazione di fotocellule per la regolazione dei consumi elettrici garantiscono concreti risparmi, un maggior rispetto dell'ambiente e una clientela più soddisfatta. Affiancare, poi, tutto ciò alle politiche di differenziazione di prezzo accennate precedentemente significa identificare nell'ospitalità familiare orobica *low cost* una micro impresa di successo che ricopre un ruolo fondamentale nello sviluppo economico ed imprenditoriale della città e della provincia.

Nel sistema turistico bergamasco questo modello gestionale e organizzativo incentiva inoltre la crescita e la proliferazione di nuove forme di ricettività. È questo il caso dell'affittacamere diffuso, un circuito di strutture situate in zone diverse della città fondato su una formula ibrida di gestione che tende a coniugare i vantaggi dell'amministrazione alberghiera con la valorizzazione della relazione interpersonale tipica del B&B. Altro caso è rappresentato dalla formula «Scambio Casa» che negli ultimi anni ha conosciuto sempre maggiori consensi. Un modo, questo, non troppo dispendioso di vivere la vacanza frutto dei risparmi conseguibili grazie all'annullamento delle spese per l'alloggio (dovuto allo scambio di dimore a costo zero) e alla riduzione di quelle

per il vitto, ma dove molto spesso il fattore economico non ricopre il ruolo principale nelle scelte di viaggio (Forno - Garibaldi, 2011).

Perfino l'accoglienza in ostello che abbraccia questo nuovo modello gestionale viene premiata. In questo caso va messo in rilievo come nel corso degli anni l'ostello si sia sempre più avvicinato agli standard alberghieri innalzando il proprio livello qualitativo e ottimizzando le risorse a disposizione. Infatti, una maggiore accortezza nell'uso dei materiali, il conseguimento di importanti certificazioni ambientali e la creazione di reti per la promozione e la commercializzazione dei servizi appaiono le manifestazioni più evidenti della forte evoluzione vissuta da queste strutture nel corso dell'ultimo decennio (Chessa, 2011). Al contempo la capacità di adattamento ad una clientela sempre più esigente, ma con un *budget* di spesa limitato rispetto al passato stimola queste imprese ad adeguare i precedenti modelli di gestione alla nuova realtà. È così che negli ultimi anni la ricettività in ostello in area bergamasca fa registrare una crescita significativa, con il moltiplicarsi delle strutture e, diventando la forma di *budget hotel* della città.

Nonostante questo forte sviluppo, non vanno, però, taciute alcune sottili problematiche. La tassazione più elevata di altre realtà, la necessità di maggiori investimenti rispetto alla micro ricettività, difficoltà legate al problema dell'accessibilità e un rapporto più intermediato e meno diretto con la clientela esercitano un forte peso sulle sue condizioni di competitività. Una competitività che nella realtà alberghiera, stenta ad esprimersi a causa di alcuni condizionamenti. Primo fra tutti i vincoli normativi e burocratici che rappresentano un ostacolo allo sviluppo di una ricettività italiana di catena quali limitazioni alla superficie delle camere, vincolanti forme di controllo, difficoltà imposte dalle amministrazioni locali e problemi di natura urbanistica (Gennari - Nurra, 2004). La frammentazione dell'offerta, l'obsolescenza e la ridotta dimensione delle strutture contribuiscono, poi, a completare l'immagine di un sistema alberghiero dominato dall'isolamento strategico e da una scarsa propensione all'innovazione (Dall'Ara, 2010).

5. CONCLUSIONI

Da tutto ciò possiamo, dunque, trarre qualche spunto conclusivo. Alla luce dei dati proposti la crescita di una micro ricettività familiare e di nuove forme di ospitalità si configurano come diretta conseguenza delle mutate esigenze del nuovo mercato *low cost* che giunge nella città di Bergamo e nella sua provincia. Certamente, l'economicità insita nelle richieste di questi turisti incentiva la sperimentazione di nuovi modelli di *business* e la crescita di insolite forme di ricettività. Tuttavia, al fine di rendere ancora più competitiva la realtà ricettiva locale risulta necessario operare in modo concreto favorendo l'innovazione di settore.

A questo proposito appare fondamentale superare i vincoli normativi italiani per la diffusione di una *hospitality* industrializzata che possa rappresentare un'alternativa nelle scelte di viaggio. Non bisogna dimenticare che per favorire il contenimento dell'impatto ambientale diventa necessario cercare di aumentare l'efficienza energetica. Il che significa da un lato, un maggior incentivo riguardo all'installazione di tecnologie avanzate e all'utilizzo di energie rinnovabili e dall'altro il conseguimento e il mantenimento di certificazioni di qualità. Nel caso di nuove strutture, invece, la minimizzazione dei costi di costruzione e un giusto grado di integrazione tra lavoro umano e automazione contribuirebbero in modo significativo al miglioramento dell'offerta così come una maggiore attenzione alla formazione degli operatori e la creazione di *network* con gli enti territoriali per lo scambio di conoscenze. Senza dubbio all'aumentata centralità dell'aspetto relazionale nel rapporto domanda/offerta è auspicabile che in futuro corrisponda una maggiore comunicazione *au pair* tra gestore e consumatore finale supportata dalle opportunità che la virtualizzazione dei canali di *marketing*, *social network* e *mobile applications* offrono.

Il futuro della promozione *low cost* sembrerebbe giocare proprio sulla diffusione delle informazioni grazie ai nuovi strumenti informatici quali *tablet* e *smartphone* portatori di nuovi modelli di consumo turistico. In questo contesto la realtà bergamasca presenta forti potenzialità di sviluppo che potrebbero concretizzarsi superando le difficoltà nell'adozione di nuovi modelli di progettazione turistica e diffondendo una migliore cultura dell'ospitalità.

6. RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Bacelli, O. - Senn, L. (2004). *Il trasporto aereo in Italia*, Milano, Egea.
- Cestit - Casi (2012). *Il turismo internazionale dall'aeroporto di Orio al Serio*, Bergamo, Provincia di Bergamo, [http://www.provincia.bergamo.it/provpordocs/Rapporto\(11\).pdf](http://www.provincia.bergamo.it/provpordocs/Rapporto(11).pdf).
- Chessa, L. (2011). *Gli ostelli per la gioventù in Italia: una storia che parte da Milano*, Studio presentato al Convegno *Expo 2015 e sviluppo delle strutture per il turismo giovanile*, Milano, Cisem, <http://www.slideshare.net/cisem/ostelli-della-giovent-in-italia>.
- Dall'Ara, G. (2010). *PMI nel turismo. Un'opportunità per lo sviluppo*, Milano, Franco Angeli.
- Forno, F. - Garibaldi, R. (2011). *Andare in vacanza scambiando la casa*, *Rivista di Scienze del Turismo* 2, <http://www.robertagaribaldi.it/Progetti/scienze%20del%20turismo%20articolo%20scambio%20casa%20RST-II-2-Forno-Garibaldi.pdf>, 104.
- Gennari, A. - Nurra, M.G. (2004). *Budget hotel: l'evoluzione delle tipologie di prodotto nel mercato dell'hospitality*, Milano, Il Sole 24 Ore.
- Grasso, F. (2006). *Il Revenue Management alberghiero*, Milano, Hoepli.
- Mauri, A.G. (2004). *Le imprese alberghiere – Strategie e marketing*, Milano, McGraw-Hill.
- Minghetti, V. (2006). *I turisti no frills/low fare, caratteristiche e comportamento di spesa*, Presentazione alla Conferenza *L'Italia e il turismo internazionale nel 2005*, Venezia, Ciset - Università Ca' Foscari, http://www.ontit.it/opencms/export/sites/default/ont/it/documenti/archivio/files/ONT_2006-06-11_00072.pdf.
- Orsini, L. (2008). *Volare low cost, la rivoluzione del trasporto aereo*, Milano, Hoepli.
- Osservatorio Turistico della Provincia di Bergamo (2012). *Rapporto annuale 2011*, Bergamo, http://www.provincia.bergamo.it/provpordocs/Rapporto_osservatorio_2011.pdf.
- SACBO s.p.a. (2011). *Bilancio d'esercizio 2011*, Bergamo, http://www.orioaeroporto.it/docs/SACBO_Bilancio_2011.pdf.
- Sorrentino, E. (2010). *Orio al serio, una storia di successo*, Bergamo.

7. SITOGRAFIA

<http://www.provincia.bergamo.it>

<http://www.scambiocasa.com>

<http://www.ontit.it>

<http://www.bancaditalia.it>

RIASSUNTO

L'elaborato analizza l'espansione di una ricettività «low cost» in Bergamo e nella sua provincia. Il lavoro presenta quattro paragrafi e le conclusioni finali. Nei primi due paragrafi vengono definiti i più importanti cambiamenti occorsi nei comportamenti turistici degli ultimi anni e vengono descritti gli eccellenti risultati raggiunti dall'aeroporto di Orio al Serio grazie alla politica dei voli «low cost». Oggigiorno il turista/vacanziero che possiede un forte potere decisionale, richiede nuove soluzioni economiche, servizi essenziali e viaggi sempre più brevi. Per rispondere ai bisogni di questo nuovo consumatore il mercato turistico, in particolare quello bergamasco, è oggetto di una significativa evoluzione. Grazie allo sviluppo dei voli «low cost», nel corso degli ultimi anni gli arrivi di turisti internazionali all'aeroporto di Orio al Serio sono aumentati, nonostante la recente crisi economica mondiale. I risultati di alcuni studi realizzati dall'Università di Bergamo confermano che il turista internazionale nella città di Bergamo è sempre più un turista che ricerca soluzioni economiche, ma anche servizi di buona qualità. Ciò significa che possiede una ridotta capacità di spesa, ma non rinuncia a viaggiare. Per questa ragione negli altri due paragrafi viene illustrato il processo di espansione di questo nuovo tipo di ricettività in città e nella sua provincia. Se nel passato Bergamo e la sua provincia vivevano grazie al turismo d'affari, oggi la crescita dell'aeroporto di Orio al Serio promuove nuovi tipi di consumo turistico. Così negli ultimi anni questa industria dell'ospitalità ha riorganizzato un'offerta che si fonda su particolari strategie, con l'obiettivo di mantenere bassi i costi di produzione. La razionalizzazione delle risorse umane, la riduzione del consumo di energia, speciali politiche di prezzo, l'utilizzo di Internet per la promozione permettono di mantenere e offrire bassi costi e buona qualità. Grazie a tutte queste nuove soluzioni l'industria dell'ospitalità in Bergamo sta accrescendo sempre più la sua competitività, sebbene molti problemi persistano, in particolare riguardo alle catene alberghiere e a una cultura dell'ospitalità ancora poco innovativa.

Parole chiave: aeroporto low cost, affittacamere, bed and breakfast, budget hotel, comportamento turistico, politica low cost, ricettività low cost, servizi essenziali, viaggio breve, volo low cost.