



EDIZIONI MERCURIO

# PROGETTARE IL CAMBIAMENTO

## ANALISI, SCENARI E STRATEGIE PER IL QUADRANTE TERRITORIALE DEL NORD-EST PIEMONTESE

a cura di  
Cesare Emanuel e Marcello Tadini

Progettare il cambiamento. Analisi, scenari e strategie per il quadrante territoriale del nord-est piemontese



ISSN 1722-1951

ISBN 978-88-95522-57-9



9 788895 522579

€ 25,00

# Indice

Presentazione	9
<b>1. Le trame urbane e la diffusione insediativa</b> di <i>Antonio Mazzeri e Marcello Tadini</i>	
1.1 Introduzione	13
1.2 Il quadrante del Nord-est piemontese: la configurazione territoriale e le dinamiche demografiche	13
1.3 L'evoluzione della struttura urbana e degli insediamenti	21
1.4 La diffusione e lo <i>sprawl</i> insediativo	25
1.5 Conclusioni	30
Bibliografia	34
<b>2. Lo scenario infrastrutturale e dell'intermodalità trasportistica</b> di <i>Marcello Tadini</i>	
2.1 Introduzione	37
2.2 L'assetto del sistema infrastrutturale esistente	37
2.2.1 <i>La rete infrastrutturale</i>	37
2.2.2 <i>I flussi di traffico sulla rete infrastrutturale</i>	40
2.2.3 <i>L'assetto dei nodi di interscambio dei passeggeri</i>	44
2.2.4 <i>L'assetto dei nodi di interscambio delle merci</i>	45
2.3 I progetti di trasformazione del sistema infrastrutturale	51
2.3.1 <i>Gli interventi sulla rete infrastrutturale</i>	51
2.3.2 <i>Gli interventi sui nodi di interscambio passeggeri e merci</i>	57
2.4 Gli effetti territoriali	62
2.5 L'analisi SWOT del sistema infrastrutturale e intermodale	66
Bibliografia	68
<b>3. Lo scenario manifatturiero e dei servizi per le imprese</b> di <i>Stefania Cerutti</i>	
3.1 Introduzione	71
3.2 La struttura e le dinamiche dell'apparato manifatturiero del Nord-est piemontese: un quadro di base	72
3.3 La territorialità manifatturiera: profilo organizzativo, specializzazione produttiva e diffusione territoriale nel Nord-est piemontese	80
3.4 La vitalità e le performance competitive dell'apparato manifatturiero del Nord-est piemontese	84
3.4.1 <i>La diversificazione innovativa: attività di innovazione e performance tecnologiche</i>	84

3.4.2	<i>L'attrazione e la delocalizzazione manifatturiera, l'internazionalizzazione</i>	88
3.4.3	<i>La razionalizzazione delle localizzazioni industriali</i>	93
3.5	Alcune considerazioni di sintesi	96
	Bibliografia	97
<b>4.</b>	<b>Lo scenario turistico di Raffaella Afferni</b>	
4.1	Introduzione	101
4.2	La struttura e le caratteristiche della domanda e dell'offerta turistica del Nord-est piemontese	102
4.2.1	<i>La struttura e le dinamiche della domanda turistica</i>	102
4.2.2	<i>La struttura e le caratteristiche dell'offerta turistica</i>	105
4.2.3	<i>I sistemi turistici del Nord-est piemontese: caratteri e interazioni reciproche</i>	109
4.3	Gli scenari evolutivi e territoriali dello sviluppo turistico del Nord-est piemontese	112
4.3.1	<i>Gli scenari possibili</i>	112
4.3.2	<i>L'analisi SWOT del sistema turistico</i>	115
	Bibliografia	116
<b>5.</b>	<b>Le potenzialità e le prospettive dell'infrastruttura ambientale e produttiva della risaia di Antonio Finassi</b>	
5.1	Premessa	119
5.2	Il sistema ambientale e paesistico	119
5.2.1	<i>La delimitazione geografica e le caratteristiche dei suoli</i>	119
5.2.2	<i>La funzione nevralgica della rete irrigua</i>	121
5.2.3	<i>Il ruolo strategico dei Consorzi irrigui</i>	122
5.3	Le dinamiche evolutive dell'organizzazione produttiva	124
5.3.1	<i>La frammentazione della grande proprietà e la ricomposizione aziendale</i>	124
5.3.2	<i>Le innovazioni e i miglioramenti organizzativi</i>	126
5.3.3	<i>Gli effetti della globalizzazione e delle politiche agricole comunitarie</i>	129
5.4	Le spie di un intervento possibile	130
5.5	L'analisi SWOT dell'infrastruttura ambientale e produttiva della risaia	136
	Bibliografia	138
<b>6.</b>	<b>L'eredità della programmazione e della pianificazione territoriale di Cesare Emanuel e Mauro Giudice</b>	
6.1	Introduzione	139
6.2	Il sistema territoriale del Nord-est piemontese: l'eredità istituzio-	

nale ottocentesca e del primo Novecento	139
6.3 Le prime esperienze di pianificazione nella regione: i piani comprensoriali	140
6.3.1 <i>I piani comprensoriali del Nord-est piemontese: i contenuti specifici</i>	142
6.4 Le azioni propedeutiche all'avvio della pianificazione regionale	145
6.5 Il primo piano territoriale regionale (PTR) e i piani territoriali provinciali (PTP)	146
6.5.1 <i>Le indicazioni del PTR e dei PTP per il quadrante del Nord-est</i>	148
6.6 La nuova stagione della pianificazione regionale	151
6.6.1 <i>I lineamenti territoriali dei documenti di pianificazione</i>	153
6.6.2 <i>Le indicazioni per il Nord-est piemontese</i>	154
6.7 Il ruolo della pianificazione locale	156
6.8 L'eredità dei piani: una sintesi	157
Bibliografia	160
<b>7. Le opportunità, le sfide e le strategie di un territorio in transizione</b> di <i>Cesare Emanuel</i>	
7.1 Premessa	163
7.2 Discontinuità e transizione	164
7.2.1 <i>Le componenti esogene</i>	164
7.2.2 <i>Le componenti endogene</i>	166
7.3 Opportunità e sfide	170
7.3.1 <i>Il sistema delle opportunità</i>	170
7.3.2 <i>Il sistema delle sfide</i>	172
7.4 Strategie e progettualità territoriali	173
7.4.1 <i>La riorganizzazione della rete delle nodalità trasportistiche e della ripolarizzazione delle funzioni urbane</i>	174
7.4.2 <i>La formazione di una "community tecnologica" per il rilancio della competitività dei distretti e dei poli manifatturieri</i>	179
7.4.3 <i>Uno spazio turistico-ricreativo integrato per la valorizzazione del patrimonio ambientale e storico-culturale e per il rilancio dei distretti lacuali e alpini</i>	180
7.4.4 <i>La riconversione e la salvaguardia "sostenibile" dell'infrastruttura ambientale e della produttività della risaia</i>	181
7.4.5 <i>Le azioni e le iniziative volte a scongiurare la diffusione territoriale degli insediamenti e delle localizzazioni episodiche</i>	181
7.5 Conclusioni	184
Bibliografia	184
Autori	187

## 4. LO SCENARIO TURISTICO

DI RAFFAELLA AFFERNI

### 4.1 Introduzione

Il turismo è un fenomeno socio-economico e culturale al quale viene attribuita – da parte di studiosi<sup>1</sup> ed operatori – la capacità di proporre e far valere nuove opportunità, nuovi prodotti, nuovi attori e nuovi equilibri funzionali tra le componenti che formano uno specifico territorio. Grazie a tali caratteri, esso può rappresentare un fattore chiave nei processi di diversificazione e riconversione economica in atto in molti sistemi, in quanto delinea e precisa nuovi traguardi, assicura slancio alle innovazioni possibili e sostiene i cambiamenti e gli aggiustamenti indispensabili allo sviluppo del territorio.

Perché queste trasformazioni possano essere pienamente interpretate è tuttavia necessario compiere l'analisi a scala di quadrante, in quanto a questa dimensione "mesoterritoriale" emergono le dinamiche e le potenziali interazioni tra differenti sistemi.

Alla luce di queste osservazioni può quindi risultare interessante una valutazione dell'organizzazione turistica e del ruolo svolto da quest'ultima nelle quattro province del Nord-est piemontese (Vercelli, Biella, Novara e Verbanico-Cusio-Ossola); un ambito dalla posizione geografica favorevole e attualmente interessato – come sottolineano Emanuel (2005), IRES (2008), Tadini e Cerutti (cfr. i capitoli 2 e 3 di questo volume) – sia da importanti progetti di interconnessione in grado di migliorarne l'accessibilità alla scala nazionale ed internazionale, sia da interessanti processi di transizione e riadeguamento dell'apparato economico-produttivo.

I paragrafi che seguono cercheranno di evidenziare, a partire dall'analisi delle caratteristiche e delle dinamiche della domanda e dell'offerta turistica, i possibili scenari evolutivi e territoriali di questa parte del Piemonte, le cui potenzialità di sviluppo sono notevoli, ma i cui esiti dipenderanno strettamente dalle capacità degli attori turistici pubblici e privati di favorire l'integrazione settoriale e territoriale delle iniziative.

---

<sup>1</sup> Sui principali caratteri del turismo si vedano Butler e Pearce (1995), Pollice (2002), Ben-cardino e Prezioso (2007), Innocenti (2007), Lozato-Giotart (2008) e Becheri (2009).

## 4.2 La struttura e le caratteristiche della domanda e dell'offerta turistica del Nord-est piemontese

### 4.2.1 La struttura e le dinamiche della domanda turistica

Nel 2008 gli arrivi nelle province del Nord-est piemontese sono stati 1.171.105, a fronte di un numero di presenze pari a 4.079.175 notti. Come mostra la tabella 4.1 si tratta di valori rilevanti, espressione di un *trend* positivo che da più di un decennio caratterizza il movimento turistico di questa parte di Piemonte. Va osservato come una tale *performance* sia connessa principalmente con l'andamento della provincia del VCO che, insieme a quella di Torino, rappresenta l'ambito di destinazione tradizionalmente più attrattivo della regione.

Tabella 4.1 – Presenze di turisti nelle province del Nord-est piemontese e in Piemonte (valori in migliaia)

Provincia/Regione	Presenze turistiche nell'anno					
	1998	2000	2002	2004	2006	2008
Biella	217.878	230.342	235.939	242.671	230.823	234.133
Novara	917.671	791.509	876.189	874.714	973.637	1.046.311
Verbano-Cusio-Ossola	2.297.830	2.279.431	2.235.518	2.257.005	2.459.879	2.482.492
Vercelli	204.713	200.862	264.658	306.387	273.339	316.239
Nord-est piemontese	3.638.092	3.502.144	3.612.304	3.680.777	3.937.678	4.079.175
Piemonte	8.132.953	8.093.001	8.592.395	9.342.471	11.063.326	11.560.866

Fonte: elaborazione su dati da fonti varie

Le serie storiche dei dati ISTAT e dell'Osservatorio Turistico Regionale evidenziano infatti come vadano consolidandosi interessanti movimenti turistici in entrata non solo nel VCO, ma anche nella provincia di Novara. Si tratta di flussi che riguardano sia la componente nazionale, sia soprattutto quella straniera, cresciuta del +11,1% nel VCO tra il 1998 ed il 2008 e del +38,9% in provincia di Novara. Anche le altre due province – quelle di Vercelli e di Biella – presentano *performance* positive (rispettivamente +54,5% e +7,5% di nuovi turisti nel decennio) e contribuiscono a definire il Nord-est del Piemonte come un ambito dinamico a scala regionale. Una tale affermazione acquista ancor più significato se si rapportano gli stranieri del quadrante a quelli complessivi della regione; le quattro province fanno registrare nel 2008 il 60% delle presenze estere del Piemonte. Di queste, circa il 50% sono cittadini residenti in un paese

dell'Unione Europea<sup>2</sup>, mentre percentuali minori di flussi provengono dal resto dell'Europa e da altri continenti.

Un tale andamento dei flussi internazionali mostra come nel Nord-est piemontese si vadano attivando quei fenomeni e processi di internazionalizzazione del consumo e dell'offerta turistica già da tempo sviluppati in altri ambiti territoriali. Si tratta di processi che esprimono in particolare l'evoluzione del mercato turistico verso prodotti connessi con l'apprezzamento culturale, la scoperta di nuove realtà ambientali, paesistiche e socio-economiche, nonché lo svolgimento di attività d'affari, *meeting*, congressi, eventi ed *incentive* (Minca, 1996; Timothy, Boyd, 2007; Caso, D'Angella e Quintè, 2009).

Analogamente a quanto avviene nel resto del Piemonte, anche nelle province del quadrante nord-orientale si assiste ad una progressiva diminuzione del tempo medio di permanenza dei turisti, il cui valore si attesta nel 2008 intorno ai 3,48 giorni, a fronte dei 3,69 giorni del 1998. Si tratta di un dato che pone l'area in una posizione intermedia rispetto all'andamento complessivo della regione (pari attualmente a 3,3 giorni) e dell'Italia (3,93 giorni).

Una possibile spiegazione della differenza tra il dato di quadrante e quello regionale potrebbe essere ricercata nelle tipologie di vacanze prescelte dai turisti, maggiormente inclini a soggiorni più lunghi presso le località lacuali e montane del VCO e delle province di Vercelli e Biella, rispetto al resto del Piemonte.

La provincia di Novara si discosta dalle altre del quadrante e presenta nel decennio una netta diminuzione del tempo medio di permanenza, sia per i clienti italiani (2,7 giorni) che stranieri (2,93 giorni). La ragione in questo caso sembrerebbe risiedere in una maggiore attrattività del territorio verso i segmenti di domanda del turismo urbano e *business*<sup>3</sup>, il cui sviluppo sarebbe favorito oltre che da dotazioni interne all'area, anche dalla sua forte accessibilità e dalla vicinanza geografica con importanti infrastrutture, quali l'aeroporto di Malpensa ed il polo fieristico di Rho-Però (Emanuel e Afferni, 2009).

Per quanto attiene alla stagionalità dei flussi in entrata nel Nord-est piemontese, gli arrivi mensili presentano un andamento in linea con quello della regione nel suo complesso e denotano un progressivo superamento della monostagionalità estiva a favore di una diffusione dei flussi anche in altri periodi. Differente è invece la situazione delle presenze. Il numero di notti trascorse dai turisti all'interno del territorio continua a concentrarsi prevalentemente nella stagione estiva; tuttavia nel corso degli anni si va avviando una graduale dilatazione della

---

2 I turisti che giungono nel territorio del quadrante risiedono per l'87,9% in un Paese dell'Unione Europea ed in particolare in Italia per il 38,2% e per il 49,7% negli altri Paesi dell'Unione, tra i quali emerge soprattutto la Germania (22%).

3 Il tempo medio di permanenza dei turisti urbani e *business* è generalmente più breve rispetto ad altre tipologie e si attesta in media intorno ai 2-3 giorni.

stagione fino a comprendere parte dei mesi primaverili ed autunnali. Non è invece apprezzabile alcuna concentrazione di presenze nel periodo invernale; un risultato riconducibile ad alcune variabili connesse sia con le caratteristiche della domanda, sia dell'offerta del quadrante. Dal lato della domanda va considerato il ruolo secondario delle presenze nei comuni montani dell'area<sup>4</sup>, nei quali solitamente si concentrano i maggiori flussi nel periodo invernale. Dal lato dell'offerta va invece evidenziato come nei comuni montani del quadrante siano localizzati solo il 21,9% dei letti delle strutture alberghiere ed extra-alberghiere delle Alpi piemontesi, mentre siano particolarmente diffuse le seconde case. I movimenti turistici generati da queste ultime non rientrano nel computo delle presenze rilevate dalla statistica ufficiale di settore e tutto ciò concorre a spiegare la debolezza dei flussi turistici invernali delle quattro province.

Un'ultima considerazione è relativa agli ambiti del quadrante con i maggiori flussi; nel caso di Novara le presenze sono abbastanza destagionalizzate, anche se esiste comunque un picco in corrispondenza dei mesi di luglio e agosto, durante i quali ai flussi distribuiti in tutti i mesi dell'anno e diretti verso il capoluogo e i suoi comuni contermini, si sommano le presenze nei comuni novaresi dei laghi Maggiore e d'Orta, concentrate prevalentemente nel periodo estivo. Tutto ciò vale anche per l'andamento della stagionalità nella provincia del VCO, ambito nel quale la stagione turistica corrisponde al periodo tra marzo ed ottobre, con flussi invernali quasi del tutto assenti.

Le valutazioni su arrivi e presenze possono assumere delle connotazioni diverse e/o venire rafforzate, allorquando i dati pubblicati dalle statistiche ufficiali e rilevati dagli esercizi ricettivi, vengano integrati con quelli dell'escursionismo e dei soggiorni presso amici e/o parenti. Si tratta di movimenti la cui incidenza può assumere proporzioni rilevanti, soprattutto all'interno di territori come quello del Nord-est piemontese o, più in generale, come quello della regione nel suo complesso.

Secondo i dati dell'Osservatorio Turistico Regionale, si stima che il numero degli escursionisti che hanno visitato le quattro province nel 2008 sia piuttosto elevato, considerato che circa il 42,5% degli italiani che vivono nel Nord del Paese effettua mediamente tre escursioni<sup>5</sup> (viaggi senza pernottamento) all'anno, dirette verso aree limitrofe a quella di residenza. Una tale affermazione assume una valenza ancora maggiore se si considera la posizione geografica del quadrante, confinante con uno dei bacini di irradiazione turistica più importanti

---

4 Il peso dei flussi delle località montane del quadrante non supera il 12% del totale dei flussi complessivi annui del Nord-est piemontese.

5 Secondo i dati dell'Osservatorio Turistico Regionale, la percentuale complessiva di italiani residenti che effettua escursioni si attesta intorno al 21%. Altro dato interessante riguarda il numero di escursioni effettuate durante il 2007 e corrispondente a 188 milioni di viaggi.



in Italia, ovvero quello di Milano e della sua area metropolitana. I flussi escursionistici sono un fattore in grado di contribuire in modo rilevante all'economia delle quattro province, grazie alla domanda di attività da parte dei viaggiatori e alle spese da essi sostenute per lo *shopping*, le degustazioni, le visite culturali e gli altri servizi appartenenti al segmento *leisure*.

Per quanto riguarda infine le stime dei soggiorni presso amici e parenti, i dati a livello italiano descrivono un fenomeno in crescita (+25%), con un rafforzamento dei movimenti anche all'interno delle province di Biella, Novara, Vercelli e Verbano-Cusio-Ossola.

A conclusione di queste analisi sui flussi turistici nel quadrante, sembra opportuno proporre una valutazione delle caratteristiche dell'offerta e dei servizi dell'ospitalità, al fine di definire l'organizzazione territoriale del turismo in questo territorio, come espressione congiunta dei due aspetti.

#### 4.2.2 La struttura e le caratteristiche dell'offerta turistica

L'offerta turistica del quadrante è costituita da 1.147 esercizi ricettivi per un totale, nel 2008, di 64.935 posti letto. Dal punto di vista della composizione e della quantità di strutture, la dotazione delle quattro province risulta in linea con il *trend* complessivo della regione registrato nel corso dell'ultimo decennio.

Riguardo in particolare la composizione si osserva anche in questo caso una prevalenza degli esercizi extra-alberghieri rispetto a quelli alberghieri, sia per numero di strutture (rispettivamente 679 contro 468), sia per posti letto (40.589 letti negli esercizi complementari contro 24.346 negli hotel).

Dalla rappresentazione cartografica della distribuzione territoriale di questa dotazione (si vedano le figure 4.1 e 4.2) emergono chiaramente alcune aree di forte concentrazione.

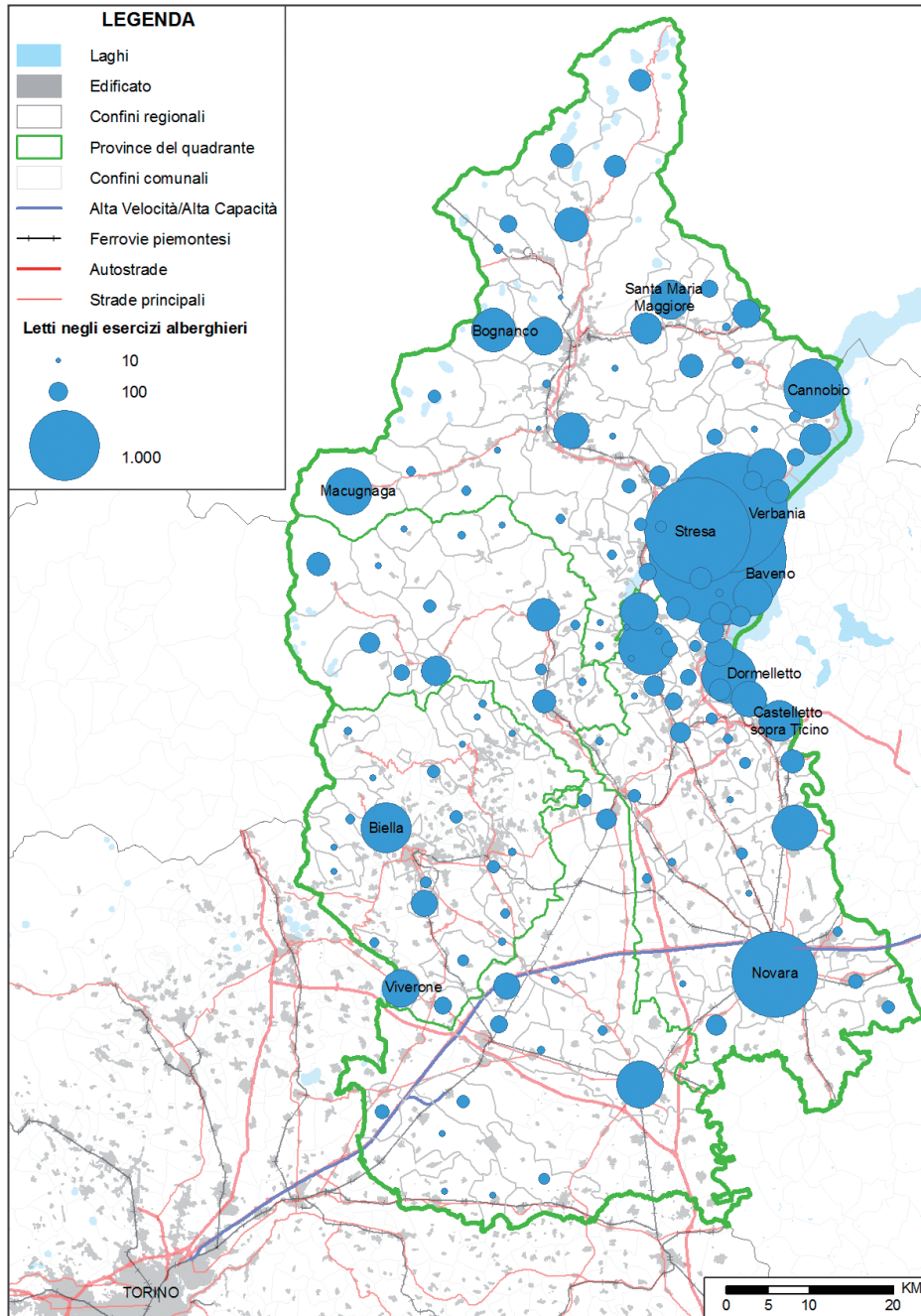
In primo luogo si distinguono le località lacuali delle province di Novara e del Verbano-Cusio-Ossola, all'interno delle quali sono localizzati rispettivamente il 62,9% dei posti letto delle strutture extra-alberghiere ed il 51,5% di quelle alberghiere. Seguono i capoluoghi delle province di Novara, Vercelli e Biella, che assumono un ruolo particolarmente significativo nell'offerta di letti negli hotel<sup>6</sup>. Altre concentrazioni di posti letto alberghieri si riscontrano in quei comuni della provincia di Novara dotati di forte accessibilità stradale ed autostradale e geograficamente collocati nelle vicinanze dell'aeroporto di Malpensa<sup>7</sup> e in quelli montani dell'Ossola, tra i quali si distinguono Macugnaga e Bognanco.

---

6 I letti negli hotel nelle città di Novara, Vercelli e Biella sono complessivamente 2.453, pari al 10% dell'offerta alberghiera complessiva del quadrante.

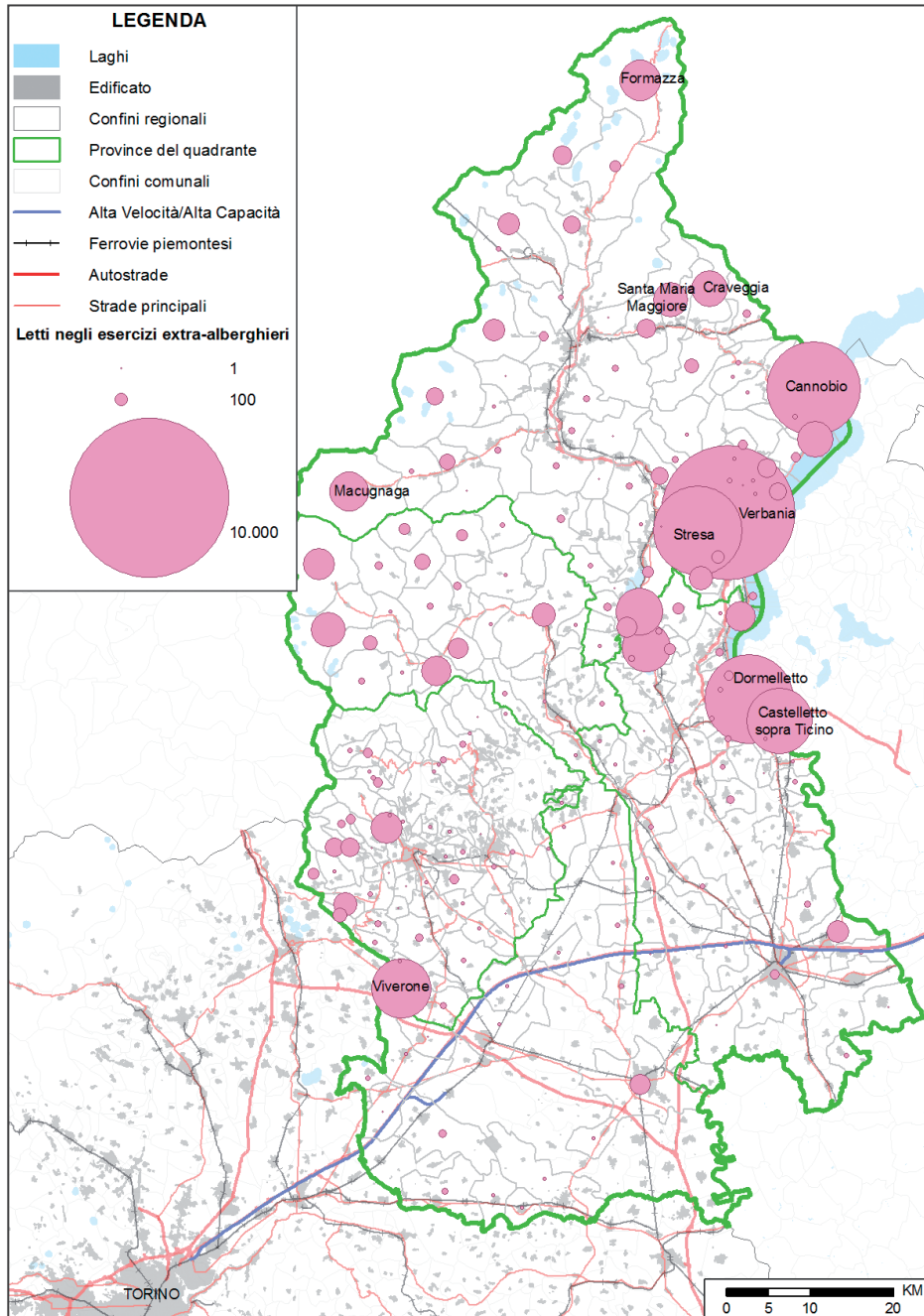
7 Un esempio in tale senso è costituito dal comune di Oleggio, distante poco più di 15 km da Malpensa, nel quale si concentrano 6 alberghi per un totale di 464 posti letto.

Figura 4.1 – La distribuzione dei posti letto negli esercizi alberghieri del Nord-est piemontese



Fonte: elaborazione su dati Regione Piemonte e ISTAT (2009)

Figura 4.2 – La distribuzione dei posti letto negli esercizi extra-alberghieri del Nord-est piemontese



Fonte: elaborazione su dati Regione Piemonte e ISTAT (2009)

Osservando la serie storica dei dati ISTAT si evidenzia per il quadrante una struttura ricettiva dinamica: nel corso dell'ultimo quinquennio il numero di strutture è cresciuto di quasi il 28%, mentre i letti sono passati da 57.771 agli attuali 64.935 (+12,4%). Un andamento che sembra seguire una duplice logica: quella di miglioramento e completamento dell'offerta esistente nei comuni già dotati di strutture dell'ospitalità, e quella – coerente con l'andamento complessivo della regione – di una maggiore diffusione territoriale degli esercizi nelle realtà che ne erano prive.

È questo il caso dei comuni tradizionalmente classificati come marginali per il turismo e nei quali si osserva la recente apertura di nuove strutture, soprattutto appartenenti al comparto extra-alberghiero.

Le evidenze empiriche mostrano inoltre come l'incremento della ricettività sia connessa alla necessità di un adeguamento e trasformazione dell'offerta ai mutamenti del volume e delle caratteristiche della clientela.

Una domanda crescente ha quindi promosso un progressivo ampliamento del numero di posti letto, sia in quelle strutture che da tempo qualificano l'offerta del quadrante – come gli alberghi, i campeggi e i villaggi turistici<sup>8</sup> – sia in quelle “minori” ma che presentano potenzialità evolutive interessanti e che sono state anche oggetto di politiche di incentivo e sostegno a scala regionale e nazionale (come i Bed & Breakfast<sup>9</sup>, gli agriturismi e gli ostelli della gioventù). Un'offerta più ampia è a sua volta in grado di attrarre volumi aggiuntivi di domanda, soprattutto nei campeggi e nei villaggi turistici, che da soli concentrano il 75% dei turisti complessivi delle strutture extra-alberghiere del quadrante, con percentuali ancora superiori per la componente straniera (circa l'80%).

Nel caso degli hotel, all'ampliamento della capacità ricettiva è corrisposto un generalizzato innalzamento della qualità delle strutture ed una maggiore profondità della gamma e del valore dei servizi offerti alla clientela. Nella provincia del VCO in particolare è apprezzabile un rafforzamento delle strutture di standard medio-alto<sup>10</sup>, a fronte di una diminuzione di quelle appartenenti a categorie ad 1 o 2 stelle. La domanda turistica della provincia, così come quella più generale del quadrante, tende infatti a preferire sistemazioni presso strutture a 3, 4 e 5 stelle. Esistono comunque delle differenze tra le presenze nazionali – maggiori negli alberghi di categoria intermedia (60% degli italia-

---

8 Gli alberghi nel 2008 offrono nel complesso 24.346 posti letto, mentre i campeggi ed i villaggi turistici 30.457, con una dimensione media di 52 letti nel primo caso e di 400 nel secondo.

9 I B&B sono 204 e rappresentano il 30% delle 679 strutture extra-alberghiere del quadrante. I turisti che scelgono questa tipologia di sistemazione sono oggi in aumento, anche se il loro peso è ancora limitato e pari, per gli italiani, a circa il 2% del totale dei flussi extra-alberghieri nazionali.

10 Riguardo le strutture di standard più elevato, a Stresa nel VCO sono localizzati 2 dei 9 alberghi 5 stelle del Piemonte, che offrono insieme il 20% dei posti letto della regione.

ni che soggiornano in albergo) – e quelle straniere, più inclini a concentrarsi nelle strutture con servizi di qualità di livello internazionale (46% della clientela estera contro il 26% di quella nazionale).

A conclusione dell'analisi occorre esprimere qualche breve considerazione sul patrimonio delle seconde case. Sebbene esse non vengano classificate nelle statistiche sul turismo, che contengono i soli dati relativi alle strutture a gestione imprenditoriale (alberghiere ed extra-alberghiere), il loro ruolo all'interno del quadrante è particolarmente importante. Tale rilevanza discende dalla loro capacità di attivare notevoli flussi turistici, grazie ad un numero di posti letto che l'Osservatorio Turistico Regionale stima<sup>11</sup> in circa tre volte (precisamente 2,8) il totale di quelli offerti dalle altre tipologie ricettive descritte in precedenza. Una così ampia dotazione di posti letto, corrispondente ad altrettanti movimenti in entrata, genera a sua volta localmente sul territorio un forte indotto economico, soprattutto considerato che la spesa media giornaliera pro-capite di questo tipo di turisti varia tra i 25 € e i 36€, escluso viaggio e alloggio.

#### *4.2.3 I sistemi turistici del Nord-est piemontese: caratteri e integrazioni reciproche*

Le dinamiche e i cambiamenti che sono stati descritti nei paragrafi precedenti, quando considerati congiuntamente e rapportati all'evoluzione degli attrattori ambientali, storici, culturali ed antropici, permettono di rappresentare il sistema della territorialità turistica del Nord-est piemontese. Tale sistema si distingue per la presenza di prodotti turistici, che, secondo la letteratura scientifica, sono insiemi di beni e servizi caratterizzanti l'offerta del territorio ed in grado di rispondere alle esigenze di specifici segmenti della domanda (Rispoli, Tamma, 1995; Tamma, 2001). Allorquando un prodotto turistico si configura come esito di un progetto perseguito singolarmente da un attore, è possibile definirlo come "prodotto-azienda". Secondo Emanuel e Cerutti (2009), diverso è il caso del "prodotto-area", che potrebbe essere identificato come l'esito dell'organizzazione di una rete di soggetti che si impegna nella realizzazione di iniziative convergenti, accentua le prese su risorse esistenti e potenziali di un dato contesto locale/regionale ed elegge il proprio territorio quale beneficiario dei valori aggiunti acquisibili. Un prodotto di questo

---

<sup>11</sup> Il dato è costituito da una stima in quanto non sono disponibili rilevazioni ufficiali recenti sulle seconde case. I dati sulle seconde case vengono raccolti e pubblicati dall'ISTAT ogni dieci anni all'interno del Censimento della Popolazione e delle Abitazioni. L'ultimo censimento disponibile è quello del 2001, che contiene indicazioni sul numero e sulle stanze delle abitazioni secondarie, nonché sulle loro caratteristiche. Non sono presenti dati circa il numero dei posti letto disponibili.

tipo rappresenterebbe un tramite per l'attivazione di un vero processo di sviluppo locale, in alternativa ad una più semplice "valorizzazione territoriale", che non mobilita né attori locali, né risorse specifiche e si limita a sfruttare le esternalità esistenti per dar corso ad un evento o a una determinata iniziativa (Dematteis, 2005).

I prodotti-area presenti in un territorio possono tuttavia assumere connotazioni diverse in relazione alla maggiore o minore complessità degli elementi e delle relazioni che li compongono e, secondo la teoria del ciclo di vita dei prodotti e delle destinazioni turistiche (Butler, 1980), al grado di sviluppo raggiunto. Sulla base di questi attributi è possibile individuare nel quadrante sia l'esistenza di prodotti-area maturi o in fase di sviluppo, sia ancora potenziali e che potrebbero implementare l'offerta del territorio (Emanuel e Afferni, 2009).

Il prodotto intorno al quale è centrata l'organizzazione turistica del quadrante è quello dei "Laghi", che primeggia in termini di ricettività, di varietà e di qualità dei servizi offerti, oltre che per il volume di domanda attratta. Si tratta di un sistema dalla forte riconoscibilità e identificazione sui mercati nazionale ed internazionale e al quale, fino allo svolgimento dell'evento olimpico, era associata la promozione dell'immagine dell'intera regione<sup>12</sup>.

L'organizzazione interna del prodotto è alquanto complessa; una caratteristica connessa alla presenza, in un contesto paesaggistico di indiscusso pregio, di un'ampia dotazione di servizi turistici – sia ricettivi che complementari – in grado di soddisfare le molteplici esigenze della domanda. Va rilevato in particolare come le unità che compongono l'offerta ricettiva appartengano a tutte le tipologie dell'ospitalità, con una prevalenza di unità alberghiere di eccellenza (4 e 5 stelle) e di strutture all'aria aperta (campeggi).

Date queste caratteristiche, l'immagine turistica del sistema risulta essere ben definita e legata al soggiorno balneare o climatico al lago, durante il quale i turisti possono fruire, soprattutto nei mesi estivi, di strutture e servizi qualificati e di una ricca proposta di attrattive naturali e culturali.

Il grado di sviluppo, la complessa organizzazione interna e l'immagine di destinazione di turismo *leisure*, permettono di classificare i Laghi in quella fase che Butler (1980) definisce di "maturità" e che si caratterizzerebbe, dal lato della domanda, per un numero di presenze crescente. Tuttavia durante questa fase il tasso di incremento del numero di turisti tenderebbe progressivamente a calare, come avviene appunto nel caso dei laghi Maggiore ed Orta.

Nel lungo periodo, l'effetto principale della raggiunta maturità del prodotto si tradurrebbe in una diminuzione dell'*appeal* dell'ambito che, in assenza di azioni correttive realizzate dalle istituzioni e dagli operatori turistici, per-

---

<sup>12</sup> I principali sistemi turistici del Piemonte sono, oltre a quello dei Laghi, quello urbano-metropolitano di Torino e quello delle "montagne olimpiche".

derebbe la propria posizione sul mercato locale e sovralocale (Volpe, 2004). Gli esiti potrebbero essere invece diversi se venissero perseguite opportune strategie e realizzate specifiche azioni di rilancio del polo, finalizzate soprattutto ad una maggiore diversificazione interna del prodotto, congiuntamente ad una progressiva integrazione dello stesso con altri presenti nell'offerta turistica regionale.

Oltre ai Laghi, gli altri sistemi che si affacciano sullo scenario turistico del quadrante sono quelli del novarese, del basso vercellese e del biellese, che si caratterizzano per un turismo di tipo "urbano" e/o "d'affari". Alla base dell'offerta di tali sistemi si colloca in primo luogo una presenza significativa di servizi e di attrattori offerti sia dai capoluoghi di provincia sia dai centri di livello intermedio. Unite alle risorse del contesto queste attività risultano giocare un ruolo essenziale nel determinare l'intensità degli arrivi e delle presenze, stemperando i fenomeni della stagionalità estiva e/o invernale che ancora permangono, seppure in attenuazione, in tutti gli altri sistemi.

Rispetto al prodotto Laghi, quello urbano e d'affari, si distingue per una organizzazione interna più semplificata; solo recentemente il sistema ha iniziato ad acquisire una propria identità, grazie al raggiungimento di soglie minime di flussi turistici. Si tratta di un prodotto che presenta ancora ampi margini di sviluppo all'interno del territorio del quadrante e per il quale possono prefigurarsi per il futuro interessanti opportunità. Tali possibilità, per quanto riguarda in specifico il turismo d'affari, sono connesse con la presenza e/o la realizzazione di strutture ed infrastrutture non solo all'interno delle province del Nord-est piemontese, ma anche, e soprattutto, nei territori contermine: dal centro fieristico di Rho-Però, all'aeroporto di Malpensa, agli interventi di miglioramento dell'accessibilità autostradale e ferroviaria.

Un altro prodotto del quadrante è quello della montagna "periferica", ovvero quello che caratterizza i sistemi alpini che negli ultimi anni, pur non essendo stati investiti dagli eventi sportivi internazionali, sono riusciti ad intraprendere iniziative di apertura e di integrazione dei propri prodotti a scala sovraregionale. Questi sistemi, che hanno oggi raggiunto la fase di maturità, sono le valli ossolane e la Valsesia, differenti sia per dotazione e dimensione dei servizi, sia per ricettività e attrezzatura sciistica, oltre che per entità dei flussi turistici attratti. I dati disponibili mostrano in particolare come la Valsesia si caratterizzi per la presenza di attrezzature turistiche tradizionalmente rivolte ad un soggiorno prevalentemente estivo, nonché di un ricco patrimonio ambientale e storico-culturale; mentre le valli ossolane si distinguono per un profilo più orientato alla pratica degli sport invernali, con interessanti dotazioni di servizi sciistici.

Rilevazioni più recenti mettono in evidenza, soprattutto nell'ambito valsesiano, una progressiva apertura e integrazione del prodotto a scala sovraregionale. Questa tendenza potrebbe presumibilmente portare, nel medio-lungo termine, ad un rafforzamento della capacità attrattiva del sistema nel periodo invernale, grazie alle iniziative di apertura delle stazioni di Alagna e dell'Al-

pe di Mera verso i cosiddetti *domaines skiabiles* valdostani. La possibilità di realizzare progetti di valorizzazione turistica in collaborazione con altri ambienti montani è pertanto da valutare in termini positivi e consentirebbe una riduzione dei deficit infrastrutturali e di servizio ancora presenti nelle località più accreditate delle valli del quadrante. L'esito finale potrebbe essere il rilancio di un prodotto maturo (e ancora marginale per quote di mercato detenute) attraverso un incremento della sua capacità attrattiva sia per l'offerta di servizi legati alla pratica di sport invernali, sia alle attività del tempo libero e della montagna estiva.

Per quanto riguarda infine i prodotti turistici potenziali, nel quadrante oltre alle risorse di eccellenza è presente un diffuso patrimonio di attrattori cosiddetti "minori", ma che, se opportunamente valorizzati, potrebbero essere in grado di alimentare flussi connessi con il turismo culturale, religioso, del benessere e delle cure termali, sportivo, delle produzioni artigianali, dell'enogastronomia e delle attività "ludico-ricreative". Sebbene il valore di alcuni di questi beni e servizi sia ampiamente riconosciuto, affinché si possano identificare dei prodotti turistici compiuti occorre "mettere a sistema" i diversi elementi che compongono la filiera turistica di ogni prodotto, andando ad integrare le singole risorse che qualificano l'offerta del territorio. Proprio con questa finalità sono da segnalare le iniziative rivolte al turismo enogastronomico, in particolare negli ambiti collinari di produzione vitivinicola di qualità del novarese e del vercellese e nelle zone risicole della baraggia vercellese. Riguardo il turismo culturale, sono da sottolineare alcune attività di promo-valorizzazione di beni culturali minori, che propongono itinerari tematici nei castelli e ricetti, nei palazzi e giardini storici, nelle cascate e mulini, nelle pievi, abbazie e oratori campestri. Interessanti sono anche gli interventi orientati alla creazione di un circuito termale del Piemonte settentrionale, che si fonda non tanto sull'offerta di servizi a fini curativi, quanto di attività legate al *wellness* e alla cura del corpo sia all'interno delle SPA dei numerosi hotel sui laghi d'Orta e Maggiore, sia degli stabilimenti nei comuni montani del vercellese e dell'Osola (Terme di Bognanco, di Crodo e di Premio). Infine meritano una segnalazione anche alcuni recenti tentativi di tematizzazione in senso "turistico" di attività manifatturiere, come quelle laniere del biellese, che da *output* produttivi si vanno trasformando in *input* di attività turistiche.

### **4.3 Gli scenari evolutivi e territoriali dello sviluppo turistico del Nord-est piemontese**

#### *4.3.1 Gli scenari possibili*

Nella definizione dei possibili scenari evolutivi del quadrante è importante considerare non solo le opportunità offerte dalle trasformazioni in atto all'interno della domanda e dell'offerta turistica, ma soprattutto i possibili esiti derivanti dalla realizzazione di progetti di sviluppo che riguardano il territo-



rio nel suo complesso. In particolare la progettualità connessa con il miglioramento dell'accessibilità infrastrutturale (approfondita nel capitolo 2 di questo volume), può generare nuove opportunità per il turismo, ampliando la capacità di attrazione dei prodotti-area del quadrante sul mercato nazionale ed internazionale. Ad una scala diversa, l'accrescimento dell'accessibilità coniugato con la prossimità del territorio all'area metropolitana milanese, oltre a generare una riconfigurazione degli assetti insediativi (come individuato nel capitolo 1 di questo volume), potrebbe avere effetti in termini di utilizzo dei servizi destinati al *loisir* e allo svago nel tempo libero.

Nella dinamica dello sviluppo turistico "progetto" e "territorio" sono due termini strettamente interconnessi; il territorio attraverso il progetto conferisce una forma alle iniziative, le quali a loro volta sono in grado di definire e consolidare lo sviluppo di quel territorio (Dallari, 2007). In questi termini il "progetto" può essere interpretato come uno strumento di innovazione del/dei prodotto/i turistico/i di un territorio, come quell'elemento capace di "fare il territorio" attraverso la messa a sistema delle componenti e dei soggetti che lo costituiscono<sup>13</sup>.

Le esperienze di progettualità del Nord-est piemontese rilevano l'esistenza, con caratteri di stretta interdipendenza e complementarità, di due differenti macro-categorie di iniziative: quelle inserite all'interno di un quadro di programmazione (territoriale e settoriale) esteso a scala regionale e quelle con obiettivi e priorità diverse e a volte complementari (Regione Piemonte, 2008).

Nel primo caso si tratta di iniziative che si vanno a collocare all'interno di un progetto d'insieme per l'intera realtà piemontese e che trova la sua forma più compiuta nei documenti regionali che definiscono gli assi principali dello sviluppo del territorio (dal Documento Strategico Preliminare Regionale per gli anni 2007-2013 al Piano Territoriale Regionale), individuano le strategie del settore turistico (Piano Strategico per il Turismo) e forniscono indicazioni operative (Documento di Programmazione Strategico-Operativa; POR-Programmi Operativi Regionali).

Al secondo gruppo appartengono invece quelle iniziative la cui evoluzione è affidata alla predisposizione di interventi di scala locale e/o mesoterritoriale e che, attraverso azioni partecipate e condivise dagli operatori turistici – soprattutto quelli locali – valorizzano le risorse alla base dei diversi prodotti offerti, dalle componenti dell'attrattività più conosciute, a quelle non ancora pienamente valorizzate (come i beni culturali e religiosi minori, il patrimonio ambientale diffuso, l'enogastronomia, le attività sportive golfistiche e le pro-

---

13 Si veda in particolare il modello PPT (Prodotto-Progetto-Territorio) sviluppato da gruppi di studio sul processo di analisi dei sistemi turistici locali (Rispoli, Tamma, 1995; Della Corte, 2000; Sciarelli, 2007).

duzioni tipiche dell'artigianato locale) e di cui il quadrante, e più in generale la regione, sono ampiamente dotati.

La raggiunta maturità del prodotto di punta (Laghi) di questa parte nord-orientale del Piemonte impone sempre più il ricorso a progetti orientati ad un suo rilancio ed in grado di mantenere la sua attuale posizione di *leadership* sul mercato turistico regionale, attraverso un adeguamento dell'offerta ai cambiamenti sia della domanda turistica globale (sempre più segmentata al proprio interno), sia delle modalità e abitudini di consumo del tempo libero da parte dei residenti, sia infine dell'apprezzamento e fruizione delle emergenze culturali e ambientali.

Affinché questi cambiamenti non costituiscano un mero adattamento a dinamiche esogene rispetto alle peculiarità del territorio, essi devono essere trasformati in fattori endogeni di rinnovamento mediante iniziative progettuali capaci di tramutare l'attuale mosaico territoriale (formato dai sistemi che compongono le quattro province) in un solo grande sistema turistico integrato. Nel caso specifico si tratta di un esercizio ancora in parte da compiere, sebbene esistano già alcuni elementi che ne fanno precludere una possibile realizzazione.

Dall'esame delle recenti iniziative progettuali proposte nel Nord-est piemontese emerge infatti una crescente propensione all'attivazione di processi di integrazione tra i prodotti turistici. Numerosi progetti allestiti dagli operatori pubblici e privati sono destinati a favorire l'integrazione del prodotto turistico principale del territorio, quello dei Laghi, con il suo naturale entroterra – ovvero i comprensori alpini della Valsesia e delle valli ossolane – e con i sistemi urbani e del turismo d'affari. Una tale integrazione potrebbe contribuire ad un accrescimento ulteriore dei flussi del sistema Laghi e ad un allungamento della permanenza media dei turisti nelle province del quadrante. Allo stesso tempo questo legame sinergico potrebbe consentire ai sistemi montani periferici della Valsesia e dell'Ossola di “sfuggire” alle criticità e alla marginalità geografica che li caratterizzano.

Quando vengano colte le opportunità di inserimento dei prodotti turistici del quadrante in sistemi di offerta di scala sovralocale, una simile attitudine potrebbe tradursi anche in una maggiore “apertura” ed interazione del sistema con le scale territoriali superiori. Si pensi in questo caso ai progetti che integrano i comprensori montani valesiano e ossolano con quello valdostano o a quelle iniziative destinate a prefigurare la formazione di un grande sistema lacustre, che include gli ambiti turistici dei Laghi Maggiore e d'Orta appartenenti alle province della Regio Insubrica.

Contestualmente alla propensione verso una progressiva integrazione dei sistemi del quadrante, le analisi evidenziano una tendenza, sempre più marcata, alla diversificazione dei singoli prodotti. Si tratta soprattutto dell'esito di esperienze progettuali destinate a dare nuove connotazioni ai prodotti turistici esistenti. Tra le iniziative realizzate o in fase di realizzazione meritano un'attenzione particolare quelle indirizzate a rendere i Laghi un prodotto area più composito, grazie all'inclusione tra i servizi offerti di quelli rivolti ai turisti *business* e congressuali.

Sempre le indagini compiute dimostrano come nuove potenzialità turistiche siano generate dalle iniziative che all'interno del quadrante premiano la valorizzazione dei centri storici delle città, attraverso pervasive azioni di riordino del traffico, di pedonalizzazione delle vie centrali, di riqualificazione e di selezione del tessuto architettonico. In questo caso si tratta di progetti che stentano ad uscire da una dimensione locale e a costituire l'espressione di una vera e propria trama meta-territoriale destinata al miglioramento della qualità e della fruibilità dei territori e al corredo delle iniziative di apprezzamento dei valori culturali, ambientali e documentali delle sue componenti.

#### 4.3.2 L'analisi SWOT del sistema turistico

Al termine di questo capitolo risulta utile proporre un'analisi SWOT, finalizzata ad evidenziare i principali punti di forza (*Strengths*) e di debolezza (*Weakness*) espressi dal territorio di riferimento, nonché le opportunità (*Opportunities*) e le minacce (*Threats*) che possono condizionarne lo sviluppo turistico.

L'efficacia e l'utilità di un'analisi di questo genere, come supporto alla valutazione di un "territorio di progetto" quale quello del quadrante nord-orientale del Piemonte (caratterizzato da una moltitudine di interventi coordinati di valorizzazione turistica), dipende dalla possibilità di effettuare una lettura incrociata dei fattori che intervengono nella scelta delle linee da seguire per raggiungere i prefissati obiettivi di sviluppo turistico.

Per rendere più agevole la lettura, i risultati dell'analisi SWOT applicata al territorio del quadrante vengono di seguito proposti in forma sintetica all'interno della tabella seguente.

Tabella 4.2 – Analisi SWOT del sistema turistico del Nord-est piemontese

Punti di forza ( <i>Strength</i> )	Punti di debolezza ( <i>Weakness</i> )
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forte capacità di attrazione del quadrante nel suo complesso e del prodotto-area dei Laghi in particolare</li> <li>• Presenza di eccellenze turistiche assolute, fortemente consolidate nel mercato nazionale ed internazionale (Stresa e le isole Borromee, Orta e l'isola di San Giulio)</li> <li>• Potenzialità diffuse in termini di fattori di attrattività primari: natura, cultura, laghi, gastronomia, complessi religiosi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Squilibrio in termini di flussi turistici e di offerta ricettiva tra i prodotti-area ad altra attrattività e quelli turisticamente marginali</li> <li>• Generale mancanza di un'immagine unitaria di prodotto di quadrante, nel quale vengano offerti in modo integrato i prodotti Laghi, Montagna, Urbano e <i>Business</i></li> <li>• Limitata integrazione tra i fattori di attrattività primari</li> </ul>
Limitatamente ai Laghi <ul style="list-style-type: none"> <li>• immagine del prodotto-area unitaria e consolidata, ben riconosciuta sul mercato nazionale ed internazionale</li> <li>• presenza del prodotto-area sia su mercati consolidati sia su mercati "emergenti" (Paesi Est Europa)</li> </ul>	Limitatamente ai Laghi <ul style="list-style-type: none"> <li>• raggiunta maturità del prodotto-area e conseguente rischio di diminuzione dell'<i>appeal</i> dell'ambito in assenza di azioni di rilancio</li> </ul>

Opportunità ( <i>Opportunities</i> )	Rischi ( <i>Threats</i> )
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Possibilità di diversificare e destagionalizzare l'offerta turistica attraverso iniziative rivolte ad una domanda internazionale in crescita e a importanti flussi escursionistici e di turisti di seconde case e/o ospiti di amici e parenti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Possibile perdita di posizioni nel mercato turistico nazionale e sovranazionale a causa dell'incremento della concorrenza internazionale tra le mete turistiche</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampia possibilità dell'offerta ricettiva di fornire risposte all'incremento e mutamento (nei profili e nei segmenti) della domanda turistica, specialmente quella di origine internazionale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Possibili effetti di concorrenza interna tra aree nazionali in assenza di efficaci e iniziative di creazione e promozione di prodotti-area integrati</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Possibilità di integrazione tra i prodotti-area per incrementare le presenze turistiche e/o dilatare il tempo medio di permanenza dei flussi esistenti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitata capacità attrattiva dei prodotti-area integrati e mancato incremento dei flussi turistici e/o ulteriore diminuzione del tempo medio di permanenza dei visitatori</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Progetti di ulteriore miglioramento dell'accessibilità attraverso i collegamenti stradali e ferroviari</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Possibili effetti di congestionamento del traffico stradale nelle aree di maggiore accessibilità veicolare</li> </ul>

## Bibliografia

- Becheri E. (2009), *Rapporto sul turismo italiano 2008-2009: pensare turisticamente*, Franco Angeli, Milano.
- Bencardino F. e M. Prezioso (2007), *Geografia del turismo*, McGraw-Hill, Milano.
- Butler R. and D. Pearce (eds.) (1995), *Change in Tourism: People, Places, Processes*, Routledge, London.
- Butler R.W. (1980), *The concept of a tourism area cycle of evolution: implications for management of resources*, in «Canadian Geographer», XXIV, pp. 5-12.
- Caso R., D'Angella F. e E. Quintè (a cura di) (2009), *Il sistema congressuale. Attori, strategie, risultati*, Franco Angeli, Milano.
- Dallari F. (2007), *Il progetto del territorio: gli scenari turistici della sostenibilità*, in Van Riel S. e M.P. Semprini, *Restauro del paesaggio e sostenibilità*, Alina Editrice, Firenze.
- Della Corte V. (2000), *La gestione dei sistemi locali di offerta turistica*, CEDAM, Padova.
- Dematteis G. e F. Governa (a cura di) (2005), *Territorialità, sviluppo locale, sostenibilità: Il modello SLoT*, Franco Angeli, Milano.
- Emanuel C. (2005), *La provincia di Novara: opportunità e sfide di un territorio in transizione* in Friedrich R., Franzi A., Roic S., Ronza R. (a cura di) *Nuove regioni europee. La sfida dell'Insubria*, Casagarande Editore, Lugano, pp. 79-82.
- Emanuel C. e R. Afferni (2009), *Piano d'Azione per lo sviluppo della promozione, dell'accoglienza e dell'informazione turistica della Provincia di Novara*, Edizioni Mercurio, Vercelli.
- Emanuel C., Cerutti S. (2009), *The Future of Cultural Heritage: Processes, Initiatives and Projects to Revalorise Tourist Products and Areas In Piedmont*,

- in Trono A. (a cura di), *Tourism, Religion & Culture: Regional Development through Meaningful Tourism Experiences*, Mario Congedo Editore, Galatina (LE), pp. 11-21.
- Innocenti P. (2007), *Geografia del turismo*, Carocci, Roma.
- IRES Piemonte (2008), *I quadranti del Territorio Piemontese: le prospettive del Nord-est* (a cura di C. Violi), Terzo Rapporto Triennale. Scenari per il Piemonte del 2015, Torino.
- ISTAT (2002), *Statistiche del turismo. Anno 1998*, <http://www.istat.it>.
- ISTAT (2002), *Statistiche del turismo. Anno 2000*, <http://www.istat.it>.
- ISTAT (2004), *Statistiche del turismo. Anno 2002*, <http://www.istat.it>.
- ISTAT (2007), *Capacità e movimento degli esercizi ricettivi. Anno 2004*, <http://www.istat.it>.
- ISTAT (2008), *Capacità e movimento degli esercizi ricettivi. Anno 2006*, <http://www.istat.it>.
- ISTAT (2009), *Capacità e movimento degli esercizi ricettivi. Anno 2008*, <http://www.istat.it>.
- ISTAT (2010), *Cartografia: confini amministrativi*, <http://www.istat.it/ambiente/cartografia/> (ultima consultazione luglio 2010).
- Lozato-Giotart J.P. (2008), *Geografia del turismo: dallo spazio consumato allo spazio gestito*, Hoepli, Milano.
- Minca C. (1996), *Lo spazio turistico postmoderno*, in AA.VV., *Il viaggio – dal Grand Tour al turismo post-industriale*, Atti del Convegno Internazionale – Roma 5-6 dicembre 1996, Edizioni Magma – FLM, Napoli.
- Osservatorio Turistico Regionale della Regione Piemonte (2009), *Rapporto dati statistici 2008*, <http://www.regione.piemonte.it>.
- Pollice F. (2002), *Territori del turismo*, Franco Angeli, Milano.
- Regione Piemonte (2008), *Piano Strategico Regionale per il Turismo*, Torino, aprile 2008.
- Regione Piemonte (2009), *Piemonte in cifre 2009. Annuario Statistico Regionale*, <http://www.piemonteincifre.it>.
- Regione Piemonte (2010), *Repertorio Cartografico*, <http://www.regione.piemonte.it/repertorio/pia/index.htm> (ultima consultazione luglio 2010).
- Rispoli M. e M. Tamma (1995), *Risposte strategiche alla complessità: le forme di offerta dei prodotti alberghieri*, volume 1, Giappichelli, Torino.
- Sciarelli S. (2007), *Il management dei sistemi turistici locali. Strategie e strumenti per la governance*, Giappichelli, Torino.
- Tamma M. (2001), *Prodotti e sistemi*, in Rispoli M., *Prodotti turistici evoluti. Casi ed esperienze in Italia*, Giappichelli, Torino.
- Timothy D.J. e Boyd S.W. (2007), *Heritage e turismo*, Hoepli, Milano.
- Unioncamere (2009), *Appendice statistica al Rapporto Unioncamere 2009. Il turismo*, <http://www.unioncamere.it>.
- Volpe A., (2004), *Il ciclo di vita delle località turistiche: sviluppo e limiti di un'economia posizionale*, Franco Angeli, Milano.