

Vacanze 2005, Lombardia protagonista

Pubblicato: Martedì 26 Luglio 2005

Saranno forse le preoccupazioni per gli attentati internazionali – come si può leggere anche nell'articolo odierno di Repubblica -piuttosto che la crisi economica che non permette di scegliere destinazioni esotiche, fatto sta che **la Lombardia si candida ad essere una delle sorprese turistiche dell'estate 2005.**

Lo dice la **Camera di commercio di Milano** che ha diffuso una ricerca con dati (rilevati da Unioncamere-Isnart) molto interessanti sull'affluenza turistica nella nostra regione. Secondo l'ente camerale infatti sarebbero circa **365mila le persone che hanno scelto le montagne ed i laghi** della Lombardia per passare la vacanza principale dell'anno, tra giugno e settembre.

I dati degli alberghi, in particolare, fanno trasparire **un risultato di tutto rispetto**. Nel mese di luglio infatti le camere prenotate sono state pari al **62,9% del totale contro una media italiana del 52,6%**. Un risultato destinato a crescere in agosto per il quale è previsto un dato del 66,3% con punte ben più alte sui laghi e nelle località montane. Se in queste ultime si attende il **"tutto esaurito"**, sulle rive dei grandi bacini d'acqua lombardi le camere dovrebbero toccare il **75%, un risultato che si mantiene costante in tutti e quattro i mesi** presi in considerazione, da maggio ad agosto.

Non sono tutte rose e fiori, purtroppo: se da un lato la presenza straniera si mantiene su cifre importanti (33,6%, al di sopra della media nazionale del 28,9%), dall'altro bisogna segnalare che il dato di turisti provenienti dall'estero è in sensibile calo. L'anno scorso la "fetta" di stranieri rappresentava il 44,3%.

«La Lombardia, dopo essere stata tra le mete più scelte per le vacanze d'inverno – ha commentato **Renato Borghi, presidente dell'Osservatorio Turismo** della Camera di commercio di Milano – conferma le sue ottime performance. Sono convinto che in questo momento l'industria del tempo libero si debba muovere sempre più in termini di competitività, di formazione delle risorse umane, di capacità organizzativa. **Noi siamo per il "made in Lombardy allargato"**: fare promozione turistica significa infatti non solo promuovere le risorse naturalistiche di un'area, ma anche la sua storia, la sua cultura, le sue tradizioni gastronomiche, i suoi eventi folcloristici, culturali o dello spettacolo, lo shopping e le sue imprese».

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it