

Estate 2014: recessione economica e maltempo penalizzano pesantemente la montagna italiana

Mai come nell'estate 2014, gli italiani hanno ridotto o rinunciato alle vacanze in montagna - Per la prima volta dal 2001 tutti i comprensori alpini e appenninici registrano il segno meno di arrivi, presenze e redditività, dai 4-5 punti percentuali dell'Alto Adige fino a punte del -30% in Piemonte – La clientela straniera non compensa la forte diminuzione dei turisti italiani - Il periodico sondaggio di Trademark Italia evidenzia una flessione per l'82,2% degli operatori interpellati, solo il 2,1% registra una crescita

Per la prima volta dal 2001, anno in cui è iniziata l'elaborazione dell'Osservatorio della Montagna estiva (quello invernale va avanti invece dal 1995), tutti i comprensori alpini e appenninici registrano un andamento stagionale negativo, con una flessione (più o meno significativa) di arrivi e presenze, ma soprattutto con la redditività in contrazione.

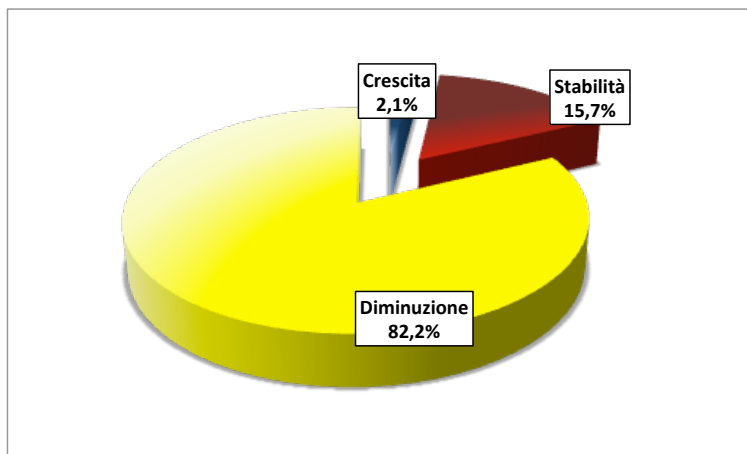
Private anche dell'appeal generato dal classico caldo estivo che normalmente spinge in montagna chi vuole fuggire dalle torride città, le località alpine italiane hanno mostrato numerosi punti deboli, anche sul fronte del marketing e della promozione. La scelta abituale degli operatori privati è quella del contenimento dei costi: aperture sempre più brevi (attorno ai 60 giorni), personale e servizi ridotti e quindi qualità in calo. La soluzione invece più utilizzata dalle pubbliche amministrazioni è quella dei grandi raduni sportivi, in particolare delle squadre di calcio della nostra Serie A. Si tratta di tattiche di breve periodo, non di strategie di ampio respiro finalizzate a riposizionare il prodotto "montagna estiva" sul mercato... soprattutto quello internazionale.

Il periodico sondaggio* dell'Osservatorio tra gli operatori del settore turistico ha evidenziato come la montagna italiana abbia scontato le difficoltà del sistema economico e sociale nazionale, aggravate dalla negativa congiuntura meteorologica che ha segnato l'estate in tutte le destinazioni di vacanza del Paese. Questi fattori hanno prodotto un'ulteriore contrazione della domanda da parte degli italiani che, mai come nell'estate 2014, hanno ridotto o rinunciato alle vacanze.

Per quanto riguarda il dettaglio dell'andamento stagionale, il panel degli operatori turistici non ha esitato a definire "tragica" la stagione estiva 2014: 8 operatori su 10, in maniera pressoché omogenea nei vari comprensori, dichiarano una "diminuzione del movimento turistico"; 6 operatori su 10 dichiarano addirittura "una flessione della clientela superiore al 10%". Si tratta di cifre mai riscontrate in passato dall'Osservatorio Turistico della Montagna.

* Sondaggio telefonico ed invio di un questionario autosomministrato ad oltre 2.000 operatori del settore ricettivo (alberghi, residence, agenzie di affittanze turistiche) che compongono il panel di riferimento. Il sondaggio è stato realizzato nel periodo 5 - 19 settembre 2014.

L'ANDAMENTO COMPLESSIVO DELLA STAGIONE ESTIVA 2014



L'ANDAMENTO DELLA STAGIONE ESTIVA 2014 NEI VARI COMPRENSORI

COMPRENSORIO	CRESCITA	STABILITÀ	DIMINUZIONE
Valle d'Aosta	2,35%	16,75%	80,90%
Piemonte	1,50%	15,50%	83,00%
Lombardia	2,45%	14,85%	82,70%
Trentino	2,30%	15,20%	82,50%
Alto Adige	2,45%	16,80%	80,75%
Veneto	2,10%	14,90%	83,00%
Friuli Venezia Giulia	2,20%	15,30%	82,50%
TOTALE	2,1%	15,7%	82,2%

VALLE D'AOSTA: nonostante il discreto andamento dei flussi internazionali, l'estate si chiude con un evidente segno meno causato dalla flessione del movimento italiano. In quasi tutte le località, da Courmayeur a Valtournenche, da Cervinia a Cogne, 8 operatori valdostani su 10 definiscono negativa la performance della stagione estiva, anche dal punto di vista economico.

PIEMONTE: l'eccessiva piovosità abbinata alla crisi economica che sta colpendo le famiglie italiane, ha inciso negativamente su presenze e fatturati della montagna piemontese. Le imprese turistiche di Limone Piemonte, Sestriére e Bardonecchia lamentano cali superiori al 20% (con punte del - 30%) sia in termini di movimento che di redditività.

LOMBARDIA: nuvole e pioggia hanno condizionato pesantemente la performance delle località turistiche da Bormio a Livigno, fino a Ponte di Legno. Qualche raggio di sole unicamente per gli operatori turistici che hanno parzialmente drenato la flessione della clientela italiana. Dopo il buon andamento del ponte di Ferragosto, la montagna lombarda mette in archivio una stagione decisamente negativa, con presenze in calo di circa 15 punti percentuali.

TRENTINO: stagione estiva pesantemente segnata dal maltempo e in flessione a due cifre, tra il -10 e il -12% del movimento turistico, con evidenti ripercussioni sui fatturati delle imprese turistiche. Gli operatori del panel hanno registrato una perdita significativa di clientela italiana che, nei mesi estivi, resta ancora il mercato turistico principale nonostante gli sforzi (e gli investimenti) promozionali pubblici sui mercati internazionali. Stagione da dimenticare per gran parte delle località turistiche, mentre alcuni comprensori hanno resistito meglio di altri: su tutti la Valle di Fassa, area particolarmente dinamica e proattiva a livello promozionale, e la zona di San Martino di Castrozza e Primiero. Flessioni più accentuate per l'area di Madonna di Campiglio e Pinzolo, con una stagionalità sempre più ridotta e ormai prossima ai 45 giorni, la Val di Sole, la Val di Fiemme e la Valsugana. Fanno eccezione le poche località "bacciate" dai ritiri sportivi.

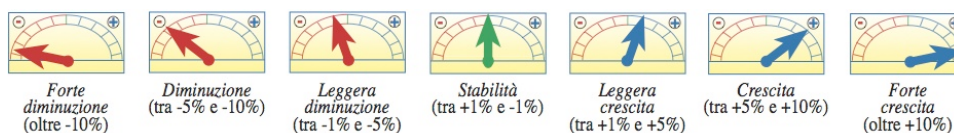
ALTO ADIGE: anche l'area leader a livello sia d'immagine che di flussi, ha pagato in maniera evidente la crisi economica nazionale e il maltempo. Gli operatori altoatesini del Panel definiscono quella 2014 *"la peggior stagione estiva dal 2009"*, con una flessione del movimento e dei fatturati intorno al 4-5%. Si tratta comunque di un bilancio migliore rispetto ai competitor nazionali, reso sopportabile dal positivo andamento dei mercati internazionali, in particolare di quello tedesco, concentrati prevalentemente dalla Val Pusteria allo Sciliar, dalla Val Badia alla Val Gardena. In queste ultime due aree è cresciuto anche il movimento incoming dalla Francia, dagli Stati Uniti d'America e dai Paesi dell'Est Europa, mentre tutti i comprensori monitorati dall'Osservatorio hanno registrato un significativo calo della clientela italiana attorno al 6-7%.

VENETO: la congiuntura economica e l'inclemenza del tempo hanno colpito indifferentemente sia Cortina, la regina delle Dolomiti, che tutte le altre località della montagna veneta, dal comprensorio del Civetta alla Val Zoldana, fino al Cadore. Contrazione dei soggiorni e della spesa hanno fatto segnare bilanci in rosso sia a livello di presenze che di fatturati. I gestori di alberghi, negozi, rifugi e impianti di risalita evidenziano un calo dei flussi turistici vicino al -10%. Si difende un po' meglio Cortina, grazie agli eventi e alla *brand reputation* che le consentono di attrarre quote crescenti di turisti internazionali, già ora superiori agli italiani anche in estate.

FRIULI: maltempo e crisi economica hanno colpito anche le località della montagna friulana, dove 8 operatori su 10 dichiarano una sensibile flessione del movimento turistico, dovuta in particolare al crollo della clientela italiana. Da Piancavallo a Tarvisio, fino alla Carnia, gli operatori del panel stimano una diminuzione delle presenze tra il -12 e il -19%.

APPENNINO: stagione negativa anche per l'**Appennino dell'Emilia-Romagna e dell'Abruzzo** che, dipendendo prevalentemente dalla clientela italiana di prossimità e dai soggiorni "mordi e fuggi", ha sofferto in modo particolare il maltempo di luglio e della prima parte di agosto. La mancanza di afa in pianura non ha spinto i turisti in quota e il movimento non ha raggiunto i livelli della scorsa estate, con ripercussioni molto negative per i bilanci delle imprese turistiche.

IL BAROMETRO DEI COMPENSORI ALPINI ED APPENNICI – ESTATE 2014



VALLE D'AOSTA	 Tra -5% e -10%
PIEMONTE	 Oltre -10%
LOMBARDIA	 Tra -5% e -10%
TRENTINO	 Oltre -10%
ALTO ADIGE	 Tra -5% e -10%
VENETO	 Oltre -10%
FRIULI VENEZIA GIULIA	 Oltre -10%
APPENNINO EMILIANO-ROMAGNOLO	 Oltre -10%
APPENNINO ABRUZZESE	 Tra -5% e -10%

Elaborazione Trademark Italia - Osservatorio della Montagna – Estate 2014