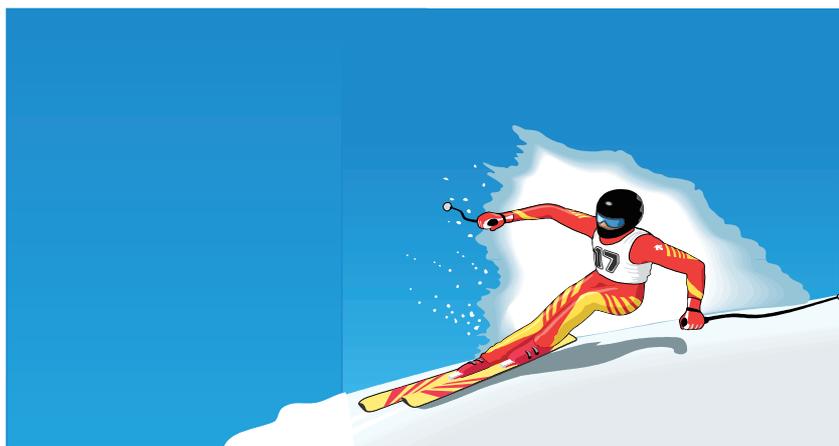




LE VACANZE INVERNALI DEGLI ITALIANI 2001 - 2002

Indagine sul mercato della neve



• Dicembre 2001 •

© trademark italia

INDICE

CAP. 1	Anno record per la montagna italiana. Lo scenario generale	3
CAP. 2	I trend del pianeta neve	6
CAP. 3	Chi sale e chi scende nella prima stagione invernale del terzo millennio	10
CAP. 4	I prezzi degli alberghi e degli skipass	20

Questo studio è un prodotto

trademark italia

corso d'Augusto, 97 - 47900 Rimini

tel. 0541/56111 - fax 0541/53332

Le tavole e i testi raccolti in questo volume
possono essere ripresi purché sia citata la fonte.

CAP. 1 ANNO RECORD PER LA MONTAGNA ITALIANA. LO SCENARIO GENERALE

Mentre in tutto il mondo il turismo ripiega, per la montagna italiana si preannuncia un avvio della stagione invernale 2001/2002 trionfale. La situazione internazionale aveva già ridisegnato lo scenario, quando sono arrivate le prime nevicate e così, ai primi di novembre, è partita la corsa alle prenotazioni. Ad inizio dicembre l'elevato numero di richieste ha disegnato (con largo anticipo rispetto alle passate stagioni) un quadro da "tutto esaurito", prima per Capodanno poi per l'intero arco delle festività.

La contrazione dei flussi turistici però è un fatto consolidato. Gli italiani che si muoveranno durante le festività passano da 9,6 milioni del 2000 ai 7,6 milioni di quest'anno. La montagna invece fa registrare tassi di crescita variabili tra il 9 e il 17% rispetto allo scorso anno. Ottimistici gli operatori, che ammettono di trovarsi in pieno "boom". E lo si può misurare dai vincoli: almeno cinque *giorni*; *minimo mezza pensione*; *pagamenti anticipati con caparre obbligatorie*; *niente carte di credito*; *etc.*

Gli italiani rimangono in Italia, non restano a casa, preferiscono la montagna (più a Capodanno che a Natale) ma contraggono i loro consumi. Soprattutto per il cenone di Capodanno si rileva un taglio: la spesa media per persona per la notte di San Silvestro si abbassa infatti da 225mila a 140mila lire (Fonte: Federalberghi).

La contingenza degli avvenimenti internazionali riporta la montagna vicina alla mente dei turisti italiani, che per motivi di sicurezza e tranquillità, dopo anni di festività trascorse all'estero, riscoprono le "vecchie", care e sicure località di montagna. Il freddo al posto del caldo, gli scarponi invece dei bermuda, la fatica sportiva anziché la pigra routine del mare. E' il fiorire di una montagna che poco fa per aggiornarsi, che non rinuncia alla scomodità e alla rigidità. L'altare

dell'ospitalità e dell'accoglienza è vuoto, ma la congiuntura continua a produrre positivi bilanci stagionali. E quest'anno sarà record!

La montagna è tornata fortemente competitiva, la sua immagine riprende quota. Potrebbe essere una stagione invernale formidabile per rigenerare l'appeal delle piste da sci.

Interessante notare anche il ritorno in patria di numerosi sciatori che gli scorsi anni optavano per le località estere: 3 habitué su 10 della Francia rientrano in Val d'Aosta. In occasione del ponte dell'Immacolata gli italiani si orientano, e la stagione 2001/2002 è all'insegna del motto "più Italia che Austria".

Dal nostro osservatorio privilegiato si comprende che i fattori contingenti sono prevalenti (i dati Federalberghi lo confermano): un 7% di connazionali afferma con orgoglio di scegliere le destinazioni alpine per le proprie vacanze; il 58% invece dichiara di aver "ripiegato" sulla montagna per l'instabile situazione internazionale. Mar Rosso, Kenia, Capo Verde e altre destinazioni tropicali quest'anno sono molto meno appetibili, altrettanto i voli aerei, così rarefatti da risultare difficili da prenotare.

Il comportamento degli italiani in vacanza rispetto alle vacanze invernali 2001/2002 è dunque "contingente", e gli operatori cavalcano il momento. Conviene però che non dimentichino i difetti strutturali e le debolezze delle destinazioni alpine nazionali, che restano segnate dai trend di crescita delle "capitali" del turismo bianco.

Cortina, Madonna di Campiglio, Courmayeur e Corvara sono le regine della stagione invernale, le altre crescono, ma restano un ripiego. Che dire del resto delle destinazioni di "seconda fascia", raramente capaci di riservare novità ed emozionare con piaceri autentici i turisti della congiuntura?

Accanto al "piccolo" e solido gruppo di italiani appassionati, leali e fedeli clienti che adorano la montagna, che l'apprezzano per le sfide sportive e

per le leggende, arrivano gli avventori dell'ultim'ora. Si tratta di turisti che cercano un'esperienza capace di emozionare, di divertire, da ricordare.

Il prodotto montano si troverà dunque sotto l'occhio critico di turisti che non sono amanti della montagna pura, che l'hanno scelta esclusivamente come alternativa, che sono abituati ad altri standard ospitali e ricettivi. Sono turisti che hanno nella mente il mare, le calde sabbie caraibiche, indiane, egiziane, gli alberghi di prestigio, le piscine, le palme, i casinò.

Ma non è tutto fermo, inchiodato. Alcuni operatori più lungimiranti e attenti stanno preparando una "valanga" di novità per rilanciarsi, riqualificare le vacanze sulla neve e non far rimpiangere i mari tropicali. Offerte di benessere, fitness, animazione gastronomica, sono in numero ancora esiguo per parlare di rilancio.

CAP. 2 I TREND DEL PIANETA NEVE

La crescita del numero di appassionati di sci si è arrestata, da diversi anni c'è stagnazione di praticanti. Anche se è arrivata un'ondata favorevole, i nodi strutturali della crisi non possono essere dimenticati, i suoi segnali vengono da lontano, ma gli operatori non riescono a percepirli in tutta la loro pericolosità. Se si fermassero a ragionare sui motivi che rendono la montagna un prodotto turistico "opaco" forse potrebbero invertire la tendenza.

Quasi retorico diventa lo studio annuale sulle vacanze invernali nel quale sollecitiamo il risveglio della montagna. Difetti e limiti strutturali delle località alpine nazionali sono del resto conosciuti, e da noi più volte enunciati:

- 1.** la concorrenza agguerritissima delle vacanze invernali "al caldo", che tra l'altro costano meno (basta pensare al budget necessario per l'attrezzatura sciistica);
- 2.** la necessità degli ospiti di avere qualcosa di più. La pretesa per il 90% del mercato è un'offerta di ospitalità meno squallida e "raffazzonata", con proposte "dopo sci" più ludiche e coinvolgenti;
- 3.** la scarsa attenzione degli albergatori nei confronti di fitness e wellness, elementi sempre più connessi alle vacanze, al tempo libero e alla pratica sportiva;
- 4.** la scarsa capacità degli operatori di dare risposte adeguate, dal punto di vista qualitativo, al turismo enogastronomico;
- 5.** l'atteggiamento degli impiantisti, che mantengono l'assoluto controllo dell'offerta sciistica, determinando la vita stessa degli sport invernali, senza impegnarsi davvero nelle attività di marketing e promozione delle località, facendo pagare cifre "astronomiche" per l'utilizzo degli impianti;

6. i prezzi. La montagna è cara, abbigliamento, alberghi e skipass costano il doppio di un soggiorno a Tenerife.

Certamente l'elemento che più di ogni altro ha peso specifico per il rilancio delle diverse località alpine è quello legato ad una nuova ospitalità, a modi di fare meno rigidi, meno protervi.

Per aumentare la qualità delle strutture ricettive non si può prescindere dalla volontà degli operatori turistici, che devono essere, o almeno apparire, più generosi e sensibili nei confronti dei propri ospiti. La cui capacità critica aumenta ogni anno, di pari passo alla crescita della loro esperienza alberghiera.

Da circa 2 anni tutti convengono che i sistemi di prenotazione e accoglienza vanno modificati, magari sulla base di alcuni spunti di marketing quasi sempre vincenti (ove applicati):

- niente ostacoli e minacce al momento della prenotazione. Le richieste di vaglia postali, di bonifici come caparra, interrompono la simpatia e anche i giovani, sempre più "esperti" turisticamente, sono ormai avvezzi all'utilizzo delle carte di credito;
- dare sempre il benvenuto a chi paga con carte di credito. Molti albergatori ancora non le accettano;
- più atmosfera di montagna dentro e fuori, con luminarie, luci, bandiere, alberi di Natale e addobbi floreali anche dopo le feste;
- sauna, bagno turco e palestra sempre aperti, funzionanti e "compresi";
- più spirito di montagna, di originaria ospitalità ottenibile con immediate operazioni simpatia *market oriented*.

Dopo 10 anni di indagini sulle vacanze degli italiani e migliaia di interviste, possiamo affermare che il servizio alberghiero è diventato più importante degli impianti di risalita. Abbiamo appurato che solo 5 frequentatori della montagna su 10 sciano regolarmente, e che 4 turisti su 10 odiano gli snowboarder.

Comfort alberghiero, arredo urbano, allegria e calore della gente sono ormai più importanti della neve, delle piste e delle infrastrutture. E' sul comfort delle località che si gioca il successo.

Il lamento ricorrente per la mancanza di forme di intrattenimento e divertimento pomeridiano e serale non viene ascoltato, mentre investimenti sempre più imponenti per impianti e piste non tamponano i malesseri di chi "a prezzi altissimi" fa vacanze sulla neve.

SCI E SNOWBOARD. UN DILEMMA SUPERABILE?

Purtroppo continua l'incompatibilità. La guerra, tra negligenza delle autorità e apatia degli albergatori, in vari casi si è accentuata: gli sciatori tradizionali si lamentano, considerano ancora lo snowboard sinonimo di incidenti; alcuni lo vogliono addirittura "ghettizzato" in aree riservate, con piste ad hoc per i riders. Un crogiolo di lamentazioni, proteste, proposte, indecisioni, sta massacrando l'immagine della neve.

E se è vero che la massa critica del fenomeno snowboard è ancora poca cosa rispetto alla quota di praticanti dello sci (il rapporto è 300mila riders contro 3,5 milioni di sciatori), il suo impatto nelle località alpine (per natura tradizionali) è forte e significativo: snowpark, half pipe, rumore, confusione, abbigliamento "fuori norma", etc. sono alcuni visibili segnali della presenza degli snowboarders.

Per spegnere l'ostilità tra le due razze sportive, diverse località hanno pensato e realizzato aree apposite per i riders. "Surfare sulla neve" è problematico perché porta con sé concetti esagerati (talvolta esasperati) di libertà individuale. Esaltati dalla loro passione, esibizionisti delle ore centrali pretendono il "via libera" ovunque, non in aree specifiche. I riders hanno bisogno di esibirsi, di mostrare la componente ludica della loro azione sportiva.

Per questo le autorità turistiche non devono pensare che sarà il tempo a

rendere possibile la convivenza con lo sci tradizionale, che persegue il cosiddetto “piacere alpino” contro l’“esuberanza adrenalinica” dello snowboard. *Il primo* (lo sci) enfatizza il rapporto naturale con la montagna, lo stile e la professionalità, ricerca e silenzio, tranquillità e comfort; *il secondo* (lo snow) punta su atletismo ed esibizionismo, velocità, rumore, grida e dilettantismo.

D'altra parte lo snowboard va capito e studiato. I dati confermano che, inizialmente, ha evitato il crollo vertiginoso dei frequentatori della montagna. I giovani metropolitani (perché lo snow è uno sport d'origine metropolitana che deriva da skateboard e surf) che si sono avvicinati a questo sport senza aver mai indossato un paio di sci sono circa il 70% dei praticanti. Probabilmente non avrebbero mai calcato le piste senza tavola visto che si tratta di uno sport facilmente accessibile a tutti, con caratteristiche che lo rendono più attraente dello sci agli occhi dei giovani.

All'inizio si è pensato che fosse un supporto ideale per il ringiovanimento dello sci tradizionale. Errore, lo snowboard ha infatti margini di crescita e prospettive di sviluppo maggiori dello sci stesso, ma allontana dalle piste quote enormi di sciatori che pernottano, consumano, chiedono servizi e vitalizzano la montagna.

Le stazioni sciistiche avrebbero tutto l'interesse a far sì che le due discipline convivano pacificamente, ma nessuno, finora, è riuscito a farlo. L'unica soluzione è quella retorica della sensibilizzazione: *ci vorrebbe tolleranza e rispetto tra sciatori e snowboarders*. Per gli operatori pubblici e privati della montagna italiana il dilemma è strategico.

CAP. 3 CHI SALE E CHI SCENDE NELLA STAGIONE DEI RECORD

La stagione sciistica si è ufficialmente aperta l'8 dicembre con discreta soddisfazione degli operatori. La mancanza di neve e l'avversità del calendario (il giorno 8 è caduto di sabato) per il ponte dell'Immacolata non ne hanno minato l'ottimismo, che ormai si è diffuso. La montagna italiana pare ormai immune da contraccolpi. Eppure senza sci gli italiani intervistati sono critici con le località, i loro servizi, gli alberghi, etc. ... forse per la mancanza di neve.

A ridosso del ponte dell'Immacolata (5-9 dicembre), abbiamo chiesto ad un campione di oltre 300 italiani* una valutazione qualitativa sulle principali località alpine nazionali:

VALUTAZIONE:	Scarsa	Normale	Buona
LOCALITA':			
Alleghe-Civetta		✓	
Altopiano della Paganella		✓	
Aprica	✓		
Asiago		✓	
Bardonecchia	✓		
Bormio			✓
Brunico			✓
Campitello	✓		
Canazei		✓	
Cervinia		✓	
Cogne	✓		
Cortina d'Ampezzo			✓
Corvara			✓
Courmayeur			✓
Limone Piemonte	✓		

(segue)

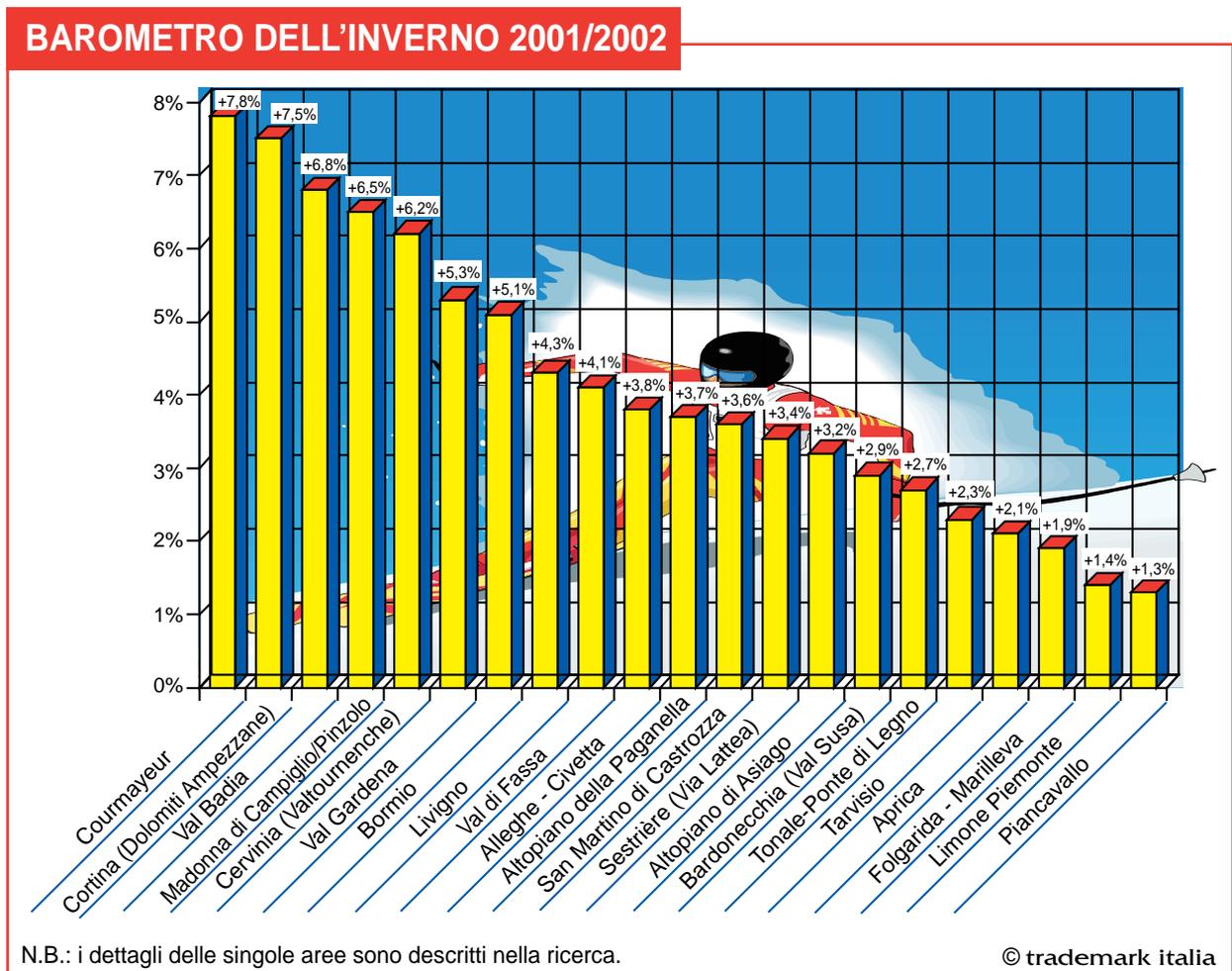
* Agli intervistati (un campione significativo di turisti con almeno 5 anni di esperienza in fatto di montagna) è stato chiesto un giudizio qualitativo sulle località sciistiche nel loro complesso (alberghi, negozi, arredo urbano, parcheggi, piste e impianti, servizi per i bambini, occasioni di divertimento, etc.).

LOCALITA':	VALUTAZIONE:	Scarsa 	Normale 	Buona 
Livigno			✓	
Madonna di Campiglio				✓
Moena			✓	
Ortisei				✓
Piancavallo	✓			
Pinzolo			✓	
Ponte di Legno	✓			
Presolana	✓			
Ravascletto	✓			
S. Martino di Castrozza			✓	
S. Vigilio di Marebbe			✓	
S. Vito di Cadore			✓	
Santa Cristina			✓	
Selva Val Gardena				✓
Sestriere			✓	
Tarvisio	✓			
Val di Sole (Folgarida, Marilleva)	✓			
Vigo di Fassa			✓	

Come si può vedere sono poche (solo 8) le località che ottengono un buon giudizio da parte dei turisti. Ve ne sono 14 che passano l'esame senza valutazioni negative, ma 11 prendono un brutto voto, almeno a caldo.

Il monitoraggio per destinazioni è stato realizzato attraverso una serie di interviste telefoniche, dirette e personali nel periodo 10 novembre-9 dicembre sono stati interpellati 143 operatori turistici pubblici e privati, campione rappresentativo e qualificato delle principali destinazioni sciistiche alpine; in appoggio sono state contattate anche 89 piccole e medie agenzie di affittanze turistiche, analizzati i dati economici di 36 alberghi campione, e intervistati in profondità 13 tour operator

specializzati sul mercato della neve. A queste, nei giorni 7, 8 e 9 dicembre, abbiamo aggiunto anche 327 interviste dirette in quota a sciatori.



Ecco nel dettaglio l'andamento previsto per i vari "distretti" e territori:

VALLE D'AOSTA

L'avvio della stagione sciistica in Valle d'Aosta fa più che sperare gli operatori. Commercianti e albergatori appaiono ottimisti, prevedono una stagione invernale d'oro e dichiarano palesemente che le prenotazioni

procedono con un evidente anticipo rispetto alle passate stagioni. A prezzi sostenuti.

Le località principali, **Cervinia** e **Courmayeur** su tutte, registrano il “tutto esaurito” per il periodo di Natale e Capodanno: +12% rispetto all’inverno scorso. Ovviamente sono gli italiani i più solleciti a prenotare. Gli stranieri aspettano (si dice la fine della conflitto afgano), si muovono con più calma: per inglesi e tedeschi del resto è febbraio il mese preferito.

Boom di prenotazioni per le vacanze natalizie anche a **Cogne** (dall’8 dicembre ospita tra l’altro la Coppa del Mondo di sci di fondo).

In tutta la Valle d’Aosta bisogna segnalare la nuova dinamicità degli operatori turistici privati, dei consorzi alberghieri. Gli amministratori pubblici, attraverso iniziative promozionali e interventi infrastrutturali, stanno ora rilanciando il prodotto turistico valdostano dopo le difficoltà del recente passato (le alluvioni e la chiusura del traforo del Monte Bianco).

Interessante iniziativa promozionale l’utilizzo gratuito degli impianti di risalita per tutto il mese di dicembre, strategica ovviamente, per tutto il sistema economico della Valle. Motore evidente del nuovo spirito di valle è l’ormai prossima riapertura del traforo del Monte Bianco.

MONTAGNA PIEMONTESE

Molte richieste ma poche conferme; lo affermano 8 operatori su 10. Il quadro delle prenotazioni che si delinea nelle località del Piemonte è quasi statico. Il fenomeno delle richieste anticipate è visibile ma, stando alle indicazioni, la clientela dovrebbe mantenersi sugli stessi livelli dello scorso anno: un +4% di conferme per Capodanno e un +7% per Natale.

Pessimismo degli operatori per l’incertezza delle presenze straniere nei periodi successivi alle festività natalizie: per il momento le prenotazioni dall’estero latitano. Positivo invece il clima tra gli impiantisti, le prime

nevicata di novembre (pur scarse) hanno reso più rosee le loro aspettative.

In sintesi, si prevede un'inverno positivo al **Sestriere** che apre la stagione con il "tutto esaurito" legato alle gare femminili della Coppa del Mondo di sci. Confermate anche le prenotazioni di olandesi tedeschi e francesi, che pur di raggiungere la località leader del Piemonte arriveranno in auto piuttosto che in aereo.

Prenotazioni in linea con quelle dello scorso anno a **Limone Piemonte**; qualche lamentela invece a **Bardonecchia**, dove sono venute meno le presenze dei clienti abituali stranieri, inglesi in particolare. Il ruolo dei tour operators sta cambiando e gli allotment sono, solo in parte, utilizzati.

MONTAGNA LOMBARDA

Anche sulle montagne lombarde si registra la stessa tendenza delle altre località alpine: le prenotazioni sono lievitate notevolmente rispetto all'anno scorso e molti italiani si sono assicurati un "posto al sole" sulla neve. Grande ottimismo in Valtellina e in tutta la provincia di Sondrio.

Il trend di crescita è riscontrabile soprattutto a **Livigno** e **Bormio** dove gli italiani hanno prenotato con largo anticipo per assicurarsi il Natale (+9%) o il Capodanno (+12%) in montagna. Positivo il ponte dell'Immacolata (che è valso quanto meno per i milanesi). Per Natale stanno arrivando prenotazioni anche dall'est Europa: russi e ungheresi in particolare.

Situazione meno frenetica per **Ponte di Legno** e **Aprica**. Prezzi elevati e vacanze improponibili (per lunghezza) in appartamento sono le ragioni della frenata. Qui si registra un clima di incertezza tra gli operatori che restano ovviamente ottimisti per la settimana di Capodanno. Le interviste confermano l'atteso calo della clientela statunitense su tutta la montagna lombarda, ma si aspetta febbraio, il mese prediletto dagli americani per

una vacanza sulle Alpi italiane.

Ottime previsioni anche per la montagna bergamasca, dove la crescita di prenotazioni è evidente soprattutto nell'area della Presolana.

TRENTINO

Il massimo dell'ottimismo si misura tra gli operatori trentini. Il trend registrato è più marcato di quello delle altre aree montane. La corsa alle prenotazioni da parte degli italiani è evidente, soprattutto per il periodo Natale-Capodanno. Va meglio anche gennaio, anche se non c'è stato lo straordinario boom di richieste (per le settimane bianche) da tante parti annunciato. Anche perché il Trentino viene già da una stagione invernale record, quella del 2000/2001, e gli operatori turistici sarebbero più che soddisfatti di confermare, anche quest'anno, quel dato.

Gli albergatori intervistati parlano di un incremento delle prenotazioni (+6/7%) rispetto a un anno fa e un +20% di richieste *in itinere*. Si preannuncia dunque un'altra performance di assoluta eccellenza per le località trentine, ma converrà attendere il periodo febbraio-marzo (quando la parte del leone la fanno gli stranieri, che per il momento aspettano) per dei bilanci più precisi.

Da evidenziare il primato, per quanto riguarda l'incremento di prenotazioni, di **Madonna di Campiglio**: nella popolare località "tutto esaurito" fino all'Epifania. Nessun aumento di presenze alberghiere per un'offerta già satura dal 1999. Di riflesso, e come alternativa, sono ottimisti anche gli operatori turistici di **Pinzolo** e della **Val Rendena**. Italiani in pole position (oltre il 70% del mercato) seguiti da tedeschi, belgi, polacchi e russi. Per ora, non incide negativamente sulle prenotazioni la rinuncia degli americani, che rappresentano per queste valli la classica "ciliegina" sulla torta.

Prenotazioni più che promettenti anche ad **Andalo** dove le prime

telefonate di richiesta sono arrivate ad ottobre. Sempre sull'**Altopiano della Paganella** buone previsioni anche per gli operatori di **Molveno** e **Fai della Paganella**.

In crescita anche le richieste in **Val di Sole** dove l'andamento stagionale è fortemente legato a quello che accade nel comprensorio delle Dolomiti del Brenta, al pienone di Madonna di Campiglio e alla presenza della neve.

Senza brividi e timori le risposte di operatori e turisti della Val di Fassa. Nulla di straordinario sembrano dire le località situate sull'asse Cavalese-Canazei. A **Moena, Pozza, Vigo, Campitello e Canazei** gli operatori affermano che alle moltissime richieste (ed agli ostacoli proposti: almeno 5 giorni) non hanno fatto seguito le conferme. Al 10 dicembre il trend delle prenotazioni è pressoché identico a quello dello scorso anno che era comunque molto buono.

Ottime previsioni a **S. Martino di Castrozza** dove per Natale e Capodanno si prevede il più classico dei pienoni.

Nel complesso la novità sta comunque nel maggior numero di prenotazioni per il periodo 24-28 dicembre. Gli italiani, che ieri cercavano il caldo, non restano a casa e accettano anche il gelo pur di non dover affrontare il protocollo di regali e auguri delle festività.

ALTO ADIGE

Gli operatori locali affermano unanimi che la stagione invernale per l'Alto Adige si preannuncia ricca di turisti. Si va dal +5% di Selva al +12% dell'Alta Badia.

Le principali località (**Corvara, Selva di Val Gardena, Ortisei e Brunico**) registrano il "tutto esaurito" già a partire da Natale. Quest'anno le prenotazioni sono state anticipate a novembre e alcuni operatori alberghieri (più per orgoglio che per effettivo planning) si dichiarano

“completi” addirittura fino a Pasqua. Sono soprattutto i turisti italiani che si sono affrettati a prenotare, ma le richieste degli stranieri, in particolar modo i tedeschi, vanno a completare un gennaio e febbraio formidabili, da record.

Qualche ombra in altre località, come **Santa Cristina, San Vigilio di Marebbe e Fiè**, dove l'elevato numero di richieste non è stato seguito da un “boom” delle prenotazioni. Pienone assicurato dal 29 all'Epifania senza grandi differenze rispetto alla stagione passata (che già era stata positiva). Prezzi in salita ovunque, grazie ad un'immagine più prestigiosa ed esclusiva.

La tradizionale apertura dell'8 dicembre, quest'anno privata del lungo ponte, qui risulta insignificante. Storicamente le località dell'Alto Adige non puntano sul ponte dell'Immacolata, e il 35% delle strutture ricettive resta chiuso.

MONTAGNA VENETA

Località venete in euforia, con previsioni ottimistiche per la prossima stagione invernale fino a Pasqua.

Cortina è il vero termometro dell'attuale situazione internazionale. La “regina delle Dolomiti” quest'inverno sarà il rifugio dei residenti del nord-est che hanno paura di volare. La crisi che ha colpito soprattutto gli americani, storici frequentatori della località, viene tamponata dagli italiani. Prevedibile flessione anche dei giapponesi e, in misura minore, degli inglesi, ma gli italiani che optano per una vacanza entro i confini domestici e continuano a “sognare” una settimana bianca su queste vette, rendono fluide le prenotazioni, comunque rosee sia a livello alberghiero che extralberghiero. Le prenotazioni per Natale e Capodanno sono già al +8% e gli operatori dichiarano il “tutto esaurito”. Per gennaio e febbraio la situazione è ancora tranquilla, qui rimane infatti diffusa la tendenza a prenotare le settimane bianche all'ultimo

minuto, ma gli operatori drammatizzano le vendite ponendo più vincoli che in passato sulle prenotazioni anticipate. Il trend è comunque positivo e il successo garantito fino a Pasqua.

Sempre ricco il calendario degli eventi (dalla Coppa del Mondo di sci alpino alla gran fondo Dobbiaco-Cortina) che genera una situazione positiva anche nelle altre località del Cadore. A **San Vito** prenotazioni anticipate (+6% rispetto all'anno scorso). Al "tutto esaurito" di Natale e Capodanno, segue un gennaio in crescita (neve permettendo) sia per quanto riguarda i privati che i gruppi organizzati.

In generale, sulle Dolomiti bellunesi, le previsioni sono positive anche per febbraio e marzo, fino a Pasqua. Gli albergatori contano prenotazioni last-minute che potrebbero migliorare ancora il quadro previsionale. Le agenzie di affittanza interpellate parlano di un settore extralberghiero ben occupato, anche se non ancora "tutto esaurito" per l'intero arco stagionale.

Per quanto riguarda i turisti stranieri, crescono solo quelli dell'Europa dell'est (polacchi e russi soprattutto).

Previsioni favorevoli anche nel comprensorio **Alleghe-Civetta**, dove nonostante ci siano ancora posti liberi negli alberghi, sia per Natale-Capodanno che per gennaio e febbraio, gli operatori sono ottimisti sugli esiti finali del 2001/2002. Più numerose le richieste e le conferme per gli appartamenti in affitto da parte di turisti dell'est europeo, un fenomeno che si incrementa annualmente.

Una stagione di segno positivo anche ad **Asiago**, nonostante la disponibilità di camere e appartamenti per il periodo di Natale e Capodanno. Quadro d'insieme eccellente anche per gennaio e febbraio con gli operatori fiduciosi di riempire i vuoti all'ultimo minuto. Prevalgono i turisti italiani, qualche presenza tedesca. Da segnalare le riqualificazioni, l'animazione, l'impegno della pubblica amministrazione per un rilancio, anni fa tutt'altro che scontato.

MONTAGNA FRIULANA

In questa congiuntura positiva, sono in controtendenza, rispetto a tutto il panorama alpino nazionale, le località montane del Friuli Venezia Giulia. Le prenotazioni sono normali, per alcuni più rarefatte e in diminuzione rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. A **Piancavallo** e **Ravascletto**, secondo gli albergatori, la carenza di richieste è dovuta soprattutto alla scomparsa dei gruppi stranieri e delle scolaresche. Il ruolo dell'Apt Regionale non è in discussione, ma qui non ci sono le energie per un lancio promozionale.

Unica località in linea con il trend nazionale è **Tarvisio**, dove gli operatori locali affermano di aver migliorato rispetto alla stagione passata. Le prenotazioni sono venute prevalentemente dalla clientela italiana, con largo anticipo rispetto alle solite date classiche di inizio dicembre.

Secondo gli operatori, in Friuli Venezia Giulia per registrare degli incrementi significativi di presenze turistiche, bisogna sperare che nevichi abbondantemente con anticipo, in modo da preparare la mente degli italiani verso la vacanza bianca, ovattata, sicura (nessuno vuole "rischiare" sul ghiaccio e gli sportivi delle piste nere sono sempre meno). In attesa della neve abbondante si può solo aspettare che altre località registrino il "tutto esaurito".

CAP. 4 I PREZZI DEGLI ALBERGHI E DEGLI SKIPASS

Svaniti, per i noti eventi bellici internazionali, i “sogni tropicali”, gli italiani per non restare a casa con nonni, suocere e parenti riscoprono la montagna. Che, avvertita l’onda in tempo, approfitta della situazione e ritocca in modo sostanzioso i prezzi.

Si potrebbe sintetizzare così questo scorcio stagionale. Qualche sporadica eccezione qua e là, con località che cercano di contenere le tariffe, di mostrarsi generose senza imporre significativi incrementi di prezzo. Mediamente il trend di crescita dei prezzi è più dinamico di quello degli ultimi anni. C’è meno spazio anche per le “offerte speciali”.

L’arrembaggio in corso alle località alpine, la domanda che sta riempiendo alberghi, residence e appartamenti, anche nei periodi di bassa stagione, spostano lo storico “campo di battaglia” nel campo del *cash-cow*, una tecnica di portafoglio istintiva ma efficace per i momenti speciali.

Adesso non è tempo di promozioni, perché gli alberghi sono pressoché saturi e gli appartamenti si vendono meglio dell’anno scorso.

Stabile anche l’offerta ospitale, sottodimensionata rispetto alle tariffe: poche le novità, rare le riqualificazioni e le ristrutturazioni, costanti gli ostacoli (minimo 5 giorni di soggiorno, caparra, etc.). Gli standard alberghieri della montagna italiana, nonostante una serie di eccezioni, rimangono ancorati agli anni ‘80.

Nel periodo 30 novembre - 9 dicembre 2001 Trademark Italia ha effettuato un’analisi dei prezzi di alberghi e skipass in bassa e in alta stagione. Il campione, ormai consolidato e significativo, è di 19 località sciistiche italiane e 9 località sciistiche estere:

- per gli **alberghi** è stato considerato, di ogni località, il prezzo medio proposto negli esercizi a 3 stelle, con trattamento di mezza pensione, in camera doppia (al giorno, per persona);
- per gli **skipass** è stato considerato il prezzo giornaliero nelle maggiori destinazioni alpine italiane e nelle principali località estere.

L'analisi dell'offerta turistica invernale, italiana ed estera, evidenzia che poche località si sono dimostrate "sensibili" all'opportunità di conquistare nuovi clienti con vecchi prodotti. Il 95% degli operatori ha subito approfittato della contingenza del mercato senza ragionare in termini di marketing. *La domanda* - hanno affermato gli operatori - *è "costretta" a scegliere la montagna per le proprie vacanze invernali, questa è un'opportunità commerciale da sfruttare, che non si ripeterà.*

Il problema è che questa domanda farà i conti con un'offerta che ancora non si è adeguata, che non propone comfort di livello internazionale, come invece la clientela, in gran parte abituata alla qualità internazionale del servizio e del comfort, si aspetterebbe. C'è un gap tra prezzo e qualità dell'offerta.

In sostanza la maggior parte delle destinazioni alpine continua tranquillamente a sfidare i trend con comportamenti spontanei e casuali.

PREZZI ALBERGHIERI

La politica dei prezzi delle località sciistiche italiane per la stagione invernale 2001/2002 è orientata verso qualcosa di diverso dai soliti ritocchi. Nonostante l'andamento scarsamente esaltante della stagione estiva, l'evolversi della situazione internazionale ha autorizzato gli operatori ad accentuare i difetti dell'offerta.

Alberghi e agenzie di affittanza sono così tornati a "stangare" i propri ospiti. I prezzi già alti della scorsa stagione sono stati ulteriormente

aggiornati. Per le festività di Natale-Capodanno gli aumenti percentuali sono, in diversi casi, addirittura superiori al 10%. I rialzi corrono anche per i periodi delle settimane bianche, con impennate spesso oltre l'8%.

Passando al dettaglio delle singole località, le regioni del nord-ovest (Valle d'Aosta e Piemonte) tentano di contenere i prezzi, con gli operatori valdostani e piemontesi che "si sforzano" e i prezzi mostrano lievi aggiornamenti, inferiori alla media nazionale.

Nel complesso la stagione 2001/2002 evidenziaintonie notevoli a livello di prezzi, con la maggior parte delle località che modificano i prezzi verso l'alto.

Per Natale e Capodanno, le grandi capitali hanno stretto una sorta di "intesa", che vede aumentare i listini alberghieri (specie degli alberghi di punta) di quasi 10 punti percentuali.

L'analisi indica che le tariffe alberghiere "ufficiali" sono cresciute mediamente (negli hotel a 3 stelle) del 4,6% in bassa stagione e del 3,7% in alta stagione.

In questo caso si tratta di aumenti forse poco significativi in senso complessivo, ma quando si scende sulle richieste telefoniche, via fax e internet, i prezzi salgono e quest'anno ci troviamo di fronte a prezzi in forte crescita ovunque, soprattutto nelle strutture a 4 stelle.

Da questo quadro emergono, sopra la media nazionale, due sole località: Folgarida, che fa registrare un aumento dei prezzi alberghieri del 6,2% in bassa stagione e del 7,9% in alta; e Tarvisio che vede crescere le sue tariffe del 7,6% in bassa stagione e del 6,1% in alta.

I PREZZI ALBERGHIERI 2001/2002 NELLE PRINCIPALI LOCALITA' ALPINE ITALIANE

(prezzo medio in alberghi a 3 stelle, al giorno, per persona,
in mezza pensione, con sistemazione in camera doppia)

LOCALITA'	BASSA STAGIONE		Variaz. %	ALTA STAGIONE		Variaz. %
	2000/2001	2001/2002		2000/2001	2001/2002	
VALLE D'AOSTA	Lire	Lire		Lire	Lire	
Courmayeur	107.000	110.000	2,8%	146.000	148.000	1,4%
Cervinia	113.000	115.000	1,8%	141.000	146.000	3,5%
PIEMONTE	Lire	Lire		Lire	Lire	
Sestriere	103.000	108.000	4,9%	133.000	138.000	3,8%
Limone Piemonte	89.000	90.000	1,1%	99.000	100.000	1,0%
LOMBARDIA	Lire	Lire		Lire	Lire	
Livigno	89.000	94.000	5,6%	119.000	122.000	2,5%
Bormio	95.000	99.000	4,2%	113.000	116.000	2,7%
Aprica	77.000	81.000	5,2%	95.000	99.000	4,2%
TRENTINO	Lire	Lire		Lire	Lire	
Madonna di Camp.	118.000	124.000	5,1%	151.000	159.000	5,3%
Folgarida	81.000	86.000	6,2%	101.000	109.000	7,9%
Canazei	114.000	120.000	5,3%	142.000	146.000	2,8%
S.Martino di Castr.	95.000	101.000	6,3%	116.000	121.000	4,3%
ALTO ADIGE	Lire	Lire		Lire	Lire	
Selva Val Gardena	133.000	136.000	2,3%	166.000	171.000	3,0%
Corvara	144.000	149.000	3,5%	179.000	184.000	2,8%
Brunico	99.000	103.000	4,0%	114.000	118.000	3,5%
VENETO	Lire	Lire		Lire	Lire	
Cortina d'Ampezzo	136.000	144.000	5,9%	174.000	182.000	4,6%
Alleghe-Civetta	87.000	93.000	6,9%	108.000	113.000	4,6%
Asiago	77.000	82.000	6,5%	109.000	113.000	3,7%
FRIULI	Lire	Lire		Lire	Lire	
Piancavallo	91.000	96.000	5,5%	105.000	109.000	3,8%
Tarvisio	79.000	85.000	7,6%	99.000	105.000	6,1%
TOTALE ITALIA	101.421	106.105	4,6%	126.842	131.526	3,7%

Elaborazioni Trademark Italia su dati Uffici informazione turistica e panel nazionale di operatori

Passando all'analisi dei prezzi delle località estere, è possibile notare che, nonostante i tentativi di contenimento delle tariffe alberghiere effettuati negli anni precedenti, queste sono tornate a lievitare.

L'obiettivo di conquistare nuove quote di clientela italiana è rimasto un miraggio. Anzi quest'anno, più di quelli passati, gli sciatori italiani sembrano dire "più Italia, meno Austria". Le Dolomiti restano le destinazione prediletta e le offerte provenienti dai paesi d'oltralpe stanno perdendo appeal.

Prezzi in sensibile crescita, dunque, anche negli alberghi delle località francesi, svizzere e austriache. Considerando tra l'altro che con Francia e Austria esiste la parità di cambio per via dell'Euro, la moneta (debole o forte che sia) non influenza più gli incrementi, che ora sono palesi e percepibili.

I PREZZI ALBERGHIERI 2000/2001 NELLE PRINCIPALI LOCALITA' ALPINE ESTERE

(prezzo medio in alberghi a 3 stelle, al giorno, per persona,
in mezza pensione, con sistemazione in camera doppia)

LOCALITA'	BASSA STAGIONE		Variaz. %	ALTA STAGIONE		Variaz. %
	2000/2001	2001/2002		2000/2001	2001/2002	
FRANCIA	Lire	Lire		Lire	Lire	
Chamonix	152.000	157.000	3,3%	185.000	188.000	1,6%
Mégève	134.000	137.000	2,2%	162.000	166.000	2,5%
Les Deux Alpes	130.000	139.000	6,9%	153.000	161.000	5,2%
SVIZZERA	Lire	Lire		Lire	Lire	
Zermatt	159.000	166.000	4,4%	211.000	218.000	3,3%
Crans Montana	132.000	138.000	4,5%	177.000	181.000	2,3%
St. Moritz	209.000	216.000	3,3%	272.000	278.000	2,2%
AUSTRIA	Lire	Lire		Lire	Lire	
Seefeld	116.000	122.000	5,2%	146.000	151.000	3,4%
St. Anton	139.000	143.000	2,9%	166.000	170.000	2,4%
Kitzbühel	114.000	121.000	6,1%	139.000	146.000	5,0%
TOT. ESTERO	142.778	148.778	4,2%	179.000	184.333	3,0%

Elaborazioni Trademark Italia su dati Enti turistici esteri in Italia e Uffici informazione turistica

Tra i competitors dell'Italia, l'Austria si sta affermando (dopo anni di dominio della Francia) come la destinazione preferita al di là delle Alpi. Se alcune stagioni di vertiginosi aumenti dei prezzi avevano fatto pendere l'ago della bilancia a favore delle località francesi, ora gli sciatori

italiani riscoprono le destinazioni austriache. Rinunciano a Les Deux Alpes o Mégève, che non sono più di moda; evitano la Svizzera (quest'anno solo poche migliaia di italiani varcheranno il confine per andare a sciare sulle nevi elvetiche), che resta un vero "miraggio". Le località svizzere, per la stagione 2001/2002, propongono prezzi assolutamente al di fuori della capacità di spesa degli sciatori italiani. St. Moritz, Zermatt, Crans Montana, ancor più l'aristocratica Gstaad, offrono prezzi molto superiori a quelli delle località più "in" delle nostre montagne, in particolare in alta stagione.

Prezzi più alti, ma anche maggior voglia di sicurezza e tranquillità oltre ad un ritrovato desiderio di scoprire località "dimenticate", terranno quindi gli sciatori italiani dentro i confini nazionali.

Le tariffe alberghiere delle località svizzere sono ben lontane da tutti gli altri competitors, e lo si può chiaramente notare nella tabella seguente. Escludendo invece le due "regine" irraggiungibili (per gli italiani e non solo), emerge un sostanziale allineamento dei prezzi tra le località leader italiane e quelle estere.

I PREZZI ALBERGHIERI DI ALTA STAGIONE (2001/2002) DELLE PRIME 5 DESTINAZIONI ITALIANE ED ESTERE

(prezzo medio in lire, in alberghi a 3 stelle, al giorno, per persona, in mezza pensione, con sistemazione in camera doppia)

ITALIA	ALTA STAGIONE
Corvara	184.000
Cortina d'Ampezzo	182.000
Selva Val Gardena	171.000
Madonna di Campiglio	159.000
Courmayeur	148.000
ESTERO	ALTA STAGIONE
St. Moritz (Svizzera)	278.000
Zermatt (Svizzera)	218.000
Chamonix (Francia)	188.000
Crans Montana (Svizzera)	181.000
St. Anton (Austria)	170.000

Elaborazioni Trademark Italia

PREZZI SKIPASS

Rispetto allo scorso anno non si riscontrano grandi novità: i prezzi degli skipass settimanali continuano ad aumentare senza intervalli. La stagione del grande ritorno in montagna fa registrare aumenti medi superiori all'inflazione, in molti i casi la crescita è vicina al 5% sia in alta che in bassa stagione.

Si conferma dunque la sfida al mercato di gran parte delle località italiane. Spicca in particolare il caso della Valle d'Aosta, la più impegnata nel contenimento dei costi, il cui skipass regionale cresce però di ben il 10,7% (+32.000 lire per il settimanale). Significativo anche l'aumento, sempre in Valle d'Aosta, della tessera Monterosa Ski: +7,7% sia in alta che in bassa stagione.

Più o meno nella media gli aumenti di tutti gli altri comprensori sciistici.

PREZZI DEGLI SKIPASS PLURIGIORNALIERI DEI MAGGIORI COMPRESORI SCIISTICI ALPINI ITALIANI

(in lire, per abbonamenti di 6 giorni)

COMPRESORI SCIISTICI	BASSA STAGIONE		Variaz. % 02 su 01	ALTA STAGIONE		Variaz. % 02 su 01
	2000/2001	2001/2002		2000/2001	2001/2002	
VALLE D'AOSTA	300.000	332.000	10,7%	300.000	332.000	10,7%
MONTEROSA SKI	221.000	238.000	7,7%	260.000	280.000	7,7%
CERVINIA-VALTOURNENCHE	280.000	295.000	5,4%	280.000	295.000	5,4%
VIA LATTEA	215.000	220.000	2,3%	265.000	280.000	5,7%
ALTA VALTELLINA	225.000	235.000	4,4%	265.000	275.000	3,8%
ADAMELLO SKI	195.000	201.000	3,1%	235.000	244.000	3,8%
SUPERSKIRAMA DOLOMITI ADAMELLO - BRENTA	275.000	290.000	5,5%	315.000	325.000	3,2%
DOLOMITI SUPERSKI	275.000	288.000	4,7%	313.000	327.000	4,5%
VAL DI FASSA/CAREZZA	239.000	250.000	4,6%	272.000	282.000	3,7%
VAL DI FIEMME/OBEREGGEN	232.000	243.000	4,7%	264.000	276.000	4,5%
CORTINA/VALBOITE	251.000	261.000	4,0%	286.000	298.000	4,2%
TRE VALLI	232.000	244.000	5,2%	264.000	277.000	4,9%
CIVETTA	232.000	244.000	5,2%	264.000	277.000	4,9%
PREZZO MEDIO ITALIA	220.923	231.462	4,8%	252.538	264.308	4,7%

Elaborazioni Trademark Italia su dati Società di gestione impianti di risalita

Più contenute le variazioni di prezzo degli skipass giornalieri delle singole località. Sia in bassa che in alta stagione il costo delle tessere ha subito ritocchi dell'ordine del 3,5%. Adesso una giornata di sci nelle principali località italiane costa, mediamente, circa 50.000 lire in bassa stagione e 54.000 lire in alta stagione.

I PREZZI DEGLI SKIPASS GIORNALIERI 2001/2002 NELLE PRINCIPALI LOCALITÀ ALPINE ITALIANE

LOCALITÀ	BASSA STAGIONE		Variaz.% 02 su 01	ALTA STAGIONE		Variaz.% 02 su 01
	2000/2001	2001/2002		2000/2001	2001/2002	
COURMAYEUR	45.000	49.000	8,9%	57.000	60.000	5,3%
CERVINIA	55.000	55.000	0,0%	55.000	55.000	0,0%
SESTRIERE	49.000	51.000	4,1%	49.000	51.000	4,1%
LIMONE PIEMONTE	44.000	45.000	2,3%	44.000	45.000	2,3%
LIVIGNO	48.000	50.000	4,2%	52.000	54.000	3,8%
BORMIO	48.000	50.000	4,2%	52.000	54.000	3,8%
TONALE-P. DI LEGNO	48.000	49.000	2,1%	48.000	49.000	2,1%
MADONNA DI CAMPIGLIO	50.000	54.000	8,0%	56.000	58.000	3,6%
S. MARTINO DI C.	45.000	46.000	2,2%	50.000	52.000	4,0%
SELVA VAL GARDENA	51.000	52.000	2,0%	58.000	60.000	3,4%
CORVARA	51.000	52.000	2,0%	58.000	60.000	3,4%
CORTINA D'AMPEZZO	51.000	52.000	2,0%	58.000	60.000	3,4%
TARVISIO	39.000	41.000	5,1%	39.000	41.000	5,1%
PREZZO MEDIO ITALIA	48.000	49.692	3,5%	52.000	53.769	3,4%

Elaborazioni Trademark Italia su dati Società di gestione impianti di risalita

Per quanto riguarda le singole località, a distinguersi in positivo è, più di ogni altra, Cervinia. Rimane infatti invariato il prezzo della tessera giornaliera in entrambi i periodi stagionali. Al contrario, sono significativi gli aumenti che si registrano a Madonna di Campiglio (+8%) e Courmayeur (+8,9%) per lo skipass giornaliero di bassa stagione.

Le altre variazioni sono sostanzialmente allineate alla media, così nonostante tutte le destinazioni sciistiche italiane continuano ad essere competitive rispetto alle località estere.

I PREZZI MEDI GIORNALIERI 2001/2002 DEGLI SKIPASS SETTIMANALI (6 GIORNI) NEI PRINCIPALI COMPRESORI SCIISTICI ITALIANI

COMPRESORI SCIISTICI	PREZZI 01/02 BASSA STAGIONE	PREZZI 01/02 ALTA STAGIONE
VALLE D'AOSTA	55.333	55.333
MONTEROSA SKI	39.667	46.667
CERVINIA-VALTOURNENCHE	49.167	49.167
VIA LATTEA	36.667	46.667
ALTA VALTELLINA	30.000	45.833
ADAMELLO SKI	33.500	40.667
SUPERSKIRAMA DOLOMITI	48.333	54.167
ADAMELLO - BRENTA DOLOMITI SUPERSKI	48.000	54.500
VAL DI FASSA/CAREZZA	41.667	47.000
VAL DI FEMME/OBEREGGEN	40.500	46.000
CORTINA/VALBOITE	43.500	49.667
TRE VALLI	40.667	46.167
CIVETTA	40.667	46.167
PREZZO MEDIO ITALIA	35.167	40.905

Elaborazioni Trademark Italia su dati Società di gestione impianti di risalita

Questa tabella evidenzia come l'acquisto di uno skipass plurigiornaliero consenta agli sciatori di risparmiare sempre di più: dalle 9/10.000 lire al giorno di un paio di anni fa, si è passati alle 13/14.000 di questa stagione.

Per quanto riguarda invece le località straniere, è necessario distinguere tra le varie nazioni.

**I PREZZI DEGLI SKIPASS SETTIMANALI (6 GIORNI) 2001/2002
NELLE PRINCIPALI LOCALITA' ALPINE ESTERE**

LOCALITA'	PREZZI 6 gg. 00/01	PREZZI 6 gg. 01/02	Variaz. % 02 su 01
FRANCIA	Lire	Lire	
Chamonix	295.000	325.000	10,2%
Mégève	260.000	280.000	7,7%
Les Deux Alpes	283.000	290.000	2,5%
SVIZZERA	Lire	Lire	
Zermatt	370.000	384.000	3,8%
Crans Montana	288.000	306.000	6,3%
St. Moritz	340.000	368.000	8,2%
AUSTRIA	Lire	Lire	
Seefeld	270.000	279.000	3,3%
St. Anton	313.000	316.000	1,0%
Kitzbuehl	280.000	286.000	2,1%
MEDIA ESTERO	299.889	314.889	5,0%

Elaborazioni Trademark Italia su dati Società di gestione impianti di risalita

Analizzando i prezzi degli skipass è facile rendersi conto delle notevoli differenze che esistono non solo tra paesi diversi, ma anche tra singole località. Non esiste alcun filo logico nella gestione delle tariffe delle tessere sciistiche, solo l'istinto dei gestori calmieria o fa lievitare i prezzi.

In generale si può notare che l'Austria cerca di contenere la lievitazione dei prezzi, riuscendo in parte a farlo, e l'incremento medio nelle principali località austriache è infatti di appena il 2%.

Significativa invece la crescita dei prezzi degli skipass francesi, anche se in questo caso si va dal "pesante" +10,2% di Chamonix, al lieve ritocco (+2,5%) di Les Deux Alpes.

Assenza di strategia turistica anche in Svizzera, con una consistente crescita dell'8,2% dello skipass di St. Moritz, così come il +6,3% di quello di Crans Montana. Più leggera invece quella della tessera di Zermatt (+3,8%).

Lo skipass giornaliero più costoso quest'anno è quello St. Moritz: 78.500 lire al giorno rappresentano un record a livello europeo. Poco meno si spende per trascorrere una giornata di sci a Zermatt (77.000 lire) o Chamonix (76.000 lire).

Il divario con gli skipass italiani più costosi rimane dunque notevole, sulle nostre montagne la tessera giornaliera costa dalle 15 alle 20.000 lire in meno.

In sintesi, l'analisi dei prezzi consente di fare due importanti affermazioni:

- **a livello nazionale**, i prezzi sono in costante aumento, con tassi di crescita frequentemente superiori all'inflazione. Il controllo dei prezzi pare una tendenza ormai abbandonata, anche perché la situazione contingente (crisi bellica internazionale) ha dato "sicurezza" a tutti gli operatori della montagna che, dimenticati i problemi strutturali della montagna, si preparano a "stangare" chi quest'anno affollerà le località alpine;
- **a livello internazionale**, le località estere continuano sulla strada dei ritocchi dei prezzi. Questo atteggiamento fa sì che le "pur care" (per il portafoglio dei nostri connazionali) località italiane risultino molto competitive e, quindi, per nulla intenzionate a contenere le tariffe. La congiuntura internazionale per quest'anno volge a favore della montagna europea.