

OSSERVATORIO TURISTICO DELLA MONTAGNA

“Stagione invernale 2016-2017 ... ottimismo sulla neve”

C'è ottimismo in quota. Dopo il buon andamento del ponte dell'Immacolata e l'apertura ufficiale della stagione sciistica, gli operatori della neve sono ottimisti – Le prime precipitazioni nevose che hanno consentito l'apertura anticipata di numerosi comprensori fanno ben sperare albergatori, commercianti e operatori turistici della montagna italiana – Si prevede un ottimo andamento delle festività di fine anno, meglio anche di quello 2015-2016 e ci sono già buone indicazioni per il periodo delle settimane bianche, su cui incide positivamente la ripresa del mercato straniero, in particolare dell'Est Europa – L'ottimismo “giustifica” gli aumenti (una costante delle ultime stagioni) dei prezzi degli skipass (+3% circa) e delle tariffe alberghiere che, in alta stagione, fanno registrare incrementi fino a 7-8 punti percentuali.

Referendum, crisi di governo, scivoloni politici ed economici generano un ritrovato interesse per la montagna da parte degli italiani. Costretti ad allontanarsi da molte destinazioni esotiche e dalle capitali straniere a causa delle minacce terroristiche, riscoprono le rassicuranti, accoglienti e pacifiche località alpine. L'avvio della stagione invernale 2016-2017 è positivamente condizionato dal 2° anno di “nazionalismo turistico”.

Rinfrancati dalle precipitazioni nevose di fine novembre, gli oltre 800 operatori interpellati dall'Osservatorio Turistico della Montagna* in maggioranza guardano positivamente all'inverno 2017 e ritengono che la purezza ambientale delle località alpine e appenniniche nazionali debba vincere per qualità sulle vacanze balneari e sull'escursionismo d'arte e cultura. La montagna delle vacanze attive sulla neve farà la sua parte e produrrà ancora appeal sugli under '50 italiani ed europei, quelli dell'Est Europa specialmente.

Notizia strutturale: dai sopralluoghi e dalle interviste emerge un generale miglioramento delle infrastrutture, un'accresciuta caratterizzazione degli arredi urbani e un leggero aggiornamento dei servizi di destinazione. Mediamente stabile, senza brividi e impennate, il comfort alberghiero, ma complessivamente (come accade per le località balneari) i fattori positivi sono superiori a quelli negativi e concorrono a rafforzare la tipicità e l'attrattiva delle località alpine e dolomitiche.

Il Panel degli operatori, tra entusiasmi e incertezze, prevede (in maggioranza) che la stagione appena iniziata confermi la loro *vision* frutto delle macro-tendenze del 2016:

- crescita dei flussi internazionali, in particolare da Germania e Paesi dell'Est (Polonia e Repubblica Ceca);
- conferma dell'appeal dell'offerta turistica più suggestiva, pittoresca, impegnativa e caratteristica, quella altoatesina e valdostana in particolare;
- continuità per le “vecchie signore”, per i maturi operatori e per i tradizionali sistemi di ospitalità e entertainment di Cortina d'Ampezzo, Courmayeur, Cervinia, Corvara e Madonna di Campiglio, la cui

* Le rilevazioni dell'Osservatorio della Montagna sono avvenute attraverso una serie di interviste telefoniche, e-mail e questionari auto-somministrati nel periodo 28 - 9 dicembre. Il campione di riferimento è composto da operatori del settore ricettivo (820 tra alberghi, residence, agenzie di affittanze turistiche, piccoli e grandi tour operator) e turisti italiani con almeno 5 anni di esperienza in fatto di vacanze in montagna. Con questi dati e grazie alla sua storica compartecipazione alla vita e all'evoluzione delle imprese alberghiere, Trademark Italia elabora un “barometro” dell'andamento turistico nei principali comprensori della montagna italiana raccogliendo continuamente informazioni congiunturali sulle maggiori località alpine svizzere, francesi e austriache.

offerta di servizi e comfort upscale e luxury attirano quote significative di clientela straniera e italiana high spending e over '50;

- crescita dei praticanti di discipline alternative, slow e non agonistiche, come ciaspole, sci alpinismo e sci di fondo.
- stabilità del movimento scolastico internazionale (packaging sport-scuola da cataloghi di tour operator europei).

Per quanto riguarda le località appenniniche dell'Emilia Romagna (Corno alle Scale e Cimone) e della Toscana (Abetone) principali poli sciistici dell'Italia Centrale, le indicazioni per questa stagione invernale sono moderatamente positive. Qualche preoccupazione invece si registra tra gli operatori turistici dell'Appennino Abruzzese (Alto Sangro) condizionati ovviamente dagli eventi sismici che hanno colpito nei mesi scorsi le aree limitrofe di Marche e Lazio.

La competitività della loro offerta in termini di tariffe alberghiere e prezzi di skipass è evidente, così come gli sforzi fatti a livello di promozione e commercializzazione regionale.

La grande incognita per la montagna appenninica (più che per quella alpina) è rappresentata dalle precipitazioni nevose che costituiscono la variabile determinante per bilanci annuali, ristrutturazioni, sviluppi e investimenti di località mediamente più piccole e meno caratterizzate di quelle alpine e dolomitiche.

Analizzando le risposte degli operatori del Panel dell'Osservatorio della Montagna relative a **novità, richieste particolari, atteggiamenti, cambiamenti dello stile di consumo dei turisti**, risulta che:

- **gli italiani continuano a privilegiare canonicamente i periodi di alta stagione** (Natale/Capodanno/Epifania e febbraio/Carnevale);
- **il dato della contrazione della durata dei soggiorni** si consolida. Ora i soggiorni medi sono più brevi, attorno ai 4-5 giorni e le valigie dei turisti sempre più piccole;
- **l'attenzione al prezzo** è diventata "maniacale". Le verifiche dei prezzi sui canali online sono esercizi obbligati anche per turisti maturi, esperti e benestanti. Le verifiche interessano anche la clientela fedele e si tratta di protocolli che consentono alla domanda di studiare e commentare (nel bene e nel male, d'istinto e nel merito) ogni offerta e proposta di soggiorno;
- **la spesa dei turisti resta stabile:** per una giornata in montagna si spendono mediamente tra i 150 e i 160 euro per persona;
- **crescono le prenotazioni intermedie dalle OTA.** Nonostante decenni di familiarità con gli albergatori, le agenzie di affittanza e le località, sempre più italiani (e stranieri) utilizzano il web e le Online Travel Agency. Non è solo per informarsi e per avere una prenotazione garantita, ma è una consuetudine per restare in linea con il cambiamento e con il mondo di tablet e smartphone. Un protocollo questo che complica le azioni di marketing degli operatori indipendenti e tutte le azioni di fidelizzazione che gli albergatori singolarmente possono mettere in atto;
- **condivisione social prima di tutto.** Anche in montagna la connessione wi-fi è imprescindibile: più in alto e lontano si va più si deve consentire ai viaggiatori, agli ospiti e ai turisti di mostrarsi, di raccontare, di condividere le proprie esperienze sulle piste da sci così come in hotel. Tra abeti e ciaspole, caminetti e decori in cirmolo, che digitali non sono, il wireless deve esserci e deve essere gratis, compreso nel prezzo della camera (è una pretesa più volte misurata: 6 italiani su 10 lo

considerano un servizio imprescindibile);

- **vince chi ha rinnovato o ringiovanito l'offerta!** Gli operatori turistici che dichiarano di avere effettuato interventi di riqualificazione-ringiovanimento della propria struttura ricettiva sono più soddisfatti e ottimisti per l'andamento del mercato di quelli che non descrivono o comunicano aggiornamenti, cambiamenti, ringiovanimenti;
- **continua il successo delle nuove discipline** sia estreme (freestyle e sci alpinismo) che slow (ciaspole) che consentono le prime ai *millennials* (i nati dopo il 1985) e le seconde ai *baby boomers* (1946-1964) di godersi la montagna in libertà con ritmi personalizzati.

L'Osservatorio della Montagna evidenzia anche che:

- **le tariffe alberghiere 2016-2017 sono in salita** meno in bassa stagione, di più in alta quando i prezzi salgono del 7-8% . Rilevate anche punte del 10-12% nei periodi cruciali delle festività e comunque sulle date di altissima stagione;
- **i prezzi degli skipass registrano aumenti moderati di 3-4 punti percentuali.** Dal 2008 (inizio della crisi economica) ad oggi gli skipass hanno subito un'impennata delle tariffe compresa tra il +29 e il +33%;

LE LOCALITÀ ALPINE ITALIANE ED ESTERE PIÙ CARE (ALTA STAGIONE, 2016-2017)

LOCALITÀ	SPESA GIORNALIERA SKIPASS+HOTEL (IN B&B)
ITALIA:	
Cortina d'Ampezzo	222,00 €
Corvara	212,00 €
Selva Val Gardena	207,00 €
Madonna di Campiglio	203,00 €
Courmayeur	200,00 €
ESTERO:	
St. Moritz	283,40 €
Zermatt	268,40 €
Chamonix	232,00 €
Crans Montana	228,00 €
Megeve	201,00 €






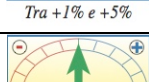
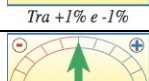
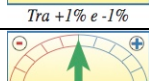
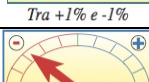
Elaborazione Trademark Italia - Osservatorio della Montagna

- **la Germania è il mercato straniero più importante per gli operatori della montagna.** E' addirittura il primo mercato per 4 operatori su 10. Al secondo posto - così emerge dal sondaggio - si piazza il Be.Ne.Lux davanti a Polonia, davanti a Regno Unito e Repubblica Ceca, mercati prevalentemente da tour operator;
- **il 28% degli operatori del Panel è ottimista e prevede una stagione in crescita** rispetto a quella passata. Si tratta del miglior dato previsionale degli ultimi cinque anni. I più ottimisti sono gli operatori dell'Alto Adige, della Valle d'Aosta e del Trentino;
- **il 7% degli intervistati prevede una diminuzione** del movimento complessivo (italiani e stranieri), percentuale ulteriormente ridotta rispetto dello scorso anno (vale per tutte le regioni e tutte le quote). La risposta negativa viene in larga parte da chi ha aumentato i prezzi a dismisura o senza giustificazioni strutturali e di servizio;
- come accaduto per l'estate balneare, sul turismo e sui viaggi internazionali **l'effetto delle minacce**

terroristiche produce una continua contrazione dei viaggi internazionali con effetti positivi sul turismo intra-europeo. Paradossalmente la paura incide più della promozione, della pubblicità e della comunicazione regionale e provinciale che se sommate raggiungono cifre iperboliche;

- **3 operatori su 10 si attendono un aumento dei flussi turistici internazionali**, in particolare tra gennaio e febbraio. E' il classico periodo delle settimane bianche che per i turisti italiani (soggiorni di 4-5 giorni) sono cambiate, ma che funzionano ancora per i gruppi stranieri. La crescita del movimento straniero riguarda tutto l'arco alpino, ma soprattutto le località della Valle d'Aosta, della Lombardia e dell'Alto Adige;
- **le destinazioni più note, più dotate turisticamente** per la qualità dell'offerta ricettiva, dell'intrattenimento, dello shopping (non necessariamente per l'offerta sportiva), **si confermano leader** di attrattività in alta e bassa stagione per gli italiani così come per gli stranieri. Anche nell'inverno 2016-2017 al vertice delle performance prevedibili ci sono Cortina, Madonna di Campiglio, Courmayeur, Corvara e Selva di Val Gardena;
- **crescono i ricavi e il giro d'affari della montagna bianca**, che complessivamente produrrà 12 miliardi di euro, grazie ai ritocchi, agli aumenti dei prezzi e delle spese necessarie per godersi vacanze, brevi soggiorni e weekend in montagna.

CHI SALE E CHI SCENDE NEL MERCATO DELLE VACANZE IN MONTAGNA

VALLE D'AOSTA COURMAYEUR, CERVINIA, COMPRESORIO MONTE ROSA	 Tra +1% e +5%
PIEMONTE SESTRIERE, BARDONECCHIA, SAUZE D'OULX, LIMONE PIEMONTE	 Tra +1% e -1%
LOMBARDIA BORMIO, LIVIGNO, S. CATERINA V., TONALE-PONTE DI LEGNO	 Tra +1% e +5%
TRENTINO MADONNA DI CAMPIGLIO-VAL RENDENA, VAL DI FASSA, VAL DI SOLE, VAL DI FIEMME, SAN MARTINO DI CASTROZZA	 Tra +1% e +5%
ALTO ADIGE VAL BADIA, VAL GARDENA, ORTISEI, COMPRESORIO PLAN DE CORONES	 Tra +1% e +5%
VENETO CORTINA, ARABBA, ALLEGHE-CIVETTA	 Tra +1% e -1%
FRIULI VENEZIA GIULIA TARVISIO, PIANCAVALLO	 Tra +1% e -1%
APPENNINO TOSCO-EMILIANO	 Tra +1% e -1%
APPENNINO CENTRALE (ABRUZZO E LAZIO)	 Tra -5% e -10%

Elaborazione Trademark Italia - Osservatorio della Montagna