



SKIPASS PANORAMA TURISMO

Osservatorio Italiano del Turismo Montano

TENDENZE E PREVISIONI PER LA STAGIONE INVERNALE 2011 / 2012

Skipass Panorama Turismo
è il centro ricerca specializzato
sul mercato del turismo e degli sport invernali di:



Promosso da



A cura di



Skipass Panorama Turismo è il centro ricerca specializzato sul mercato del turismo e degli sport invernali di Skipass, la più importante fiera sul turismo e sport invernali d'Italia.

Sostenuto da:



Skipass Panorama Turismo è promosso da:

Studio Lobo srl
Viale Vittorio Veneto 22/d
Tel. 0522 631042
Fax 0522 641470
42015 - Correggio (RE)

www.studiolobo.it



Il team di Skipass Panorama Turismo:

Responsabile Osservatorio
Coordinamento Rilevatori
Analisi Statistica
Rilevatori

Editing
Strategie, comunicazione e marketing
Ufficio stampa

Massimo Feruzzi
Serena Tronconi
Giovanni Madau
Lorenzo Ghetti
Andrea Cenni
Serena Tronconi
Studio Lobo srl
Daniela Severi
Giuliana Tinti

Skipass Panorama Turismo è stato realizzato da:

JFC srl
Palazzo Bandini
Via XX Settembre 29
Tel. 0546 668557
Fax 0546 663448
48018 - Faenza (RA)

www.jfc.it



Diritti di traduzione, memorizzazione elettronica, riproduzione e adattamento, totale o parziale con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.

Per informazioni: www.skipasspanoramaturismo.it
Per eventuali richieste contattare: info@jfc.it

INDICE

Inverno 2011/2012: Glam & Chip	2
Gli stili di vacanza degli italiani sulla neve	7
Discipline "cool" e "out of date" nell'inverno 2011/2012	8
Montagna bianca eco-friendly	11
Le promozione e le novità del prossimo inverno	13
Il sistema ospitale	14
Le scuole di sci	16
I prezzi	17
Le offerte della montagna bianca presso le agenzie di viaggio	20
Quanto costa sciare sulla "prima neve" in Europa	21
Il calendario per le vacanze intelligenti sulla neve	22
Il "Fansometro"	23
Situazione congiunturale montagna bianca italiana	25
Finalità e metodologia di Skipass Panorama Turismo	29

INVERNO 2011/2012: GLAM & CHIP

Vacanze sulla neve? Quest'anno si farà tutto con più calma: si deciderà più tardi "**se andare**", "**dove andare**", ma soprattutto "**quanto spendere**" per la vacanza e per "**fare cosa**". Questa indecisione colpirà anche il settore degli altri acquisti del mercato della neve, dalle attrezzature all'abbigliamento, dalla scuola di sci allo skipass.

L'inverno 2011/2012 costringerà quindi il "sistema neve italiano" ad affrontare una situazione complessa, anche perché le instabili condizioni sociali non garantiscono serenità agli italiani che, dopo aver trascorso un'estate di sofferenza, hanno ripreso il pieno contatto con l'attività lavorativa e si sono trovati a riflettere sulla situazione economica generale, ed anche sulla propria condizione.

I timori di una recessione continua, la scarsa affidabilità ai sistemi che hanno sempre garantito stabilità sociale (sistema bancario e politica), le problematiche occupazionali, sono solo alcuni degli elementi che inducono gli italiani a vedere con diffidenza il proprio futuro. In un contesto così difficile ed indecifrabile appare evidente che la vacanza diventa un'opzione più che una necessità: un'opzione alla quale nessuno vorrebbe rinunciare, ma che non rientra, per molte famiglie italiane, nelle spese "concesse" al proprio portafoglio.

In sostanza, il prossimo inverno rappresenta un vero e proprio banco di prova per le destinazioni montane delle Alpi e dell'Appennino italiano: si tratta dell'inverno di più difficile interpretazione degli ultimi dieci anni, e si presenterà con un andamento assolutamente irregolare sia nella totalità della stagione come pure nei vari periodi. Con l'incognita, di sempre, dell'innevamento.

Ci aspetta quindi una stagione invernale altalenante, con periodi concentratissimi di altissima densità turistica ed altri, invece, di desolanti vuoti. Una stagione, quella in divenire, che si presenta difficile e che, se da un lato metterà in crisi diverse località ed operatori, dall'altro garantirà, per una quota non superiore al 30% degli operatori del settore neve, risultati superiori allo scorso anno.

Quale il motivo di questa forbice?

Località: le località che manterranno le performances raggiunte o miglioreranno le quote di mercato saranno di due tipi: quelle che hanno investito sull'innovazione di servizi strutturali (in particolar modo impianti di risalita e snow park) e quelle che si sono ritagliate un preciso ruolo tra gli appassionati delle nuove discipline. Nel primo caso le località devono essere "fascinose" e ricche di opzione après ski; nel secondo caso l'essenziale è offrire luoghi di aggregazione tribale. A queste ultime si aggiungono le destinazioni slow e cordless. Tutte le località medie, mediocri o senza innovazione segneranno fasi di declino;

Prodotto: le strutture ricettive stantie, con servizi basici legati al solo bedding saranno quelle che soffriranno in maniera maggiore nella prossima stagione invernale. L'ospitalità dovrà essere speciale: o nei servizi, garantendo aree benessere, ristorazione tipica, assistenza per i bambini, etc.; o nell'accoglienza, offrendo opzioni differenziate ed altamente personalizzate. Vi sarà una ripresa delle affittanze degli appartamenti, in prevalenza per quelli di ottimo livello localizzati nei centri sciistici più rinomati, ma non solo.

Emerge quindi come diventerà sempre più risicato il numero di quelle località e di quelle strutture che riusciranno a mantenere una posizione di stabilità sul mercato, mentre aumenterà la divaricazione tra chi migliora le performances e chi, invece, rischia davvero l'estinzione.

In pochi casi, però, il fattore discriminante sarà il fascino e la storicità della località; nella maggior parte dei casi il fattore di successo sarà dato dalla capacità del territorio, degli operatori turistici e dei servizi nell'offrire prodotti personalizzati benché organizzati. Si tratta di quelle località capaci di organizzare in maniera ottimale il territorio, senza però trascendere nella standardizzazione delle offerte, bensì capaci di garantire ad ogni ospite la possibilità di "modellare" su se stesso il proprio soggiorno.

Anzi, molto spesso le località più famose sono quelle dove il rinnovamento tarda ad arrivare; dove le strutture ricettive non offrono servizi benessere né innovazione qualitativa, perché è insita la convinzione che sia il fascino della località il traino dell'intero sistema. Al contrario, nelle località più modeste gli operatori investono nelle loro strutture, surclassando per quantità e qualità di servizi i loro colleghi.

Da un lato, quindi, gli operatori del "sistema neve Italia" si troveranno ad affrontare una stagione invernale non facile, con le preoccupazioni date anche dai risultati della precedente stagione invernale¹, che ha chiuso con una riduzione complessiva di presenze pari al -4,5% ed una diminuzione di fatturato del -5,1%, ed i timori di un'ulteriore stagione non positiva.

Dall'altro, gli italiani – ma anche gli stranieri – decideranno con più calma, sotto data, se e dove andare a sciare, cercando sempre la promozione, l'occasione, l'opportunità esclusiva e capace di garantire esperienze uniche.

Consumi parziali ma ricerca dell'emozione completa: questa è la tendenza primaria che si manifesterà nel corso dell'inverno 2011-2012, e che inciderà in maniera esplosiva sulle vacanze invernali degli italiani.

¹ Consuntivo stagione invernale 2010/2011 – Skipass Panorama Turismo

Consumi parziali perché:

1. *più escursionismo per sciare*: aumenta la quota degli sciatori escursionisti, di coloro che si spostano in giornata per sciare. Senza condizionamenti particolari, liberi di scegliere in base alle condizioni meteo, escono e rientrano in giornata; 6 ore sugli sci senza interruzione, se non per un bombardino ed un toast;
2. *meno consumi extra-sci*: oltre all'hotel, allo skipass ed eventualmente alla scuola di sci, pochi altri consumi. Lo struscio sul corso principale, qualche visita ai negozi, ma al massimo ci si concede una cioccolata calda al bar o una fetta di sacher in pasticceria. Per il resto, i negozi espongono ma faticano a vendere: per loro, drastico calo di fatturati;
3. *ospitalità e cena*: aumentano le richieste per il trattamento di mezza pensione nelle strutture ricettive, perché ciò garantisce un'abbondante colazione e la cena. In mezzo, a pranzo, qualcosa di veloce e soprattutto economico, sulle piste;
4. *lezioni collettive*: aumentano i partecipanti alle lezioni collettive, generalmente bambini, perché ciò permette ai genitori di risparmiare sui costi delle lezioni che sono considerati, da molti, una spesa sì essenziale ma molto rilevante nel "portafoglio della vacanza sulla neve";
5. *abbigliamento per sciare low price*: solo l'abbigliamento professionale tiene, ma si ricercano offerte e prezzi bassi. Tutto deve essere efficiente, innovativo e tecnologico, ma questo valore, sebbene ricercato, non può incidere sul costo. Indici di crescita a due cifre per le attrezzature per la pratica delle discipline slow (nel prossimo inverno saranno vendute ulteriori 100.000 ciaspole).

Ricerca dell'emozione completa perché:

1. *desiderio di sperimentare*: è forte la volontà di provare nuove discipline sportive, di dedicare tempo libero all'avventura (spesso controllata e on safety limit) come pure scoprire nuove opzioni territoriali e partecipare a momenti legati alle tradizioni ed al folklore;
2. *concentrazione delle esperienze*: si vogliono acquisire conoscenze attraverso forme di esperienze random, anche distanti dal proprio focus sportivo (ad esempio, uno sciatore di fondo può essere interessato ad una degustazione di formaggi di malga), in maniera differenziata ma sempre avendo la garanzia di provare emozioni;
3. *massimizzazione dei tempi*: in poco tempo, anche in un breve fine settimana, diventa essenziale riuscire a fare tutto ciò che la località offre. Sciare, provare la cucina del luogo, divertirsi, incontrare nuove persone: il tutto al massimo, senza perdere nessuna opportunità;
4. *sintonizzazione col territorio*: più l'emozione è autentica più è facile da raccontare. Per questo motivo il contatto con il territorio, e la conoscenza con i residenti, diventa elemento fondante del "vivere l'emozione", e si traduce poi nell'affermazione della "buona accoglienza";

5. *difformità dal quotidiano*: in sostanza, l'elemento più importante è quello di riuscire a vivere momenti difformi dal vivere quotidiano, in quanto in grado di sovvertire il normale percorso lavorativo e di rinvigorire anima e corpo.

In questo contesto, si manifesteranno per la stagione invernale 2011/2012 le seguenti **macro tendenze**:

- *lo scioglimento dell'alta stagione*. Fatta eccezione per il breve periodo di S. Silvestro, l'alta stagione scompare per lasciare spazio a week end sempre più cari ed a giornate infrasettimanali con poca clientela. Non si parla più di stagionalità, ma solo di offerte (settimane bianche, week end, long week end, settimana benessere, etc.);
- *la concentrazione nei fine settimana*. Le località montane vivono il loro livello di massima concentrazione degli ospiti nei fine settimana, ed una notevole quota di questi sciatori è composta da semplici escursionisti giornalieri;
- *la maggior richiesta di prodotti ad hoc per la famiglia*. Aumenta la richiesta di offerte e proposte ad hoc per le famiglie con bambini. Per soddisfare questa esigenza diverse località stanno attrezzando baby park, mentre una buona parte degli operatori offre soggiorno e skipass gratis ai bambini;
- *più pratica leggera, slow*. Si tratta di una tendenza che si va affermando: tutto ciò che è slow – ciaspole, winter trekking ed anche sci da fondo – continuerà ad avere successo, con richieste in aumento costante;
- *più natura ed escursionismo*. In linea con l'incremento delle discipline slow, aumentano anche le escursioni nella natura, sulla neve, sia a piedi che con altri mezzi di mobilità (cavalli, cani, slitte);
- *più lusso, discreto ed appartato*. Lusso sì, ma senza esibizioni. Si ricercano resort sulla neve, non troppo lontani dai centri più famosi ma neppure in mezzo alla confusione;
- *più discount*: gli italiani vogliono sciare ma a prezzi contenuti, anche condizionati dal periodo e da fasce orarie, ma a prezzo ribassato ed anche con minor servizi (tanto non si usano perché costano);
- *più sport estremi*. Aumenta la quota di coloro che desiderano provare emozioni forti, con pratiche estreme. Dallo sci alpinismo all'eliski sino all'ice climbing, queste discipline – dove potranno essere praticate – porteranno nuovi temerari;
- *più neve di sera*. Sul modello estivo, che ha visto il divertimento trasferirsi dalle discoteche alle spiagge, aumenta la richiesta di luoghi di divertimento, svago, benessere, ristorazione, après ski serale sulla neve, disco in baita, e non nei centri delle località.

Aumenta pertanto la divaricazione tra:

- *chi vive la montagna invernale per lo sci*: sciatori specialisti o amatoriali, trattasi di italiani che frequentano la montagna con la passione vera dello sci, in tutte le sue varieghe discipline. In aumento questi italiani di circa l'1,5% per la prossima stagione invernale, anche grazie all'affermarsi delle discipline slow;

- *chi vive la montagna invernale per la moda:* al massimo qualche ora di sci ai piedi, molto meglio un'escursione con le ciaspole o l'esibizione di uno sport innovativo, di cui poter parlare. Per loro, il valore vero è trascorrere qualche giorno passeggiando a Cortina d'Ampezzo o Courmayeur, prendere un aperitivo a Ortisei o a Madonna di Campiglio.

Per quanto riguarda la clientela, è interessante notare come vi siano delle differenze tra quella italiana e gli ospiti stranieri.

In generale, l'inverno 2011/2012 segnerà un ulteriore incremento dell'indice di internazionalizzazione: in particolare aumenteranno le presenze di turisti provenienti dall'**Est Europa** (Polonia, Repubblica Ceca e Slovacchia) e dalla **Russia**.

Nello specifico, questi gli indicatori di crescita più rilevanti:

- nell'area alpina del nord-ovest: ritorno degli spagnoli, incremento consistente dei turisti provenienti dai Paesi dell'Est e dalla Russia. Grazie all'accordo con Tour Operator, si prevede l'arrivo di indiani, cinesi e sud africani;
- nell'area alpina del nord-est: incremento delle presenze dalla Russia, dalla Repubblica Ceca e dall'Ungheria;
- nelle località appenniniche del centro-sud: aumento degli ospiti provenienti dai Paesi dell'Est Europa ma anche degli inglesi. Sensibile incremento dei turisti del Nord-Europa, in particolar modo degli olandesi e belgi.

GLI STILI DI VACANZA DEGLI ITALIANI SULLA NEVE

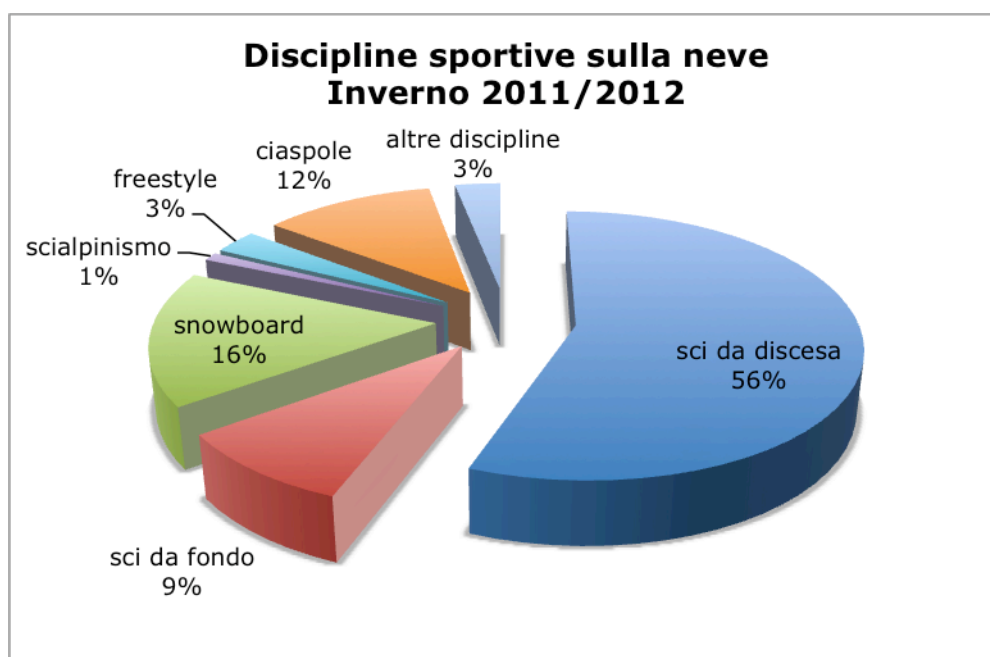
Diverse sono le tendenze nel comportamento dei viaggi che riguardano la montagna bianca alle quali occorre prestare attenzione. I clienti vogliono essere molto attivi durante il giorno – anche in maniera leggera e soft – ma desiderano invece rilassarsi la sera.

Per l'inverno 2011/2012 Skipass Panorama Turismo ha catalogato gli italiani sulla neve, suddividendoli in base ai principali "stili di vacanza" che si manifesteranno quest'inverno:

- **i full-examination:** provano tutto, anche in maniera molto veloce, ma devono comunque aver provato. Sono generalmente giovani, sciatori abbastanza esperti passati allo snow board e che, ora, cercano una o più nuove discipline alle quali affezionarsi;
- **i turisti d'antan:** riscoprono vecchie tecniche di sci (telemark) o di contatto con la natura (ciaspole). Per loro non si scia e non si va in passeggiata senza il giusto abbigliamento: gonnellone e pantaloni alla zuava di velluto, sempre in coppia;
- **i presenti-assenti:** si tratta di coloro che vogliono vivere le località famose, respirarne l'atmosfera ma in maniera personale, sfuggendo alle consuetudini e alle abitudini dei luoghi. Il loro vivere la vacanza è da puri individualisti, all'interno però di location importanti;
- **gli egoturisti:** amano le destinazioni innevate ma non praticano le discipline sportive. Per loro ciò che conta è farsi vedere nei luoghi che contano, nelle località più famose e frequentate dai personaggi televisivi;
- **i ricercatori della beauty farm:** sono coloro per i quali la località turistica – e ancor di più la struttura nella quale soggiornano – deve offrire servizi benessere. Si tratta in prevalenza di coppie e gruppi di amici;
- **i meteo-vacanzieri:** giovani o coppie, gruppi di amici o singoli sciatori, si tratta di coloro che decidono la partenza non prima delle previsioni meteo del giovedì mattina, mentre bevono il caffè prima di uscire per andare al lavoro;
- **gli eco-risparmiatori.** Si tratta di famiglie che diventano più sensibili all'ambiente e desiderose di avere un rapporto diretto con la natura; questa tendenza è in linea con la forte attenzione alla spesa, che porterà le stesse famiglie a risparmiare sullo skipass ed a spostare l'attenzione alle proposte complementari.

DISCIPLINE "COOL" E "OUT OF DATE" NELL'INVERNO 2011/2012

La divaricazione tra le tipologie di clientela della montagna bianca si avverte anche nelle discipline sportive: sebbene al "centro" rimangano le tecniche più tradizionali (discesa, fondo e snowboard, che complessivamente rappresentano l'81% del mercato complessivo), ai margini aumentano da un lato i praticanti delle nuove discipline di tendenza come la vela o il surf su ghiaccio e, dall'altro, rinascono vecchie usanze rispolverate come le escursioni in ciaspole (che assorbono il 12% del mercato) o le romantiche gite in calesse.



In questo contesto, l'inverno 2011/2012 si conferma caratterizzato dalla seguente segmentazione di mercato, in base alle discipline sportive praticate:

DISCIPLINA	praticanti 2010/2011	previsione 2011/2012	% di variazione
sci da discesa	2.050.000	1.980.000	-3,4%
sci da fondo	310.000	325.000	+4,8%
snowboard	590.000	580.000	-1,7%
scialpinismo	33.000	36.000	+9,1%
freestyle	94.000	105.000	+11,7%
ciaspole	322.000	410.000	+27,3%
altre discipline	92.000	109.000	+18,5%
	3.491.000	3.545.000	+1,5%

Leggero calo per le due discipline che hanno il maggior numero di praticanti (sci da discesa e snowboard tradizionale); crescita per tutte le altre discipline. Ma per **le attività sulla neve, quali sono i trend** dell'imminente stagione invernale?

- *incremento per le **discipline slow outdoor***. Crescono in misura esponenziale le richieste per le opzioni di "movimento", molto più di quelle prettamente "sportive". Tutto ciò che permette alle persone di sentirsi attivi sta vivendo una fase di vera esplosione. Dalle ciaspole al nordic walking sino allo snowbike, queste esperienze permettono un più lento contatto con la natura, senza eccessivo affaticamento;
- *aumenta la richiesta di **pratiche avventurose e nuove***. Molti, soprattutto under 30, vogliono provare esperienze diverse. Aumentano pertanto le richieste di nuove discipline ibride, come lo snowkite (surf sulla neve), lo snowfer (windsurf sulla neve o sul ghiaccio) o l'airboard (fuoripista su gommone ad aria), ma anche quelle più avventurose e spesso pericolose come l'ice climbing (arrampicate su cascate di ghiaccio) o il paraski (paracadute con gli sci);
- *contatto parallelo con **la natura e gli animali***. Novità dell'inverno 2011/2012 sarà la richiesta di praticare quelle discipline che permettono di entrare in contatto con la natura in compagnia di cani e cavalli. Risputa con forza lo sleddog (slitta trainata da una muta di cani) ma ancor di più lo ski-jöring (sciare trainati da uno/due cani o da un cavallo);
- *nuove **opzioni per i bambini***. Per conquistare le famiglie con bambini si affiancano alle classiche lezioni di sci momenti di svago e divertimento sulla neve, per occupare sempre di più i piccoli ospiti. Forte richiesta per lo snowtubing e lo slittino, ma anche per tutte le attività d'intrattenimento soft sulla neve, dai baby park ai manga ice park, dalle piste di go-kart su ghiaccio ai fun & sport park.

Per alcune discipline, che rappresentano la base principale dell'offerta della montagna bianca italiana, la situazione non è sempre rosea:

- ***lo sci da discesa***: in leggero calo nell'inverno 2011/2012, lo sci da discesa perderà circa 70.000 praticanti che si riverseranno chi verso livelli sportivi più difficili ed impegnativi (ad esempio lo sci alpinismo), chi verso attività più leggere (ad esempio il winter trekking);
- ***lo sci da fondo***: conquista anche nell'inverno 2011/2012 un +5% di praticanti, proprio perché è considerata una disciplina slow, leggera, che garantisce un contatto con la natura e con l'ambiente circostante;
- ***lo snowboard***: leggero calo (perdita di circa 10.000 praticanti) per questa disciplina, e trasfusione di questi verso il freestyle, che rappresenta la naturale evoluzione per chi vuole provare nuove emozioni.

Ma le destinazioni bianche della montagna italiana saranno in grado di rispondere a queste esigenze? Se da un lato, infatti, gli italiani ricercano servizi specifici, dall'altro le località montane offriranno qualcosa di nuovo, ma non sempre in linea con le richieste dei clienti.

Quest'inverno ci saranno:

- *più scuole di telemark e freeride*: aumentano le scuole che organizzano corsi specifici per la tecnica del telemark. All'Abetone apre un Club di telemark, mentre a Livigno si svolgerà il Festival di telemark. Per chi vorrà, quest'anno sarà più semplice imparare questa disciplina, come pure vi sarà l'apertura di nuove scuole di freeride;
- *più piste da snowkite*: tra gli sport ibridi, questo è quello che ha spinto diverse destinazioni a realizzare aree dedicate alla pratica dello snowkite, come a Sestola. In altre località – da Cortina d'Ampezzo a Roccaraso – aumenta l'attenzione verso questa disciplina;
- *più snow park*: snowboard sì, ma preferibilmente dove vi sono aree dedicate. Aumentano i frequentatori degli snow park dove ci si diverte con ringhiere, salti, dossi artificiali, piattaforme, half pipe, mentre calano gli snowboarder sulle piste;
- *più sperimentazioni*: sarà facile, quest'anno, trovare su alcune piste – soprattutto in quelle marginali delle località più famose – opportunità davvero uniche per provare nuove discipline, in particolare lo snowfer ed il paraski;
- *più escursioni con le ciaspole*: ormai in tutte località è possibile noleggiare le ciaspole ed effettuare escursioni e passeggiate nei boschi innevati;
- *più piste e percorsi per sport minori*: nuovi percorsi per lo sleddog, come pure ulteriori opportunità di praticare l'eliski.

Ma l'incremento di scuole dedicate a determinate attività non significa, di per sé, che queste discipline siano di *tendenza*. Quali saranno, invece, le tecniche "cool" della prossima stagione invernale e quelle "out of date"?



Telemark: si scia con sci lunghi ed attacchi a tallone mobile; d'obbligo indossare abiti d'antan. Da fare in coppia, tenendosi con un bastone orizzontale;

Freeride: è la disciplina che crea il legame più forte con la montagna; raggiungere la vetta e lanciarsi in discesa su neve cristallina è super;

Skidoo: lo slittino a motore, veloce e rumoroso. In fase di declino perché riporta alla confusione di sempre e disturba il silenzio della montagna;

Pattinaggio: in fase di forte declino, il pattinaggio su ghiaccio ha perso fascino e praticanti, anche perché si pratica all'interno di un'area limitata.



MONTAGNA BIANCA ECO-FRIENDLY

Per la stagione invernale 2011/2012 aumenteranno le richieste per le località ed i luoghi di soggiorno che sapranno garantire questi quattro elementi, tutti riconducibili al concetto di **sostenibilità**:

- **località con stazioni "cordless"**. Si tratta di quelle località che si distinguono per mancanza di strutture legate ad impianti di risalita, quindi senza fili, che offrono attività sportive slow, che vanno dalle ciaspole al winter trekking, dallo sleddog allo ski-jöring. Trattasi generalmente di località fresche, giovani, senza grandi tradizioni turistiche;
- **lontano dallo sfarzo e dall'inquinamento**. Lontani dalla folla, lontani dall'inquinamento: la montagna d'inverno è bianca, e tutto deve essere limpido e rilassante. Poco importa se poi si deve vivere anche in maniera a volte spartana, l'importante è vivere un'esperienza diversa da quella del proprio quotidiano;
- **landscape & visual**. Vinceranno le località che sapranno garantire l'insieme di questi due fattori: un paesaggio gradevole e la possibilità di avere anche una bella visione di quell'ambiente. La bellezza soddisfa la vista e rilassa la mente;
- **la ricerca di luoghi vicini (alla località) ma lontani (dalla folla)**. Forte sarà la richiesta di luoghi di soggiorno vicini alle località ma non al centro della confusione, dove diventa possibile vivere davvero in relax il poco tempo della vacanza, in un ambiente piacevole.

Si tratta, questa, di una tematica che sta diventando molto cara anche agli italiani²: la natura, la riscoperta dei luoghi di relax, la volontà di soggiornare in luoghi "belli" e piacevoli anche dal punto di vista dell'urbanistica è ormai un elemento importante per la scelta della destinazione di vacanza.

In parallelo a queste tendenze, nell'imminente inverno gli italiani cercano località che siano:

- **glam & chip**. Si desidera trascorrere una vacanza in luoghi glamour spendendo poco: questa è una tendenza principe del prossimo inverno, che conferma come gli italiani vorranno soggiornare nelle località più glamour, frequentarne i luoghi simbolo senza però dover spendere troppo. Da qui anche la conferma del fenomeno segnalato lo scorso anno della "transumanza fashion";
- **luoghi di condensazione sociale**. Si ricercano luoghi dove sia possibile avere relazioni attive, e dove sia possibile ritrovare persone che condividono la stessa passione, generalmente sportiva. Si tratta di località dove cresce la socialità tra le

² rilevazione effettuata tramite 722 interviste telefoniche effettuate da JFC nel periodo 22/30 settembre 2011 ad italiani che hanno frequentato la montagna per sciare almeno tre volte negli ultimi due anni (residenti in Piemonte, Lombardia, Liguria, Toscana, Veneto, Emilia Romagna, Lazio, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Marche, Umbria, Campania e Puglia).

persone, e dove si sviluppano ed aumentano i luoghi che favoriscono tale “condensazione” (dai centri benessere alle enoteche, ai masi, etc.);

- **esperienze autentiche.** Questo elemento è quello che contraddistingue il successo che avranno alcune località minori, non al top del settore. Si tratta di quelle località che sapranno promuoversi ed offrire elementi di autenticità: dall’enogastronomia all’ospitalità con forte identità locale, dai trattamenti benessere con prodotti del territorio ai percorsi romantici in calesse, etc.;
- **offerte flessibili e non statiche.** Tramontano i pacchetti, troppo generici e non rispondenti ai singoli desideri, mentre aumentano le richieste di offerte taylor made, dedicate a rispondere in maniera esclusiva ai bisogni sempre diversi di ogni ospite. Ma ciò non deve comportare un aumento di prezzo.

LE PROMOZIONI E LE NOVITA' DEL PROSSIMO INVERNO

L'inverno che sta arrivando può essere considerato l'anno della consapevolezza:

- gli operatori dell'ospitalità sono consapevoli che è necessario offrire servizi più specifici e lanciare promozioni ed agevolazioni per i periodi della cosiddetta bassa stagione;
- le società di gestione degli impianti sono consapevoli che lo skipass free non è un tabù, ma un'opportunità per tutto il territorio;
- le scuole ed i maestri di sci sono consapevoli che i clienti vogliono sperimentare e provare nuove discipline, e per questo servono competenze (ma è necessario anche parlare le lingue per dialogare con gli ospiti stranieri);
- il settore del commercio è consapevole che anche l'inverno entrante non sarà per nulla facile.

La base dell'attività promozionale, valida per tutte le destinazioni e gli impianti, è quella che vede un **forte potenziamento delle offerte con skipass compreso**.

In questo contesto le **promozioni** si concentreranno in particolar modo sulle seguenti tematiche:

- *famiglie con bambini*: nuove offerte "prima neve", promozioni "skipass famiglie", periodi promozionali nei quali i bambini sciano gratis, etc.
- *promo skipass*: in determinate date, per un periodo minimo di soggiorno lo skipass è gratis, promozioni per skipass stagionali e per l'utilizzo di skipass in date open;
- *trasferibilità*: alcune destinazioni danno la possibilità di acquistare uno skipass plurigiornaliero trasferibile per la famiglia, ovviamente con limiti del periodo di utilizzo;
- *avvio stagione*: per il periodo di inizio stagione (prima dell'8 dicembre) vi sono offerte legate sia all'ospitalità come pure agli impianti di risalita;
- *sconti per chi scia il venerdì*: molte destinazioni offrono plus e vantaggi, ma soprattutto sconti per l'acquisto di skipass, per la giornata di venerdì;
- *4 al prezzo di 3*: ad inizio stagione è possibile sciare quattro giorni pagando lo skipass al costo di tre giornate.

Poche le **novità strutturali** per quanto riguarda gli impianti: a parte piccoli interventi su diverse piste per rendere più agevoli ed ampi i tracciati, alcuni rinnovamenti sugli impianti di risalita esistenti, si segnalano le maggiori novità nelle destinazioni del **Piemonte** e della **Valle d'Aosta** (4 nuove piste sulla Via Lattea e 2 nuove piste a Cervinia). Una nuova pista anche a **Madonna di Campiglio**.

IL SISTEMA OSPITALE

Tutto molto stabile, anzi quasi fermo. Pochissime le strutture che hanno rinnovato strutturalmente, ma pochi anche i cambi di gestione delle strutture ricettive della montagna bianca italiana.

Unico elemento di tendenza è l'apertura di sempre nuovi B&B, e questo fenomeno si estende dalle località alpine alle aree appenniniche, nelle quali si evidenzia però anche la chiusura alcuni alberghi. Indice, questo, di una fase di crisi strutturale dell'offerta.

Solo in due località si manifesta l'apertura di nuove strutture, sempre di alto livello qualitativo: parliamo di resort più che di alberghi, di luoghi di fascino dove il prezzo risulta un elemento non decisivo per la tipologia di ospiti ai quali si rivolgono queste strutture.

Nel complesso, quindi, l'offerta ricettiva della montagna bianca italiana si caratterizzerà per i seguenti fattori:

- **aperture concentrate nel periodo 1/5 dicembre;** per le festività dell'Immacolata Concezione (8 dicembre) sarà aperta l'82% dell'offerta ricettiva della montagna bianca nazionale. Solo in alcune strutture e località la stagione invernale prenderà avvio da fine novembre;
- **ben il 36% delle strutture ricettive** della montagna bianca italiana offrirà nuovi servizi rispetto allo scorso anno. Gli investimenti più rilevanti sono stati effettuati per la realizzazione del centro benessere e/o l'ampliamento di quello esistente, per il rinnovo dei locali (soprattutto aree après ski), per la creazione di aree per bambini, sino all'installazione di wi-fi, servizio sky, convenzioni con guide alpine, possibilità di acquisto skipass in hotel, etc.;
- **i prezzi delle settimane bianche** sono sostanzialmente rimasti invariati rispetto allo scorso anno; solo il 16% delle strutture ha aumentato le tariffe delle settimane bianche, e trattasi di strutture localizzate nelle località più prestigiose della nostra montagna italiana;
- **per quanto riguarda i week end**, gli albergatori hanno in generale aumentato i prezzi in misura variabile tra il 2 ed il 10% (i maggiori incrementi si registrano in alcune località della Valle d'Aosta, dell'Alto Adige e del Veneto). Altro dato interessante: non esistono offerte promozionali né offerte scontate per i fine settimana;
- **in merito all'andamento complessivo, le attese sono di una sostanziale stabilità** rispetto allo scorso anno, con un leggero calo delle presenze italiane ed un incremento delle presenze straniere, grazie soprattutto ai mercati dell'Est Europa (Russia, Polonia, Repubblica Ceca, Ungheria);

- **per quanto riguarda i periodi stagionali:**
 - **decremento per il periodo di Natale:** insufficienti le promozioni, il Natale segnerà un calo per il 52% degli operatori turistici della montagna italiana;
 - **stabilità per Capodanno:** dopo gli ottimi risultati dello scorso anno, quest'anno gli operatori pensano di ripetere le stesse performances. Per il 18% degli albergatori aumenteranno però i fatturati di questo periodo;
 - **miglioramento sostanziale per l'Epifania:** se per la maggior parte degli operatori questo periodo segnerà risultati in sostanziale stabilità con quelli dello scorso anno, per il 21% degli albergatori miglioreranno presenze e fatturato;
 - **per gli altri mesi,** le prime indicazioni segnano un buon febbraio (considerando che nel 2012 il Carnevale cade a febbraio), un gennaio invece a corrente alternata (con il mercato italiano che richiede in prevalenza week end ma con l'incremento delle settimane bianche richieste dai clienti stranieri), così come marzo, ancor più condizionato dal fattore neve;
- **aumenta la quota dei clienti che prenotano on line.** Il 48% delle strutture ricettive vedrà aumentare le prenotazioni on line, coprendo complessivamente – su base nazionale – il 17,5% delle prenotazioni del prossimo inverno;
- **la collaborazione con i Tour Operator e le Agenzie di Viaggio** subisce una leggera flessione. La "delega" alla vendita a questi intermediari non è gradita – e quindi non praticata in alcun modo – dal 30% delle strutture ricettive della montagna bianca italiana.



LE SCUOLE DI SCI

Dopo la non facile stagione invernale dello scorso anno, diverse scuole di sci si sono attivate per rispondere alle nuove richieste degli ospiti. In generale, le scuole di sci italiane ridurranno i maestri in organico fisso; ricorreranno invece a collaborazioni con maestri fuori organico per i periodi di alta stagione.

Per l'inverno 2011/2012 le scuole di sci italiane si stanno impegnando per offrire questi servizi:

- **132 giorni di attività:** le scuole di sci italiane resteranno aperte, nella prossima stagione, mediamente per un periodo di poco superiore ai quattro mesi;
- **servizio full time per bambini.** Non solo lezioni di sci o snowboard per i piccoli ospiti, ma anche baby kinderheim con animatori ed assistenti pedagogici;
- **corsi per nuove discipline.** Su tutte, quelle nei confronti delle quali vi sarà un aumento di corsi collettivi sono il freeride, il freestyle, lo snowkite ed il telemark;
- **corsi più brevi.** Diminuisce la durata dei soggiorni, diminuisce in parallelo anche la durata dei corsi, che diventano più brevi e concentrati;
- **incremento delle escursioni.** Aumentano le scuole di sci che offrono anche servizio di escursione con le ciaspole e di nordic walking;
- **aumentano le promozioni.** Oltre a quelle tradizionali, tra le quali vi è un incremento delle offerte per la bassa stagione, sarà possibile trovare promozioni per pacchetti di lezioni, per nuclei familiari, per primi passi sulla neve, etc.;
- **sconti per l'infrasettimanale.** Promozioni ed agevolazioni per chi acquista corsi per le giornate infrasettimanali (dal lunedì al venerdì);
- **stabili, ad oggi, le richieste di sci alpino,** che rimane la disciplina in assoluto più richiesta nella fase di avvicinamento alla neve (circa l'80% delle richieste fanno riferimento a questa disciplina);
- **attrezzature anche gratis.** Aumentano le scuole che offriranno gratuitamente parte dell'attrezzatura necessaria per sciare, in particolar modo per i corsi settimanali;
- **per quanto riguarda la clientela:**
 - **mercato alterno per i turisti italiani:** si teme un ulteriore leggero decremento degli italiani che acquisteranno servizi di corsi "tradizionali", con una forte crescita per corsi di freeride e freestyle;
 - **turisti stranieri** in crescita: anche per le scuole di sci è previsto un incremento delle richieste di lezioni da parte dei turisti provenienti dall'estero, in particolare dai Paesi dell'Est Europa. Su tutti, polacchi e russi.

I PREZZI

Quanto spenderanno quest'anno gli Italiani per andare in vacanza in montagna? Questa è, di certo, la domanda più frequente che gli italiani stanno cominciando a porsi. Si controllano i prezzi di alberghi, skipass, scuole di sci on line, si effettua qualche chiamata e si comincia a riflettere se il nostro "portafoglio delle vacanze" può permettersi la spesa.

Ma rispetto allo scorso anno, quali sono le variazioni apportate ai prezzi dei servizi?

Per quanto riguarda gli **alberghi**, questa è la situazione:

- sostanzialmente invariati i prezzi per le località appenniniche: da Sestola a Roccaraso, dal Terminillo a Corno alle Scale l'offerta ricettiva di queste località offre servizi a prezzi in linea con la passata stagione invernale;
- sulla stessa lunghezza d'onda anche le località del Friuli Venezia Giulia ed alcune località dell'area nord-ovest (Cervinia, Bardonecchia, Sestriere);
- leggero aumento generalizzato per tutte le altre località della fascia alpina, da est ad ovest;
- più evidenti i rincari dei prezzi per le top destination, ed in particolar modo per quelle del Trentino Alto Adige, del Veneto (con incrementi anche del 5% in alcune strutture) e dell'Alto Adige (+3,5%).

Nel complesso, per il prossimo inverno il sistema ospitale della montagna bianca italiana si comporterà in questa maniera.



Per quanto riguarda i **prezzi degli skipass**, questa è la situazione:

- pochissime le località che hanno mantenuto gli stessi prezzi dello scorso anno, tra cui Livigno e Sestriere;
- incrementi definiti "fisiologici" per la maggior parte delle località dell'arco alpino ed appenninico. Trattasi generalmente di 1 euro

per lo skipass giornaliero, indifferentemente dal costo del medesimo;

- incrementi maggiori per le destinazioni del Trentino e del Veneto: 4% di aumento medio sulle tariffe degli skipass.

Alcune specifiche:

- *Dolomiti Superski* (12 stazioni sciistiche):
 - dopo due anni di aumenti di 1 euro, per la prossima stagione invernale incrementa di 2 euro il giornaliero, in alta stagione per adulti (48 euro);
 - dal 2005 al 2011 il prezzo del giornaliero in alta stagione ha subito un rincaro medio/annuo del 4,5%, con un incremento complessivo del 27% in 6 stagioni, passando dai 38 euro del 2005/6 ai 48 della prossima stagione invernale;
- *Via Lattea*:
 - Restano invariati i prezzi del comprensorio della Via Lattea, che comprende Sestriere, Sauze d'Oulx, Sansicario, Cesana, Oulx, Claviere e Pragelato (34 euro per il giornaliero);
- *Valle d'Aosta*:
 - 6% di aumento per lo skipass stagionale in Valle d'Aosta, che passa da 870 a 920 Euro (skipass rosso intero);
 - costa il 6% in più anche lo skipass regionale "azzurro" che permette l'accesso alle piccole e medie stazioni (da 489 a 520 euro);
- *Lombardia*:
 - 5% di aumento per lo skipass giornaliero a Livigno, che passa dai 38,5 euro dello scorso anno ai 40,5 euro;
 - incrementi di un euro per le altre località della montagna bianca regionale: lo skipass giornaliero passa a Bormio e Santa Caterina da 36,5 a 37,5 euro; ad Aprica, Madesimo e Valmalenco da 34 a 35 euro.

DESTINAZIONE	GIORNALIERO ADULTI - Euro	GIORNALIERO RAGAZZI - Euro
Brunico	44	31
Cortina d'Ampezzo	44	31
Corvara	43	30
Courmayeur	43	30
Gressoney	43	31
Etna Nord	42	n.d.*
Livigno	40,5	33
Alleghe	40	28
Canazei	40	28
Madonna di Campiglio	40	28
Cervinia	38	27
S. Martino di Castrozza	38	28
Bormio	37,5	31
Aprica	35	29
Ortisei	35	25

Sestriere	34	8 anni gratis
Arabba	33	26
Limone Piemonte	33	24
Sestola	33	28
Tarvisio	31	27
Corno alle Scale	30	24
Bardonecchia	n.d.*	n.d.*
Roccaraso	n.d.*	n.d.*
Sella Nevea	n.d.*	n.d.*
Abetone	n.d.*	n.d.*
Campitello Matese	n.d.*	n.d.*
Piancavallo	n.d.*	n.d.*
Terminillo	n.d.*	n.d.*

*prezzi non ancora pubblicati in data 7.10.2011

Per quanto riguarda le **scuole di sci**, questa è la situazione:

- sostanzialmente invariati i prezzi per i corsi, sia individuali che collettivi;
- aumentano le promozioni per le lezioni infrasettimanali, per i periodi di bassa stagione, per i nuclei familiari e per i gruppi che prenotano in anticipo.

LE OFFERTE DELLA MONTAGNA BIANCA PRESSO LE AGENZIE DI VIAGGIO

Per il prossimo inverno le offerte dei Tour Operator italiani che trattano la montagna bianca saranno simili, per quantità e tipologia di proposte, a quella della stagione scorsa.

Per quanto riguarda la **montagna estero**, le proposte saranno focalizzate in particolar modo sulle seguenti destinazioni:

- **Austria**, perché vi è un ottimo rapporto prezzo/qualità, per l'efficienza del servizio, per la presenza costante di centri benessere e per l'ospitalità gratuita per i bambini (incremento quest'anno per il Tirolo);
- **Francia**, perché vi sono destinazioni ideali per i giovani (Le Deux Alpes), con prezzi competitivi, ma anche per il comprensorio più ampio d'Europa (Les 3 Vallées);
- **Svizzera**, per le destinazioni d'alto livello e la qualità del sistema ospitale;
- **Slovenia**, per le opportunità di divertimento per i giovani;
- **Canada**, per i tour sulla neve, e per le offerte dedicate agli appassionati di eliski.

Una buona quota degli italiani che si spostano all'estero per sciare – soprattutto chi sceglie destinazioni a lungo raggio – sono disposti a pagare di più ma richiedono offerte d'élite, uniche ed a volte davvero esclusive.

In **Italia**, le destinazioni privilegiate dai clienti dei Tour Operator sono considerate quelle del **Trentino** (Madonna di Campiglio e Val di Fassa) per il buon rapporto qualità/prezzo, per l'ampiezza dell'offerta e per l'ottima qualità delle piste e degli impianti. A seguire, molta attenzione è riservata anche alle destinazioni dell'**Alto Adige** (Val Gardena e Val Badia), che sono considerate di ottimo livello qualitativo.

Vincenti, per le destinazioni italiane, la vicinanza e la facile raggiungibilità dai principali bacini d'utenza nazionali, ma anche l'offerta ristorativa. Inoltre le destinazioni italiane della montagna bianca sono privilegiate dai clienti delle agenzie di viaggio anche perché con strutture ricettive di buon livello e con comprensori sciistici ideali sia per sciatori esperti che per principianti.

Stabili i prezzi, ma aumento delle offerte per periodi promozionali: aumentano sui cataloghi le offerte di strutture con offerte benessere come pure alberghi che si sono specializzati per le famiglie con bambini.

Anche i Tour Operator confermano come si stiano sempre più "esaurendo" le domande di settimane bianche: i clienti italiani preferiscono organizzare due o tre week end sulla neve, prediligendo strutture in località rinomate, con centro benessere e miniclub.

QUANTO COSTA SCIARE SULLA "PRIMA NEVE" IN EUROPA

Giovedì 8 dicembre: Immacolata Concezione. Neve permettendo, si tratta del primo week end lungo per tutti coloro che desiderano riprendere a sciare.

Ma quanto costerà per una coppia con un figlio di età superiore ai 6 trascorrere alcuni giorni in montagna? Se la famiglia italiana, amante dello sci, volesse soggiornare dal 7 all'11 dicembre del 2011 in un albergo 3 stelle, con un trattamento di pernottamento e prima colazione, quanto dovrà spendere?

La rilevazione di seguito condotta fa riferimento alla tariffa media ponderata³ calcolata sui prezzi degli alberghi 3 stelle delle principali destinazioni montane italiane ed estere, per:

- due genitori in camera con un bambino (di età superiore ai 6 anni);
- soggiorno da mercoledì 7 a domenica 11 dicembre 2011;
- trattamento di pernottamento e prima colazione.

ITALIA		ESTERO	
Area nord-ovest		Svizzera	
Gressoney	820,00	Saint Moritz	875,00
Courmayeur	760,00	Zermatt	695,00
Cervinia	900,00	Gstaad	710,00
Sestiere	560,00	Davos	885,00
Bardonecchia	460,00	Wengen	870,00
Aprica	600,00	Kandersteg	925,00
Bormio	640,00	Austria	
Livigno	875,00	Kitzbuhel	720,00
Area nord-est		Lech Zürs am Arlberg	
Canazei	545,00	Bad Gastein	510,00
Madonna di Campiglio	600,00	Soelden	540,00
S. Martino di Castrozza	520,00	St. Anton am Alberg	550,00
Corvara	580,00	Neustift	480,00
Ortisei	880,00	Francia	
Brunico	560,00	Mègéve	670,00
Cortina d'Ampezzo	770,00	Chamonix Mont Blanc	595,00
Alleghe	680,00	Val d'Isere	755,00
Arabba	545,00	Les Des Alpes	510,00
Tarvisio	380,00	Courchevel	960,00
Piancavallo	430,00	Germania	
Area centro-sud		Garmish	
Sestola	475,00	Slovenia	
Abetone	385,00	Kranjska Gora	380,00
Roccaraso	480,00	Spagna	
Monte Terminillo	440,00	Pas del la Casa	480,00

³ la tariffa media ponderata è basata sul valore medio del soggiorno per 2 adulti ed un bambino con riferimento agli alberghi 3 stelle della destinazione, aperte per il periodo considerato. Tale tariffa media è stata ricavata a seguito di ricerca sui siti delle strutture e ricerca sui sistemi di prenotazione.

CLASSIFICA DELLE DESTINAZIONI CON PIÙ AMICI: IL "FANSOMETRO"⁴

La comunicazione avviene sempre di più attraverso la rete. Ma Internet non è solo una piattaforma per promuovere alberghi, località, comprensori sciistici: Internet è un "luogo di incontro e dialogo" per tutti coloro che partecipano a qualche social network.

Tra i social network, quello più frequentato in Italia è Facebook: ma quante sono le località che hanno sviluppato una propria pagina ufficiale su facebook⁵, e con quanti "amici" hanno sviluppato un dialogo? Quante invece le pagine non ufficiali che parlano della località e di ciò che vi accade, quanti gli "amici" che si scambiano opinioni e consigli anche su queste pagine?

Skipass Panorama Turismo ha inteso analizzare il livello di popolarità su facebook delle destinazioni montane italiane, creando una classifica che abbiamo denominato "**Fansometro**": il barometro⁶ dei Fans delle località montane italiane.

Sul podio del Fansometro si trovano **Livigno**, 1° posto con 100 punti; **Cortina d'Ampezzo**, seconda classificata con 87 punti; buona terza **Madonna di Campiglio**, abbastanza distanziata con 56 punti. Subito dopo, ottime quarta e quinta, due destinazioni dell'Appennino: Roccaraso e l'Abetone.



⁴ il "Fansometro" è un modello di analisi ed un termine tutelato da copyright sulle proprietà intellettuali

⁵ sono state prese in analisi le pagine facebook ufficiali, linkate al sito dell'Amministrazione

⁶ il rating si sviluppa attraverso il coefficiente esistente tra i fans della pagina ufficiale ed il numero di pagine e numero di fans delle pagine non ufficiali. Per la definizione di questo rating sono state prese in esame le pagine ufficiali delle destinazioni presenti su facebook; nel caso in cui questa non vi sia, si è passati alla valutazione delle pagine di consorzi, comprensori o aree vaste. Si sono prese poi in considerazione le pagine non ufficiali che parlano della località e di ciò che vi accade, ed il relativo numero di amici. Il coefficiente di valore: amici da siti ufficiali (valore complessivo 50/100); pagina destinazione 100, profilo amici 95, consorzio d'area 70, profilo amici consorzio d'area 65, vallata 55, comprensorio 40, area vasta 30; numero pagine non ufficiali (valore complessivo 20/100); numero fans da pagine non ufficiali (valore complessivo 30/100).

Questa la classifica complessiva; la destinazione che si classifica ultima nel Fansometro è Campitello Matese, con 7,6 punti; penultima è Limone Piemonte (7,8 punti) e terz'ultima Piancavallo con 7,9 punti. Male anche Sestola (8,2), Tarvisio (9,1), Alleghe (9,2) e Corvara (9,5).

DESTINAZIONE	RATING
Livigno	100
Cortina d'Ampezzo	87
Madonna di Campiglio	56,8
Roccaraso	54,6
Abetone	49,1
Bardonecchia	44,7
Courmayeur	43,7
Sestriere	38,2
Cervinia	31,9
Bormio	30,6
Canazei	28,9
Aprica	22,1
Terminillo	20,9
Ortisei	20,7
S.Martino di Castrozza	19,8
Brunico	18,8
Corno alle Scale	11,7
Gressoney	11,6
Arabba	11,4
Sella Nevea	10,1
Corvara	9,5
Alleghe	9,2
Tarvisio	9,1
Sestola	8,2
Piancavallo	7,9
Limone Piemonte	7,8
Campitello Matese	7,6

SITUAZIONE CONGIUNTURALE MONTAGNA BIANCA ITALIANA INVERNO 2011-2012



PREVISIONI: PRESENZE E FATTURATO

I dati previsionali per la prossima stagione invernale fanno riferimento all'intero comparto della montagna invernale a livello nazionale: dopo una stagione non facile, che ha visto alcune località perdere anche 7 punti percentuali di fatturato, gli operatori del comparto sperano in una stagione di possibile stabilità. Alcuni non nascondono un cauto ottimismo, anche sulla scia della stagione estiva che ha dato indicazioni positive per il "comparto mare".

Il fatturato del turismo "neve" in tutti i suoi aspetti – ricettività alberghiera ed extralberghiera, impianti di risalita, attività ricreative e di intrattenimento, ristorazione, noleggio attrezzature, corsi, etc. – rappresenta, a livello nazionale, l'**11,6%** del complessivo sistema del turismo italiano.

Per la prossima stagione invernale, le previsioni e gli indicatori di Skipass Panorama Turismo⁷ permettono di identificare in maniera chiara i seguenti dati, che fanno riferimento al panorama italiano della montagna bianca:

- **15.660.000** le presenze nelle strutture ricettive che si prevedono per l'inverno 2011/2012;
- **4 miliardi 223 milioni di Euro** il fatturato del sistema ospitale complessivo (strutture ricettive ed extra-alberghiere);
- del fatturato sopra indicato, circa il 20% è quello generato dai "pacchetti" delle settimane bianche (**844 milioni di Euro**), **in calo del 5% rispetto allo scorso anno**;
- **2 miliardi 750 milioni di Euro** è l'ulteriore fatturato dei servizi quali noleggio attrezzature, maestri di sci, impianti, attività ricreative e di divertimento, ristorazione, etc.;
- **1.045.000** il numero delle settimane bianche che si prevede di vendere nel prossimo inverno;
- **545,00 Euro** il costo medio di una settimana bianca in Italia, da intendersi per persona con trattamento di mezza pensione;
- la permanenza media si assesta **sulle 5 notti**.

Quest'anno ancora difficoltà per il periodo di Natale; sempre molto bene Capodanno, mentre si prevede un'ottima Epifania; bene anche febbraio, mentre gli altri periodi saranno altalenanti. I primi indicatori fanno prevedere una stagione invernale 2011/2012 con **presenze e fatturato complessivamente stabili**; vi saranno però destinazione e strutture ricettive con indici di crescita che si

⁷ Elaborazione JFC su base: 722 interviste telefoniche ad italiani che hanno frequentato la montagna per sciare almeno tre volte negli ultimi due anni; strutture ricettive distribuite in 28 località italiane; Apt, uffici IAT, Consorzi e Adv di incoming Tour Operator nazionali; direttori e/o presidenti di associazioni di categorie e associazioni albergatori delle destinazioni montane, referenti degli impianti di risalita, etc.; ricerche e data base AAVV (vedi metodologia).

contrapporranno ad altre destinazioni e strutture che segneranno forti cali, in alcuni casi anche del 20%.

I DIPENDENTI DEL SETTORE DELLA "MONTAGNA BIANCA ITALIANA"

Nell'inverno 2011/2012 il personale dipendente che lavorerà nel comparto della montagna bianca italiana, in tutte le destinazioni nazionali e nelle varie attività (ricettività, impianti di risalita, scuole di sci, ristorazione, pizzerie, bar, discoteche, società di noleggio attrezzature, etc.) sarà pari a **382.222**.⁸

DIPENDENTI	
Impianti di risalita	6.890
Scuole di Sci (maestri+segretarie)	11.632
Hotel	102.140
Ristoranti/pizzerie/etc.	167.260
Bar/enoteche/pub	55.750
Altre attività (disco, noleggio, etc.)	38.550
Totale	382.222

Di questi, la maggior quota sarà impiegata nel settore della ristorazione ed in quella dell'ospitalità.

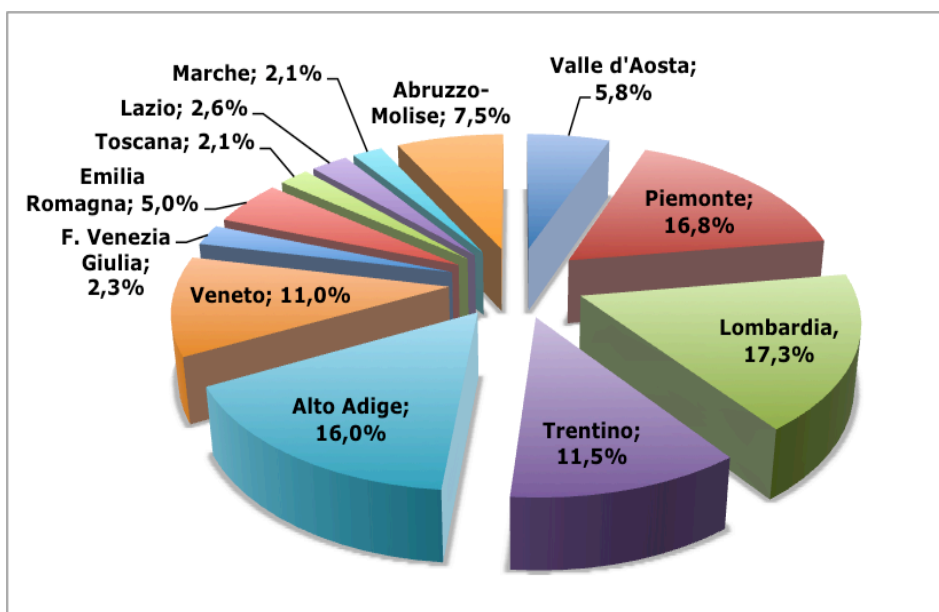
LA RICETTIVITA' E LA RISTORAZIONE

Gli alberghi/meubl  italiani che offriranno ospitalit  per gli sciatori nella prossima stagione invernale saranno **7.187**, per un totale di disponibilit  camere pari a **321.980 posti letto**. Di queste strutture, l'**82%** - vale a dire 5.893 - sar  gi  aperto per le festivit  dell'Immacolata Concezione (8 dicembre). A questi si aggiunge la disponibilit  di **5.360** tra villaggi, b&b, rifugi, ostelli, malghe, baite, ed agriturismi ed oltre **11.300** alloggi in affitto, per un complessivo totale di ulteriori **285.000** posti letto. Per quanto riguarda la ristorazione, per i clienti delle localit  montane saranno a disposizione a livello nazionale **33.270** tra ristoranti, pizzerie, ed altri servizi di ristorazione, oltre a **29.103** bar, enoteche, pub.

LE SCUOLE DI SCI

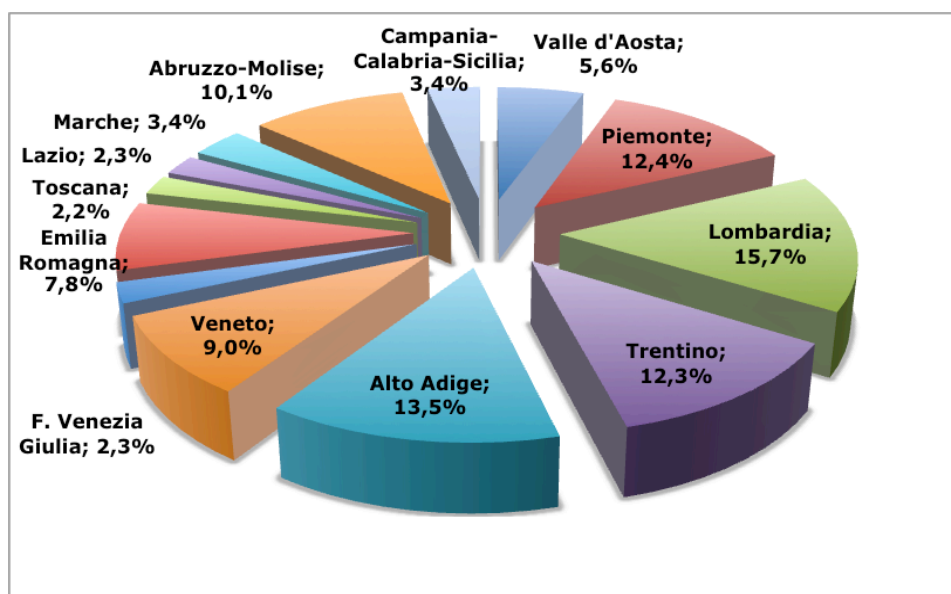
In Italia, a disposizione di tutti coloro che vogliono imparare, vi saranno il prossimo inverno **381 scuole**, la maggior parte delle quali   localizzata in Lombardia (17,3%), Piemonte (16,8%) e Alto Adige (11,5%). In media, le scuole di sci avranno **132 giorni di attivit **. Complessivamente opereranno in Italia, durante la prossima stagione invernale, **10.680 maestri di sci**.

⁸ Stime JFC su ricerche ed analisi varie



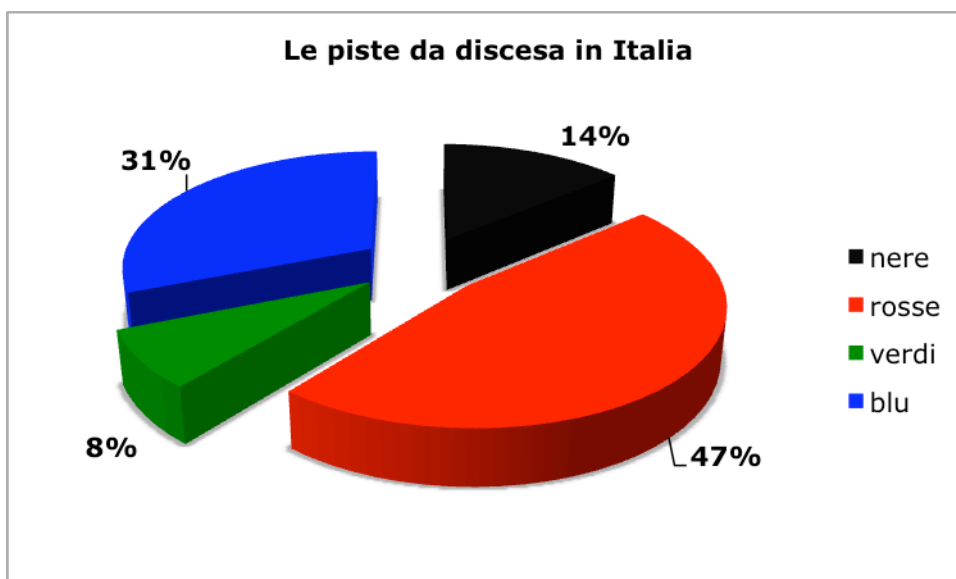
GLI SNOWPARK

Per gli appassionati di salti e dossi artificiali, piattaforme e "half pipe", le destinazioni bianche italiane offrono nell'inverno 2011/2012 ben **89 snowpark**. La maggiore offerta di snowpark si trova in Lombardia (15,7% del totale nazionale), ma anche le destinazioni dell'Alto Adige, del Trentino e del Piemonte hanno un'ampia offerta.



PISTE DA DISCESA E DA FONDO

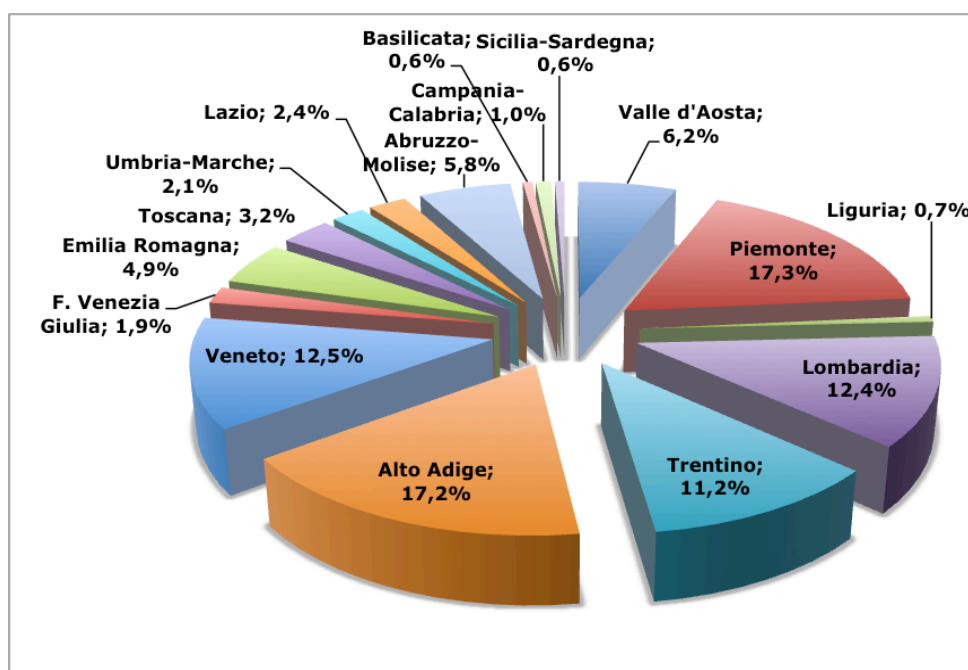
Nell'inverno 2011/2012 è possibile sciare in Italia scegliendo tra **3.683 piste** da discesa, per un totale di **6.701 km** di piste. Tra queste, il 47% sono piste rosse, il 31% piste blu ed il 14% piste nere.



Per chi desidera invece praticare lo sci da fondo, a disposizione ben **239 piste/anelli** per un totale di **1.926 km**.

IMPIANTI DI RISALITA

2.157 IMPIANTI DI RISALITA. Siano ad agganciamento automatico o collegamento temporaneo, si tratti di funivie, seggiovie, cabinovie o sciovie, la maggior quota degli impianti di risalita si trova in Piemonte, il 17,3% del totale. Seconda regione italiana con il maggior numero di impianti di risalita è l'Alto Adige con il 17,2% del totale. Al centro-sud Italia, la prima area per quantità di impianti di risalita è l'Abruzzo assieme al Molise (il 5,8% del totale nazionale), seguita dall'Emilia Romagna con il 4,9%.



L'Osservatorio Skipass Panorama Turismo è sviluppato da **JFC**, con rilevazioni ed elaborazione su base A.M.S.I., ANEF, Infocamere, Skiinfo, Snowpark, Istat, AA.VV.

FINALITA' E METODOLOGIA DI SKIPASS PANORAMA TURISMO

L'Osservatorio Italiano del Turismo Montano nasce nel 2009 con il preciso compito di garantire la conoscenza ed il monitoraggio costante del "fenomeno montagna bianca" in tutti i suoi elementi di valore ed interesse, e si pone quale obiettivo primario quello di fornire informazioni utili all'intero sistema nazionale (operatori, enti, giornalisti, esperti, centri studi, etc.).

Si tratta quindi di uno strumento di conoscenza sull'andamento turistico realizzato attraverso un continuo monitoraggio durante tutto l'anno, grazie al confronto con il territorio, le indicazioni degli operatori, il mercato, il tour operating, i referenti, i giornalisti, le aziende di prodotti a servizio della pratica sportiva invernale, gli organizzatori di eventi, gli stakeholders internazionali, etc.

Per questo motivo "Skipass Panorama Turismo" è costruito basandosi su esigenze reali di conoscenza, in quanto:

- mantiene un contatto periodico e diretto con i più significativi stakeholders del settore;
- fornisce indicazioni sull'andamento stagionale – su vari livelli di approfondimento e con tempistiche differenziate – fornendo la base statistica sviluppata sul rapporto diretto con gli stessi operatori (sistema integrato di rilevazione diretta);
- non si limita al "contatto" con gli operatori alberghieri, ma sviluppa la sua analisi anche nel comparto dei servizi, che nel settore della "montagna bianca" rivestono un ruolo fondamentale;
- analizza i prodotti turistici e ne valuta le potenzialità di sviluppo sul mercato nazionale ed internazionale, sondando il mercato per verificare costantemente il livello di appeal e di penetrazione commerciale delle offerte delle singole destinazioni, il loro valore sul mercato e l'interesse futuro;
- propone l'intersecazione tra mercato e prodotto, indicando altresì quali sono i possibili investimenti di prodotto/servizi.

Skipass Panorama Turismo ha quindi sviluppato un proprio modello di rilevazione scientifica ed altamente attendibile, ma soprattutto in grado di fornire indicazioni differenziate per tematiche di interesse, in quanto si concretizza attraverso varie fasi di studio sviluppate in diversi periodi dell'anno, concentrandosi su fattori fenomenologici, economici, sociologici; su questi elementi Skipass Panorama Turismo opera con rilevazioni a livello nazionale.

Lo Studio "**Tendenze e Previsioni per la stagione invernale 2011/2012**" è stato condotto da JFC srl per conto di Skipass Panorama Turismo nel periodo 21 settembre/ottobre 2011, con rilevazioni dirette ed indirette. Skipass Panorama Turismo concentra la propria attenzione nei confronti di ben 28 destinazioni italiane, quali:

- ⇒ **Valle d'Aosta:** Gressoney, Courmayeur, Cervinia
- ⇒ **Piemonte:** Sestriere, Bardonecchia, Limone Piemonte
- ⇒ **Lombardia:** Aprica, Bormio, Livigno
- ⇒ **Trentino:** Canazei, Madonna di Campiglio, S.Martino di Castrozza
- ⇒ **Alto Adige:** Corvara, Ortisei, Brunico
- ⇒ **Veneto:** Cortina d'Ampezzo, Alleghe, Arabba
- ⇒ **Friuli Venezia Giulia:** Piancavallo, Tarvisio, Sella Nevea
- ⇒ **Emilia Romagna:** Sestola, Corno alle Scale
- ⇒ **Toscana:** Abetone
- ⇒ **Lazio:** Terminillo
- ⇒ **Abruzzo:** Roccaraso
- ⇒ **Molise:** Campitello Matese
- ⇒ **Sicilia:** Etna

Il panel viene implementato di anno in anno, ed è controllato e aggiornato periodicamente da JFC, che si occupa della sua stratificazione e del monitoraggio periodico. Si tratta di un panel costruito basandosi su database ufficiali, verificati successivamente in maniera diretta. Questo il panel utilizzato per il Prevsionale 2011/2012:

- Interviste on line CAWI (Computer Assisted Web Interviews) precedute da una fase di pre-testing:
 - 874 operatori del ricettivo alberghiero ed extralberghiero localizzate nelle 28 località nazionali;
 - 51 scuole di sci che operano nelle 28 località nazionali;
 - 43 tra Apt, uffici Iat, Consorzi ed Agenzie di Viaggio che si occupano di promozione ed incoming;
 - 37 agenzie di affittanza localizzate in queste località sottoposte a monitoraggio;
 - 329 titolari di attività commerciali e ristorative che svolgono la loro attività nelle 28 destinazioni italiane;
 - 16 Tour Operator nazionali;
- interviste telefoniche CATI (Computer Assisted Telephone Interviews) precedute da una fase di pre-testing:
 - 722 interviste telefoniche ad italiani che hanno frequentato la montagna per sciare almeno tre volte negli ultimi due anni⁹;
 - focus su 134 alberghi del ricettivo alberghiero ed extralberghiero localizzate nelle 28 destinazioni italiane;
 - focus su 18 scuole di sci localizzate nelle 28 destinazioni italiane;
 - focus su 16 società di servizi che offrono noleggio di attrezzature per lo sci;
 - focus su 16 maestri di sci operanti sul territorio nazionale;
 - focus su 24 direttori e/o presidenti di associazioni di categoria, associazioni albergatori delle destinazioni montane, referenti degli impianti di risalita, etc.;

⁹ indagine realizzata tramite somministrazione di questionario strutturato ad un campione di italiani che ha frequentato la montagna per sciare almeno tre volte negli ultimi due anni, di almeno 15 anni, con un intervallo di fiducia massimo di +/- 3,2 punti percentuali (al livello di confidenza del 95%)

- focus su 11 Tour Operator italiani che trattano il “prodotto neve Italia”;
 - focus su 17 referenti di uffici IAT ed Enti pubblici di promozione delle 28 destinazioni italiane;
 - focus su 26 agenzie di affittanza localizzate in queste località sottoposte a monitoraggio;
 - focus su 145 titolari di attività commerciali e ristorative che svolgono la loro attività nelle 28 destinazioni italiane;
 - 4 esperti internazionali che si occupano di turismo montano;
 - 6 influential del turismo montano, referenti multidisciplinari quali giornalisti, esperti, referenti di associazioni e categorie operanti nel settore, antropologi, facilitatori, etc.
- ricognizione ed analisi documentale:
 - siti web delle località, analisi dei comunicati stampa delle località sottoposte a monitoraggio, rilevazioni e dati ufficiali Ontit;
 - annuari e documentazione AA.VV.