



SKIPASS PANORAMA TURISMO

Osservatorio Italiano del Turismo Montano

LE "BLUE CHIP" DELLA NEVE INDICI DELLE DESTINAZIONI SCIISTICHE EUROPEE

STAGIONE INVERNALE 2010 / 2011
FESTIVITÀ NATALE - CAPODANNO - EPIFANIA

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
Fabio Cagnetta
Lorenzo Ghetti
Antonino Segreto
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

LE ATTUALI TENDENZE

Le grandi destinazioni delle Montagna Bianca Europea rappresentano, in maniera sempre più convincente, le eccellenze del sistema invernale. Desiderio di tutti gli sciatori, ma appannaggio di una minima quota, queste destinazioni si caratterizzano per un appeal internazionale e per l'alto livello qualitativo dei servizi offerti.

Si tratta di 10 destinazioni montane che rappresentano l'eccellenza europea in fatto di location per gli sciatori; "Best European Ski Destinations" che Skipass Panorama Turismo ha inteso analizzare con questo focus:

- **Italia:** Cortina d'Ampezzo, Madonna di Campiglio, Courmayeur
- **Svizzera:** St. Moritz, Davos
- **Francia:** Chamonix, Val d'Isere
- **Austria:** Kitzbuhel, Sölden
- **Germania:** Garmisch

Nel periodo preso in esame, che corrisponde alle festività di Natale, Capodanno e l'Epifania, si manifesta con forza la tendenza che vede aumentare la presenza dei "turisti della neve", vale a dire di coloro che sono solo marginalmente interessati alle pratiche sportive ma che amano frequentare queste località vip. Per questi ospiti è più piacevole trascorrere le giornate in relax, passeggiando sulla neve, avere la possibilità di fare shopping, visite ai rifugi, frequentare locali in centro, il tutto all'interno di un nuovo modo di appagare il proprio desiderio di "show-window"; casomai provando anche le nuove discipline, ma sempre in maniera lenta.

Da questa rilevazione emergono alcuni fattori comuni a tutte le 10 destinazioni esaminate:

- **Natale in ribasso, molto bene il Capodanno e positivo l'andamento sino al 9 gennaio:** in tutte le destinazioni sottoposte a rilevazione emerge che il periodo delle festività natalizie è stato sotto tono, ad eccezione di Davos. Solo dal 27 dicembre si è andati verso il "pienone", con il tutto esaurito dal 31 dicembre al 2 gennaio. Bene anche i primi giorni del 2011, con un nuovo boom nel periodo 6/9 gennaio. Nel complesso, il periodo 24 dicembre - 9 gennaio ha fatto registrare un incremento complessivo nelle 10 località, pari al +3,6% in termini di presenze ed al +4,2% in quanto a fatturato;
- **l'invasione degli ospiti provenienti dalla Russia:** sarà che si tratta di destinazioni ad "alto indice di popolarità", sarà che i russi amano consumare vacanze all'insegna dell'eccellenza e del lusso - ed in queste destinazioni le offerte luxury non mancano - in questo mese di stagione invernale il primo mercato turistico è, complessivamente, proprio rappresentato dalla Russia, che fa registrare incrementi di arrivi e presenze, in alcune destinazioni, superiori al 40%;

- **la sostanziale stabilità dei prezzi:** la cosciente previsione di un periodo di difficoltà economiche per tutti gli Europei ha condizionato le strategie degli operatori. La loro scelta è stata appunto quella di non aumentare i prezzi dei servizi alberghieri rispetto ai valori dello scorso anno; sono Kitzbuhel e Cortina d'Ampezzo le due località dove i prezzi hanno subito un incremento percentuale maggiore rispetto alle altre destinazioni, però non superiore ai 3 punti percentuali;
- **gli italiani, per sciare, restano in Italia:** gli sciatori italiani faticano a passare i confini, prediligendo le destinazioni interne. Tra coloro che decidono di sciare in altre località europee, le destinazioni montane svizzere ed austriache sono quelle preferite. In graduatoria, tra le "Best European Ski Destinations" oltre confine, emergono St. Moritz e Sölden;
- **lezioni individuali, taylor made:** aumenta la richiesta di corsi individuali, anche se in questo periodo di alta stagione (Natale/Capodanno) le scuole di sci impostano la loro attività su corsi collettivi, lasciando le ore a margine della giornata per le lezioni private. Diverse le richieste a seconda se trattasi di clienti italiani o stranieri: i primi scelgono in prevalenza corsi collettivi, mentre i secondi – soprattutto i russi – solo lezioni individuali;
- **gli sport sulla neve:** sci alpino e snowboard su tutti, ma si conferma il ritorno al "cross country skiing" (sci da fondo), che garantisce un contatto più slow con la natura. Su questa linea emergono con forza le nuove tendenze, in particolar modo il "winter walking", passeggiate da fare sia con le ciaspole come pure con gli scarponcini. Poi la riscoperta di una vecchia pratica sportiva: lo slittino, sport che non richiede grandi investimenti né per l'acquisto di attrezzature né per l'accesso alle piste. Per i più sportivi, su tutto il freestyle;
- **il ritorno all'ospitalità "gentile":** aumenta la richiesta di offerte che siano in grado di garantire un buon rapporto value for money, senza per questo ridurre i prezzi ma aumentando, invece, la qualità delle offerte di medio valore e soprattutto il livello di accoglienza. La rilevazione indica, infatti, come in queste destinazioni top class una quota di operatori turistici e commerciali abbia scarsa disponibilità nei confronti degli ospiti, proprio per la posizione di privilegio che hanno per il solo fatto di operare in località prestigiose.

L'ANDAMENTO DI AVVIO STAGIONE



Si segnalano andamenti e fenomeni diversi tra le varie destinazioni esaminate da Skipass Panorama Turismo. Questi gli indicatori.

- **ITALIA**

Pochi ospiti, con soggiorni brevissimi, nel periodo di Natale per le tre destinazioni esaminate. Gli italiani hanno preso d'assalto queste destinazioni per il Capodanno e l'Epifania: quest'ultimo periodo ha fatto registrare indici di occupazione vicini al tutto esaurito. Bene Courmayeur e Cortina d'Ampezzo, non altrettanto Madonna di Campiglio. Dai primi giorni di gennaio si segnala un aumento deciso di ospiti stranieri.

- 1. Cortina d'Ampezzo**

Nella Regina delle Dolomiti il periodo Natale/Capodanno ha segnato un lieve incremento rispetto all'anno precedente, e ciò è dato soprattutto dalle presenze registrate con il ponte dell'Epifania. Complessivamente il periodo ha fatto registrare un incremento di fatturato pari al +2,8%, dovuto anche ad aumenti del 2,2% dei prezzi delle strutture ricettive e del 3,5% per quanto riguarda i servizi forniti dalle scuole di sci. In calo le presenze di ospiti stranieri, che si assestano, nel periodo in esame, al 16%; tra questi, i tedeschi rappresentano la quota più consistente, seguiti da inglesi e russi. Per quanto riguarda gli italiani, sono aumentati gli arrivi di laziali, lombardi e campani. Da considerare come sia consistente il livello di ospiti fidelizzati, anche a causa dell'alto numero di seconde case, che generano i 5/6 degli ospiti complessivi di Cortina. Tra le segnalazioni degli ospiti, forte è il problema sia della mobilità interna come pure della viabilità per raggiungere la località.

- 2. Madonna di Campiglio**

Non positivo l'andamento a Madonna di Campiglio; decremento per arrivi e presenze, e ciò ha inciso anche sul fatturato che segna un -4%, nonostante un leggero incremento dei prezzi dei servizi di ospitalità e per lo sci. Per quanto riguarda le provenienze, il mercato estero rappresenta una quota del 22%, con ospiti provenienti in prevalenza dalla Russia, dai Paesi dell'Est Europa e dalla Gran Bretagna. Gli ospiti italiani sono stati in maggior misura infraregionali, lombardi e veneti. Alta la quota di clientela tradizionale, in particolar modo giovani e famiglie con bambini. Tra le segnalazioni degli ospiti emerge con forza la richiesta di servizi pubblici – ad esempio piscina, teatro, cinema, baby kinderheim – di una zona pedonale più ampia con anche orari continuati negli esercizi commerciali.

- 3. Courmayeur**

Positivo l'andamento per Courmayeur, grazie anche ad un aumento degli ospiti stranieri, in particolare russi. Complessivamente il fatturato è cresciuto, rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, del 3,9%; i prezzi sono

leggermente aumentati. La quota di internazionalizzazione è del 32%, con la prevalenza di ospiti stranieri provenienti dalla Russia, dalla Gran Bretagna e dalla Francia. Per quanto riguarda l'Italia, la maggior quota di clienti proviene dalla Lombardia, dal Piemonte e dalla Liguria. Molte le famiglie con bambini, ma anche gruppi di giovani e coppie. Gli ospiti richiedono il miglioramento dei trasporti interni e di collegamento sul territorio, ma anche una maggior attività di animazione ed intrattenimento serale e servizi benessere. Richiesta anche la possibilità di praticare attività sportive in notturna, in particolar modo sci alpino, snowboard e passeggiate con le ciaspole.

- **SVIZZERA**

Le top destination svizzere mantengono il loro rango di alto posizionamento nella mappa dello sci in Europa. Emerge chiaramente come in queste località le tariffe siano alte, e ciò è dato anche dal fatto che presentano opzioni di svago molto ampie e differenziate. Diversa però la situazione tra le due località esaminate: molto bene Davos, piuttosto male l'andamento di St. Moritz.

- 1. St. Moritz**

In diminuzione le presenze di turisti a St. Moritz in questa fase di avvio stagionale, e ciò, unitamente al mantenimento del livello dei prezzi, ha inciso sul fatturato complessivo segnando un -6%. Tra gli ospiti, il 39% è rappresentato da ospiti svizzeri; per quanto riguarda gli stranieri, arrivi in prevalenza da Germania e Russia, Gran Bretagna, Italia, ma anche dai Paesi Arabi. La clientela principale è costituita da famiglie con bambini; alta la quota di clienti giunti a St. Moritz tramite le agenzie di viaggio. E' del 26% la quota di turisti che hanno frequentato St. Moritz per la prima volta in occasione delle festività di fine anno.

- 2. Davos**

Davos è, in assoluto, la destinazione tra quelle monitorate che ha fatto registrare le migliori performance, con indici positivi anche per il periodo natalizio. Presenze in netto aumento rispetto alle festività di Natale e Capodanno dello scorso anno, con un fatturato che segna il +8%. La quota dei turisti svizzeri è pari al 55%; tra gli stranieri, prevalgono i tedeschi, gli inglesi e gli ospiti provenienti dai Paesi Bassi. Ancora pochi gli ospiti russi rispetto alle altre destinazioni prese in esame. Ampia la clientela, che varia dalle famiglie con bambini, ai gruppi di amici e alle coppie. Segnalata l'esigenza di un aumento delle strutture ricettive di alta qualità, in particolare di hotel 5 stelle.

- **FRANCIA**

Le destinazioni top francesi sono quelle che, nel panorama europeo, mantengono sostanzialmente stabile il numero delle presenze per il periodo Natale/Capodanno. Non positivo l'andamento per quanto riguarda il mese di gennaio, ma viene

segnalata una ripresa con il quasi tutto esaurito per le prime due settimane di febbraio.

1. Chamonix

In leggero aumento gli arrivi (+1%), ma stabili le presenze degli ospiti, a cui però non ha corrisposto ad un incremento di fatturato, rimasto sostanzialmente stabile. Le strutture ricettive hanno generalmente mantenuto i prezzi dello scorso anno, con incrementi inferiori ad un punto percentuale. Buono il livello di internazionalizzazione: gli ospiti stranieri rappresentano il 43% del totale degli ospiti, provenienti in prevalenza da Gran Bretagna, Russia, Scandinavia, Italia ed USA. La clientela principale è costituita da famiglie con bambini e coppie.

2. Val d'Isere

Leggermente inferiore alle attese l'andamento in Val d'Isere per il periodo Natale/Capodanno; il livello stabile di presenze non ha permesso di garantire il fatturato fatto registrare nello stesso periodo dello scorso anno, che risulta pertanto aver perso circa il 3%. Alto il livello di clienti stranieri, che oscillano, a seconda della struttura ricettiva, dal 48% al 76%. Tra questi ospiti, i russi rappresentano la quota più consistente, seguiti da belgi, inglesi, americani ed italiani.

• **AUSTRIA**

Le destinazioni top austriache sono quelle che, nel panorama europeo, segnano un comune incremento in termini di fatturato. Positivo quindi l'andamento complessivo delle festività, anche se si segnala una riduzione della permanenza media degli ospiti, dovuta in prevalenza allo slittamento in avanti del loro arrivo nelle località, nei giorni successivi a Natale.

1. Sölden

Buono l'avvio di stagione invernale per Sölden, dove si sono registrati dati in aumento per arrivi e presenze, con il fatturato che ha segnato un +5,5% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Il 50% degli ospiti è rappresentato dai vicini tedeschi; alta la percentuale di ospiti russi – con arrivi consistenti dal 3 gennaio in poi – polacchi ed italiani, mentre gli austriaci non superano la quota del 32%. La clientela è in prevalenza individuale, ed in particolar modo si tratta di famiglie con bambini e di coppie.

2. Kitzbuhel

Andamento positivo anche per questa località austriaca nel periodo Natale/Capodanno, con un incremento di presenze che ha generato un parallelo aumento di fatturato pari al +3,2%; sostenuto, quest'ultimo, anche da un aumento dei prezzi di circa 3 punti percentuali. Elevato il livello di internazionalizzazione, ma di breve raggio, in quanto la quota maggiore di ospiti proviene dalla vicina Germania; pertanto la percentuale di clienti austriaci varia, a seconda della struttura, dal 24% al 46%. Alto, ed in considerevole aumento rispetto all'anno precedente, il numero delle

presenze di clienti russi; bene anche gli ospiti provenienti dai Paesi dell'Est.

- **GERMANIA**

L'andamento di questa prima fase di stagione invernale segna dati positivi per la località in esame, anche in considerazione del rapporto con lo stesso periodo dell'anno scorso, che aveva segnato un dato molto negativo.

1. **Garmisch**

L'andamento non positivo del periodo di Natale non ha però condizionato il risultato complessivo delle festività, grazie ad un Capodanno estremamente positivo e ad un allungamento dei soggiorni sino al 9 gennaio. La stabilità dei prezzi ha garantito altresì un aumento del fatturato del 4,1%. Alta la quota di turisti interni, che rappresentano il 79% del totale degli ospiti. Tra i clienti stranieri, gli arrivi più consistenti si segnalano dagli USA, dalla Gran Bretagna e dalla Russia, seguiti da ospiti svizzeri, italiani, francesi e turchi. Tra le richieste degli ospiti, si segnala l'esigenza di un ulteriore hotel 5 stelle e di maggiori servizi per il benessere fisico.

Sta inoltre emergendo un nuovo frequentatore di queste località: a fianco delle famiglie con bambini, delle giovani coppie e delle tribù giovanili, si va delineando un nuovo profilo di cliente. Si tratta di coppie 45/55 anni, che viaggiano in maniera autonoma, senza figli, con una buona disponibilità economica ed una particolare attenzione al life style delle località che frequentano ed alla possibilità di trascorrere, in questi luoghi, momenti di relax attivo.

Questi alcuni dei dati più significativi:

NAZIONE	LOCALITÀ	ANDAMENTO FATTURATO
Italia	Cortina d'Ampezzo	+ 2,8%
	Madonna di Campiglio	- 4%
	Courmayeur	+ 3,9%
Svizzera	St. Moritz	- 6%
	Davos	+8%
Francia	Chamonix	=
	Val d'Isere	- 3%
Austria	Kitzbuhel	+ 3,2%
	Solden	+ 5,5%
Germania	Garmisch	+ 4,1%

NAZIONE	LOCALITÀ	INTERNAZIONALIZZAZIONE*
Italia	Cortina d'Ampezzo	16%
	Madonna di Campiglio	22%
	Courmayeur	32%
Svizzera	St. Moritz	61%
	Davos	45%
Francia	Chamonix	43%
	Val d'Isere	56%
Austria	Kitzbuhel	66%
	Solden	68%
Germania	Garmisch	21%

* si tratta della quota di presenze straniere sul totale delle presenze registrate nel periodo

LOCALITÀ	PRIMI 3 PAESI ESTERI DI PROVENIENZA
Cortina d'Ampezzo	1. Germania 2. Gran Bretagna 3. Russia
Madonna di Campiglio	1. Russia 2. Paesi dell'Est 3. Gran Bretagna
Courmayeur	1. Russia 2. Gran Bretagna 3. Francia
St. Moritz	1. Germania 2. Russia 3. Gran Bretagna
Davos	1. Germania 2. Gran Bretagna 3. Paesi Bassi
Chamonix	1. Gran Bretagna 2. Russia 3. Scandinavia
Val d'Isere	1. Russia 2. Belgio 3. Gran Bretagna
Kitzbuehl	1. Germania 2. Russia 3. Paesi dell'Est
Solden	1. Germania 2. Russia 3. Polonia
Garmisch	1. USA 2. Gran Bretagna 3. Russia

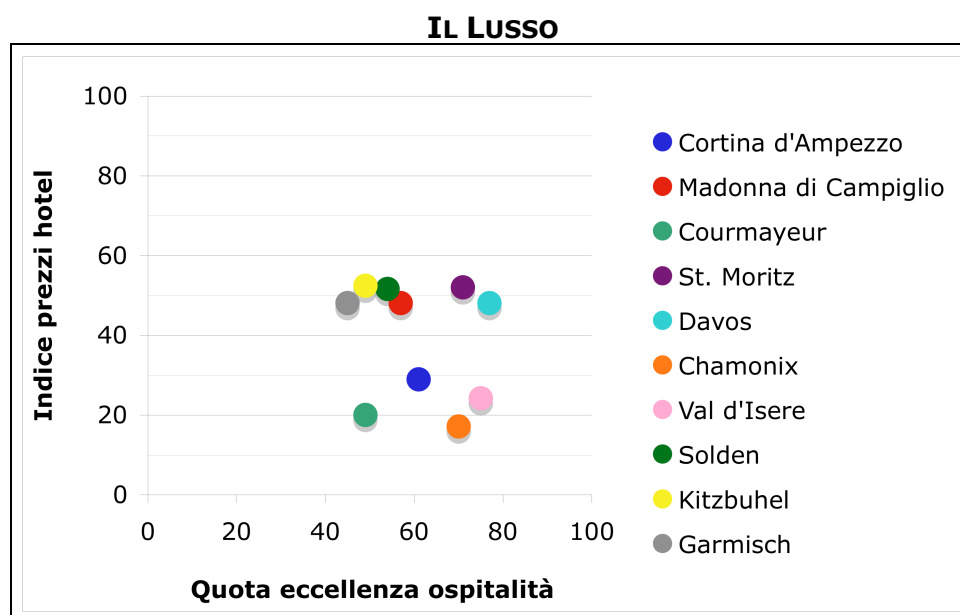
IL POSIZIONAMENTO DELLE LOCALITÀ

Considerando che si tratta delle “Best European Ski Destination”, quindi delle destinazioni più importanti ed esclusive del panorama sciistico europeo, Skipass Panorama Turismo ha inteso strutturare due “mappe di posizionamento”, all’interno delle quali andare a collocare le destinazioni, in base a due livelli di parametri:

1. **il lusso**
2. **i servizi**

Nel primo caso - *il lusso* - si tratta di una mappa di posizionamento che prende in esame due fattori primari che generano il livello luxury delle destinazione: la quota di alberghi 5 e 4 stelle sul totale delle strutture ed il prezzo per soggiornare in questi alberghi.

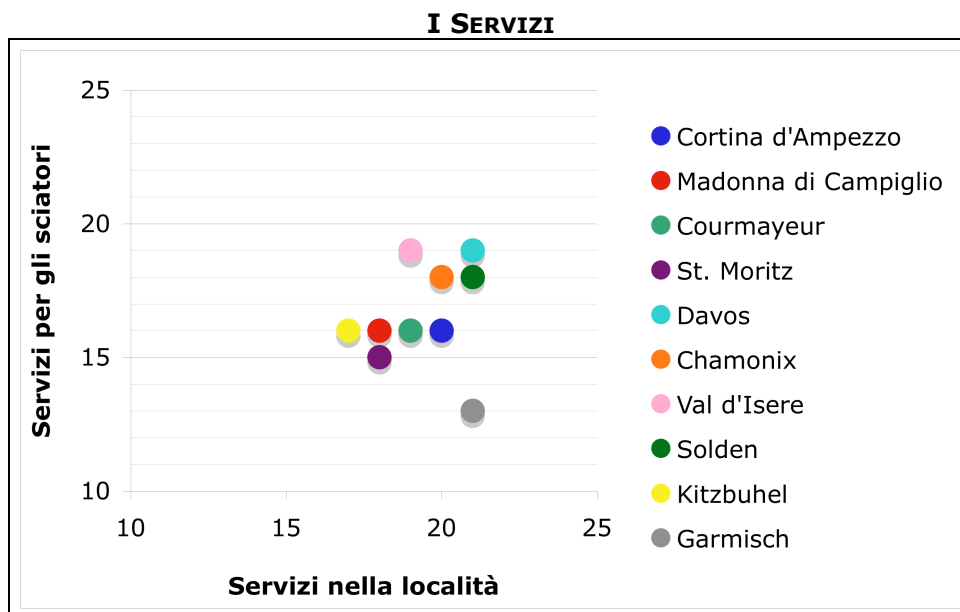
Nel secondo caso - *i servizi* - si tratta di una mappa di posizionamento che prende in esame due fattori primari che generano l’interesse del mercato nei confronti della destinazione: la quantità/qualità dei servizi per gli sciatori e la quantità/qualità dei servizi nella località.



Come si può notare, le località che meglio si posizionano nella mappa¹ del **lusso** sono le due destinazioni svizzere: **St. Moritz e Davos**,

¹ Sull'ascissa è riportata la valutazione relativa alla quota percentuale degli **alberghi classificati 5 e 4 stelle**, calcolata sul totale delle strutture ricettive alberghiere. In questo caso il punteggio massimo è di 100 pt., che si basa appunto sulla quota in % di hotel di categoria superiori presenti nella località, intendendo come tale solo il Comune di riferimento e non il territorio limitrofo, anche se collocato nello stesso comprensorio. Sull'ordinata è riportata un indice che è stato calcolato sulla base dei **prezzi** delle strutture ricettive classificate 5 e 4 stelle. Tale indice, riportato ad un massimale di 100 pt. - intendendo come tale la media dei prezzi massimi in tutti gli hotel 5 stelle delle destinazioni analizzate - si basa sulla tariffa media ponderata per un pernottamento nelle strutture ricettive indicate.

che ottengono i punteggi più alti rispetto alle altre località sottoposte a monitoraggio.



Come si può notare, la località che meglio si posiziona in questa mappatura² dell'**eccellenza qualitativa** è **Davos**, che raccoglie 21 punti nella valutazione dei servizi nella località e 19 punti in quella dei servizi agli sciatori. Molto vicino si colloca Solden, rispettivamente con 21 e 18 punti. Buona anche la collocazione di Chamonix, che totalizza 20 e 18 punti, e Val d'Isere, con un punteggio di 19 punti sia per i servizi nella località come pure per i servizi agli sciatori.

² Sull'ascissa è riportata la valutazione relativa ai **servizi nella località**. In questo caso il punteggio massimo è di 25 pt., che si basa sul calcolo valoriale variabile assegnato a 28 parametri di analisi, tra i quali: n° di strutture ricettive ed extra ricettive, n° di bar, n° di ristoranti, n° night club, n° di cinema, n° di piscine pubbliche coperte, n° di bowling center, n° di centri benessere, n° di piste da pattinaggio indoor e outdoor, n° di campi tennis al coperto, n° di centri sportivi, n° di squash center, n° centri per curling, n° di centri per slitta con cani, n° centri ippici, n° musei, n° librerie, servizi per bambini, etc. Sull'ordinata è riportata la valutazione relativa ai **servizi per gli sciatori**. In questo caso il punteggio massimo è di 25 pt., che si basa sul calcolo valoriale variabile assegnato a 18 parametri di analisi, tra i quali: n° di piste di sci alpino, n° di piste da fondo, n° di piste da snowboard, differenziazione tra livelli di difficoltà, piste illuminate in notturna, n° di snow park e servizi offerti, lunghezza delle piste, numero degli impianti di risalita, capacità massima di risalita/ora, apertura/chiusura degli impianti, n° scuole di sci, n° maestri di sci, n° ristoranti e servizi lungo le piste, etc.

Metodo d'indagine

La Ricerca è stata condotta da JFC srl per conto di Skipass Panorama Turismo – Osservatorio Italiano del Turismo Montano – nel periodo 10/27 gennaio 2011. E' stato utilizzato un panel di operatori e referenti di JFC, che si occupa della sua stratificazione, controllo ed aggiornamento periodico. Si tratta di un panel costruito basandosi su database ufficiali, verificati successivamente in maniera diretta.

Questo il panel utilizzato per questa Ricerca:

- Interviste on line CAWI (Computer Assisted Web Interviews) precedute da una fase di pre-testing:
 - 192 operatori del ricettivo alberghiero ed extralberghiero localizzate nelle 7 località estere
 - 141 operatori del ricettivo alberghiero ed extralberghiero localizzate nelle 3 destinazioni italiane
 - 17 scuole di sci che operano nelle 7 località estere
 - 8 scuole di sci che operano nelle 3 destinazioni italiane
- interviste telefoniche CATI (Computer Assisted Telephone Interviews) precedute da una fase di pre-testing:
 - focus su 78 alberghi del ricettivo alberghiero ed extralberghiero localizzate nelle 7 località estere
 - focus su 42 alberghi del ricettivo alberghiero ed extralberghiero localizzate nelle 3 destinazioni italiane
 - focus su 7 scuole di sci che operano nelle 7 località estere
 - focus su 3 scuole di sci che operano nelle 3 destinazioni italiane
 - focus su 12 maestri di sci operanti nelle 7 destinazioni straniere
 - focus su 8 maestri di sci operanti nelle 3 località italiane
 - referenti di uffici IAT ed Enti pubblici di promozione delle 7 destinazioni estere
 - referenti di uffici IAT ed Enti pubblici di promozione delle 3 località italiane
 - 4 esperti internazionali che si occupano di turismo montano
 - 8 influential del turismo montano, referenti multidisciplinari quali giornalisti, esperti, referenti di associazioni e categorie operanti nel settore, antropologi, facilitatori, etc.
- interviste PAPI (Paper Assisted Personal Interview):
 - 147 clienti presenti sulle 7 località straniere nel periodo 27 dicembre 2010/10 gennaio 2011
 - 72 clienti presenti sulle 3 località italiane nel periodo 27 dicembre 2010/10 gennaio 2011
- ricognizione ed analisi documentale:
 - siti web delle località, analisi dei portali delle strutture ricettive nelle 10 destinazioni europee
 - annuari e documentazione AA.VV