

## OSSERVATORIO TURISTICO DELLA MONTAGNA

### ***“Stagione invernale 2014-2015 ... austerità sulla neve”***

Prudenza e incertezza aleggiano sull’andamento della stagione invernale in quota. Dopo il ponte dell’Immacolata, che sancisce l’apertura della stagione sciistica, in prossimità delle festività natalizie gli operatori della neve faticano ad essere ottimisti – Preoccupati per la mancanza di neve così come per il crollo del movimento turistico russo, che in molte località rappresentava il primo mercato estero, gli oltre 800 operatori del Panel interpellati si attendono quanto meno un buon andamento delle festività di fine anno, soprattutto dopo Natale e fino all’Epifania – Preoccupazione per il periodo delle settimane bianche, su cui pesa sempre di più il calo del mercato nazionale con l’aggiunta del crollo del rublo. Complessivamente meno russi, meno italiani, leggeri aumenti di clienti tedeschi, “ritocchi” dei prezzi degli skipass (tra +3 e +4%) e delle tariffe alberghiere – Spesa media pro-capite sui 150 euro al giorno tutto compreso.

L’avvio della stagione invernale 2014-2015 è condizionato oltre che dalla crisi economica, ormai al suo ottavo anno, anche dalle scarse precipitazioni nevose e dalle elevate temperature che stanno complicando la vita di molte stazioni sciistiche.

In assenza del *sentiment* positivo generato dalla coltre bianca, gli oltre 800 operatori interpellati dall’Osservatorio Turistico della Montagna evidenziano le loro perplessità nonostante, per uno “zoccolo duro” di italiani, la montagna rappresenti sempre un’inversione rituale: dal futuro grigio alle festività in bianco, dal basso delle pianure nebbiose al candore delle cime, dallo stress della città al benessere garantito dalle atmosfere incantate della montagna.

Non ci sono dubbi tra gli analisti dell’Osservatorio sul fatto che, comunque, protagonisti di questa stagione invernale siano le località italiane. Dai sopralluoghi e dalle interviste emerge un generale miglioramento delle infrastrutture, un’accresciuta caratterizzazione degli arredi urbani, maggiori servizi e comfort complessivi in grado di rafforzare l’appeal e la tipicità della montagna.

Il Panel degli operatori sostiene in larga parte che la stagione appena iniziata vedrà sostanzialmente confermate alcune macro-tendenze che percorrono il settore turistico nazionale:

- flessione della domanda soprattutto nel periodo di media e bassa stagione;
- crescita dei flussi internazionali, in particolare da Germania e Be.Ne.Lux;
- conferma dell’appeal dell’offerta turistica altoatesina e valdostana;
- resistenza delle “vecchie signore” del turismo montano nazionale come Cortina d’Ampezzo, Courmayeur, Cervinia, Corvara e Madonna di Campiglio, grazie alla clientela straniera e agli italiani abbienti over ‘50 che optano per la gamma di servizi e comfort dai prezzi *upscale* e *luxury*;

- consolidamento delle offerte di benessere termale e non, quasi un must per la clientela esperta di vacanze in quota.

Per quanto riguarda le località appenniniche dell'Emilia Romagna (Corno alle Scale e Cimone) e dell'Abruzzo (Alto Sangro), principali poli sciistici dell'Italia Centrale, al momento senza neve, non hanno dubbi sulla competitività della propria offerta, in termini di prezzi alberghieri e di skipass. Dalle interviste e dall'impegno delle p.a. locali, si evincono più attenzione e dinamismo promo-commerciale.

Investigando "in diretta" su **richieste, atteggiamenti e stili di consumo dei turisti**, gli operatori del Panel dell'Osservatorio della Montagna sottolineano che:

- **gli italiani continuano a concentrarsi nel periodo di altissima stagione** (Natale/Capodanno/Epifania e febbraio/Carnevale);
- la minaccia più evidente è quella della **contrazione dei soggiorni** seguita dall'accentuazione dell'**attenzione al prezzo**. Complici il web e le Online Travel Agency, la domanda esplora e commenta (nel bene e nel male) ogni aumento e ogni difetto;
- **più prenotazioni saccheggiate dalle commissioni** di Booking, Expedia, etc.. Nonostante decenni di familiarità con gli albergatori, gli alberghi e le località, sempre più italiani utilizzano il web e le OTA (Online Travel Agencies) per informarsi e prenotare;
- **spirito e clima natalizio, affetti familiari, bambini ovunque** ... non bastano per una temporanea rinuncia al **wi-fi**. Anche gli hotel di montagna, luoghi chiaramente leisure, non possono fare a meno del wireless (che gli italiani pretendono sia gratis);
- **aumento delle prenotazioni sotto data**. La disponibilità di alloggi online cresce sottraendo valore all'ospitalità speciale della montagna. Pochi operatori si rendono conto della perdita di valore del contatto *online* rispetto al classico rapporto vocale con gli ospiti prospect. Le prenotazioni digitali, le e-mail, gli sms, sono incoerenti con i valori, le tradizioni e le atmosfere della montagna che è fatta di ospitalità familiare e artigianale. La clientela fedele, leale e repeater, dunque la migliore, non è affatto quella intermediata da internet ... o se lo, è lo è malvolentieri;
- gli albergatori interpellati dicono che oltre il **40% delle prenotazioni arriva ormai nei 2-3 giorni antecedenti l'arrivo e il soggiorno**. La componente meteo è uno dei fattori micidiali che stanno alla base del progressivo spostamento delle prenotazioni sotto data. Quello che viene chiamato last minute è spesso il frutto di operazioni e comunicazioni sbagliate che inducono all'accorciamento dei soggiorni, alla ricerca di prezzi "stracciati", al risparmio indotto dalla strabordante quantità di offerte online;
- **prosegue il boom delle nuove discipline anche "estreme"**, dei fuori pista "a rischio", dei percorsi "skipass free" soprattutto tra le nuove generazioni (*millennials*).

Per la stagione invernale 2014-2015 gli operatori del ricettivo, le agenzie di affittanza ed anche 6 gestori di impianti su 10, si attendono una contrazione del "giro d'affari", con i ricavi complessivi del settore ancora al di sotto dei 10 miliardi di euro, nonostante gli aumenti delle spese per skipass, scuole sci, noleggio attrezzature e prezzi crescenti dei pubblici esercizi.









Le interviste confermano che le tariffe alberghiere sono in salita del 4-5% circa e che gli operatori prevedono una flessione della domanda di 4-5 punti percentuali. In salita degli abituali 2-3 punti percentuali anche i prezzi degli skipass, sia giornalieri che settimanali.

In termini di marketing, si prevede che resti stabile il numero dei praticanti dello sci, attorno ai 2 milioni in Italia; così come ristagnano i numeri degli snowboarder e dei praticanti di sci di fondo. Crescono invece esponenzialmente gli appassionati di pratiche *free*, sia *slow* che *extreme*.

Il sondaggio dell'Osservatorio della Montagna evidenzia non solo il consolidamento di alcune tendenze già in atto, ma anche l'emergere di nuove:

- il **49%** prevede una **diminuzione** del movimento turistico nazionale. Si tratta del peggior dato previsionale degli ultimi cinque anni. Sulla visione di questi operatori pesa evidentemente la crisi economica giunta ormai all'ottavo anno. Per questo cluster di intervistati Valle d'Aosta, Lombardia e Veneto sarebbero i comprensori più penalizzati dal calo dei turisti italiani;
- il **25%** prevede invece una **diminuzione** del movimento complessivo (italiani e stranieri) nella stessa percentuale dello scorso anno, a valere per tutte le regioni e tutte le quote;
- **3 operatori su 10** si attendono un **aumento dei flussi turistici internazionali**. L'effetto "arrivi dall'estero" dovrebbe influenzare tutto l'arco alpino. Il segno più dovrebbe interessare le quote più alte della Valle d'Aosta, della Lombardia e dell'Alto Adige;
- **Germania, Be.Ne.Lux e Regno Unito** (la novità) sono i principali mercati internazionali attesi, mentre il mercato russo risulta in palese caduta a causa delle sanzioni, della svalutazione del rublo e della crisi interna;
- **6 operatori su 10** prevedono una **performance (ricavi) in linea** con la passata stagione, anche con meno clienti alloggiati;
- la maggior parte degli operatori ex ante l'apertura dei propri esercizi è
  - ottimista per le Festività di Capodanno (prezzi in salita anche a due cifre),
  - non ritiene positivo il periodo 24-28 dicembre (Natale),
  - è in ansia ovvero preoccupato per le settimane bianche di gennaio e febbraio che secondo la metà circa dei rispondenti dovrebbero perdere tra il 5 e l'8% di domanda turistica.

**CHI SALE E CHI SCENDE NEL MERCATO DELLE VACANZE IN MONTAGNA**

<b>VALLE D'AOSTA</b>	 <p>Tra +1% e -1%</p>
<b>PIEMONTE</b>	 <p>Tra -1% e -5%</p>
<b>LOMBARDIA</b>	 <p>Tra +1% e -1%</p>
<b>TRENTINO</b>	 <p>Tra +1% e -1%</p>
<b>ALTO ADIGE</b>	 <p>Tra +1% e -1%</p>
<b>VENETO</b>	 <p>Tra +1% e -1%</p>
<b>FRIULI VENEZIA GIULIA</b>	 <p>Tra -1% e -5%</p>
<b>MONTAGNA APPENNINICA</b>	 <p>Tra -1% e -5%</p>

**Per informazioni: Ufficio Stampa di Trademark Italia**  
0541 56111 - 335 6139208 – 335 6520086  
[press@trademarkitalia.com](mailto:press@trademarkitalia.com)