

## **OSSERVATORIO TURISTICO DELLA MONTAGNA**

### **“FLASH STAGIONE INVERNALE 2005-2006”**

#### **LO SCENARIO GENERALE**

- Previsioni moderatamente positive per la montagna italiana. Più difficili gli sviluppi nei periodi di bassa stagione. Discreto *asset* di inizio stagione grazie al ponte S. Ambrogio (l'8 dicembre cade di giovedì regalando alla montagna un ponte di 4 giorni) e all'effetto promozionale delle Olimpiadi invernali di Torino 2006.
- La stagione 2005-2006 sarà ricordata anche per gli ingenti investimenti effettuati su tutto l'arco alpino, località olimpiche a parte. Per potenziare l'offerta di impianti sulle Dolomiti, in previsione della stagione invernale, sono stati spesi circa 500 milioni di euro.
- Fondamentale come sempre la componente meteorologica: l'arrivo della neve a fine novembre ha prodotto la spinta psicologica necessaria per un andamento positivo della montagna, almeno nella prima parte di stagione.
- Le buone performance degli ultimi anni creano una preoccupante disattenzione da parte degli operatori sul fronte dei prezzi: le tariffe alberghiere crescono in media del 3-4% su tutto l'arco alpino (anche se con punte più contenute rispetto all'anno passato), mentre gli skipass fanno registrare aumenti compresi tra il 2,5 e il 3,4%. Continua dunque la tendenza al rialzo sia dei prezzi delle strutture alberghiere che degli skipass.
- La montagna si conferma prodotto turistico maturo. In contrazione gli sciatori, che però si consolidano: gli appassionati di sci (lo “zoccolo duro” di persone che continuano a frequentare la montagna pur “invecchiando” e sciando di meno) sono gli sportivi che spendono di più per abbigliamento e attrezzatura sportiva. Secondo una recente ricerca Nielsen, commissionata da Assosport

## OSSERVATORIO TURISTICO DELLA MONTAGNA

(Associazione nazionale produttori articoli sportivi), lo sciatore è lo sportivo che spende più di qualunque altro per abbigliamento e attrezzatura: in media 249 euro pro capite all'anno. Segue lo snowboarder che spende annualmente 248 euro pro-capite. Il fatturato complessivo (sci + snowboard) per le aziende produttrici è di 575 milioni di euro, mentre il giro d'affari globale del prodotto montagna si attesta sui 12,3 miliardi di euro.

- 1 persona su 3, tra coloro che frequentano la montagna, non scia. In località famose e di tendenza come Courmayeur, Madonna di Campiglio e Cortina sono addirittura 2 su 3 le persone che non sciano.

Dal 1997 ad oggi il numero dei praticanti di sci è diminuito di oltre 30 punti percentuali, assestandosi sui 2 milioni di praticanti.

NUMERO PRATICANTI	da	a	Var. %
1997-1998	3.000.000	2.800.000	-6,7%
1998-1999	2.800.000	2.500.000	-10,7%
1999-2000	2.500.000	2.300.000	-8,0%
2000-2001	2.300.000	2.100.000	-8,7%
2001-2002	2.100.000	1.800.000	-14,3%
2002-2003	1.800.000	1.900.000	5,6%
2003-2004	1.900.000	1.950.000	2,6%
2004-2005	1.950.000	2.050.000	5,1%
2005-2006	2.050.000	2.075.000	1,2%
<b>VARIAZIONE TOTALE (1997-2006)</b>		<b>-925.000</b>	<b>-30,8%</b>

- In diminuzione anche i praticanti di snowboard che oggi in Italia sono un numero variabile tra i 150 e i 180mila, un dato che fa luce su una disciplina che, a metà anni '90, aveva avvicinato alla montagna le fasce più giovani della popolazione. La diminuzione dei *riders* (così in gergo si chiamano gli amanti dello snowboard) indicherebbe che la montagna sta perdendo appeal tra i più giovani, che appaiono ora alla ricerca di relax, leisure (non fatiche fisiche) e benessere.
- Il calo di appeal delle "settimane bianche" è confermato anche da un'indagine sull'inverno 2005 di Federalberghi, secondo la quale lo scorso anno sono stati 2,6 milioni i turisti che hanno fatto una

settimana di vacanza sulla neve, il 5,4% del totale. Nel 2004 erano stati il 6,1%. Tra le mete più popolari si conferma leader il Trentino Alto Adige, con il 45% della domanda, seguito dalla Valle d'Aosta con il 13% e dal Piemonte con il 9%.

- La montagna sta cambiando l'offerta, cerca di ampliare l'offerta di servizi (centri benessere e fitness, cinema, teatri, manifestazioni, etc.), soprattutto ora che è l'ospitalità a fare la differenza e non le piste. Per riaccendere i successi della montagna si deve aggiungere nuova accoglienza e passare ad un'ospitalità meno formale e meno condizionata da vincoli e regole.

Le località alpine devono cominciare ad offrire qualcosa di più, per certi versi la montagna deve "urbanizzarsi" se vuole vincere la concorrenza dei competitor invernali, conquistare i bambini, gli sciatori del futuro. Solo così si potrà dare un futuro roseo di lungo termine alla montagna, portando nelle località alpine nuovi praticanti. La questione dominante nell'inverno 2005/2006 sembra essere l'ospitalità, l'appeal dell'alloggio e il comfort di alberghi e ristoranti.

## L'ANDAMENTO DELLE LOCALITÀ ITALIANE\*

**VALLE D'AOSTA:** stagione in linea con lo scorso anno a Valtournenche e Cogne; indicazioni più ottimistiche per Cervinia e Courmayeur.

A Cervinia gli operatori del panel dichiarano, con soddisfazione, il "tutto esaurito" per il ponte dell'8 dicembre e tassi di occupazione vicini al 90% per la settimana di Natale e quella di Capodanno.

Ottime performance a Courmayeur, sia per l'avvio della stagione che per il periodo delle festività.

---

\* Il monitoraggio per destinazioni è stato realizzato attraverso una serie di interviste telefoniche, dirette e personali. Nel periodo 10 novembre-2 dicembre sono stati interpellati 143 operatori turistici pubblici e privati, campione rappresentativo e qualificato delle principali destinazioni sciistiche alpine; in appoggio sono state contattate anche 78 piccole e medie agenzie di affittanze turistiche e intervistati in profondità alcuni dei principali tour operator specializzati sul mercato della neve.

Ancora premature le previsioni per le settimane bianche di gennaio e febbraio, vista la dilagante tendenza a prenotare sotto data. In entrambe le località, stabile la quota di turisti stranieri: inglesi soprattutto, in crescita i belgi.

**PIEMONTE:** stagione “particolare” quella che attende gli albergatori delle principali località piemontesi visto che qui a febbraio (dal 10 al 26) si svolgeranno le Olimpiadi Invernali. Il quadro previsionale si presenta complesso: a Sestriere, Bardonecchia e Sauze d’Oulx numerose strutture sono già state prenotate per tutto il mese di febbraio (e pagate anche vuoto per pieno) da squadre, delegazioni, giornalisti, media, organizzatori, sponsor e addetti ai lavori di vario genere, etc.. Si tratta di un evento che avrà una ricaduta economica notevole sulle località sciistiche piemontesi, ma che rischia di tenere lontani i normali turisti delle “settimane bianche”.

Per quanto riguarda invece il resto della stagione andamento in linea con lo scorso anno, con prevalenza di clientela italiana soprattutto per le festività di fine anno.

**LOMBARDIA:** stagione all’insegna della continuità per le località lombarde. A Livigno la maggior parte delle strutture ricettive sono già complete per i periodi cruciali della stagione, in particolare per il ponte dell’8 dicembre e per le settimane di Natale e Capodanno.

Stagione più altalenante ad Aprica, dove al discreto andamento delle festività di fine anno, fanno seguito le incertezze legate alle settimane bianche di gennaio e febbraio, condizionate da un forte numero di richieste (ancora da confermare) provenienti dall’Inghilterra e dalla Germania.

A Bormio gli albergatori lamentano un calo delle prenotazioni per i periodi centrali della stagione, mentre i turisti stranieri (in particolare tedeschi) continuano a chiedere opzioni per i periodi successivi alle festività, facendo registrare un andamento complessivo in linea con quello dello scorso anno.

**TRENTINO:** si prospetta un’altra stagione positiva per le località trentine. Gli operatori del Trentino sono infatti ottimisti e, nonostante la crisi dei consumi latente e la “maturità” della montagna, prevedono

performance eccellenti, come lo scorso anno. Sono soprattutto coloro che hanno investito nelle strutture, migliorando comfort e servizi, ad aspettarsi una stagione positiva.

Nelle principali località del Trentino la stagione parte con i migliori auspici grazie al previsto buon andamento del ponte dell'Immacolata e alle positive indicazioni (tassi d'occupazione vicini al 90-95%) per le festività di Natale, Capodanno ed Epifania.

Per il periodo delle settimane bianche sarà invece determinante la componente meteo: l'arrivo copioso della neve potrebbe dare vigore alle richieste (attualmente piuttosto ferme). In questo contesto piuttosto roseo, non mancano però alcuni segnali negativi provenienti soprattutto dalle località "minori" dove la crisi si sta avvertendo e, stranamente, le richieste per Natale e Capodanno procedono molto a rilento. La clientela, sulle Dolomiti trentine, si conferma la solita degli anni scorsi: italiani su tutti (specie durante le festività), poi russi, polacchi, tedeschi e inglesi.

**ALTO ADIGE:** stagione in linea con lo scorso anno per le principali località altoatesine. Per il ponte dell'8 dicembre prevale la clientela italiana che garantisce performance vicine al "tutto esaurito", stesso discorso per le festività di Natale e Capodanno. Positive anche le previsioni per gennaio e febbraio, grazie soprattutto alla clientela tedesca, inglese e a diverse richieste provenienti dall'Est Europa. Da registrare qualche incertezza per le strutture a 2 e 3 stelle che lamentano un lieve calo di richieste rispetto alla stagione precedente. Nel complesso però la maggioranza degli operatori interpellati prevede un'andamento in linea, se non migliore in termini di fatturato (visto anche il continuo aumento dei prezzi), con lo scorso anno.

**VENETO:** dalle prime rilevazioni emerge un calo delle richieste per le località venete. A fronte della tenuta di Cortina, dove si registrano comunque le incertezze delle strutture ricettive a 2 e 3 stelle, nelle altre località le previsioni non sono rosee: se infatti le settimane di Natale e Capodanno dovrebbero far registrare il canonico "tutto esaurito", le richieste per i mesi di gennaio e febbraio non stanno dando buoni risultati.

Per quanto riguarda la composizione della clientela, oltre il 30% proviene ormai dall'estero, in particolare dai paesi dell'est, dalla Germania e dal Belgio.

**FRIULI VENEZIA GIULIA:** sorridono solo gli operatori di Piancavallo, che prevedono una stagione in netta crescita rispetto allo scorso anno, con la novità di un'interessante quota di richieste provenienti dall'Inghilterra. Ottime performance dunque per le festività di Natale e Capodanno e un velato ottimismo per i mesi di gennaio e febbraio. Sulla stessa linea invece Tarvisio, Ravascletto e Sella Nevea, dove gli operatori interpellati si attendono una stagione difficile, con performance discrete per il periodo delle festività ma poco rosee previsioni per gennaio e febbraio.

L'indagine periodica dell'**Osservatorio della Montagna** è comprensiva del "barometro" dettagliato dell'andamento nei vari comprensori turistici dell'arco alpino (in allegato).

## I PREZZI

Si conferma purtroppo una trasversale disattenzione nei confronti dei prezzi che fanno registrare ulteriori aumenti.

L'analisi delle tariffe di alberghi e skipass in bassa e in alta stagione viene effettuata su un campione, significativo e consolidato nel corso degli ultimi 12 anni, di 19 località sciistiche italiane e 9 località sciistiche estere:

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

**I PREZZI ALBERGHIERI 2005/2006  
NELLE PRINCIPALI LOCALITA' ALPINE ITALIANE**

(prezzi medi a persona in alberghi a 3 stelle, al giorno, in mezza pensione,  
con sistemazione in camera doppia)

LOCALITA'	Bassa Stag. 2004/2005	Bassa Stag. 2005/2006	Variazione %	Alta Stag. 2004/2005	Alta Stag. 2005/2006	Variazione %
<b>VALLE D'AOSTA</b>						
Courmayeur	68,00	70,50	3,7%	85,00	88,00	3,5%
Cervinia	67,00	70,00	4,5%	82,00	85,00	3,7%
<b>PIEMONTE</b>						
Sestriere	64,00	68,00	6,3%	79,00	87,00	10,1%
Limone Piemonte	54,00	57,00	5,6%	59,00	62,00	5,1%
<b>LOMBARDIA</b>						
Livigno	57,00	57,00	0,0%	70,00	72,00	2,9%
Bormio	54,00	54,50	0,9%	67,00	68,00	1,5%
Aprica	47,00	47,50	1,1%	57,00	59,00	3,5%
<b>TRENTINO</b>						
Madonna di Campiglio	73,00	76,00	4,1%	91,00	93,00	2,2%
Folgarida-Val di Sole	52,00	53,00	1,9%	66,00	67,00	1,5%
Canazei	68,00	71,00	4,4%	80,00	85,00	6,3%
S. Martino di Castrozza	60,00	63,00	5,0%	71,00	75,00	5,6%
<b>ALTO ADIGE</b>						
Selva Val Gardena	82,00	85,00	3,7%	103,00	106,00	2,9%
Corvara	90,00	92,00	2,2%	108,00	111,00	2,8%
Brunico-Plan de Corones	61,00	64,00	4,9%	71,00	75,00	5,6%
<b>VENETO</b>						
Cortina d'Ampezzo	85,00	87,00	2,4%	105,00	106,00	1,0%
Alleghe-Civetta	56,00	57,00	1,8%	68,00	70,00	2,9%
Asiago	48,00	49,00	2,1%	63,00	65,00	3,2%
<b>FRIULI</b>						
Piancavallo	54,00	54,00	0,0%	60,00	61,00	1,7%
Tarvisio	52,00	53,00	1,9%	58,50	60,00	2,6%
<b>TOTALE ITALIA</b>	<b>62,74</b>	<b>64,66</b>	<b>3,1%</b>	<b>75,97</b>	<b>78,68</b>	<b>3,6%</b>

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

**I PREZZI ALBERGHIERI 2005/2006  
NELLE PRINCIPALI LOCALITA' ALPINE ESTERE**

(prezzi medi a persona in alberghi a 3 stelle, al giorno, in mezza pensione, con sistemazione in camera doppia)

LOCALITA'	Bassa Stag. 2004/2005	Bassa Stag. 2005/2006	Variazione %	Alta Stag. 2004/2005	Alta Stag. 2005/2006	Variazione %
<b>FRANCIA</b>						
Chamonix	88,00	90,00	2,3%	106,00	108,00	1,9%
Megeve	85,00	87,00	2,4%	102,00	106,00	3,9%
Les Deux Alpes	79,00	81,00	2,5%	89,00	92,00	3,4%
<b>SVIZZERA</b>						
Zermatt	96,00	97,00	1,0%	126,00	128,00	1,6%
Crans Montana	79,00	81,00	2,5%	102,00	103,00	1,0%
St. Moritz	123,00	124,00	0,8%	156,00	157,00	0,6%
<b>AUSTRIA</b>						
Seefeld	72,50	75,00	3,4%	91,50	94,50	3,3%
St. Anton	85,00	87,50	2,9%	99,00	100,50	1,5%
Kitzbuhel	71,00	73,00	2,8%	85,00	89,50	5,3%
<b>TOTALE ESTERO</b>	<b>86,50</b>	<b>88,39</b>	<b>2,2%</b>	<b>106,28</b>	<b>108,72</b>	<b>2,3%</b>

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

La continua crescita dei prezzi degli skipass di questi ultimi anni ha portato il costo giornaliero e settimanale delle tessere sciistiche a cifre elevatissime: sciare oggi in Italia (nelle principali località alpine) costa mediamente tra i 30 e i 32 euro a persona al giorno, e tra i 137 e i 159 euro a settimana).

Da segnalare in particolare che

- a Bormio il prezzo dello skipass giornaliero è diminuito (-1,6% in alta stagione, -3,4% in bassa stagione);
- lo skipass d'area "Alta Valtellina" fa registrare un aumento del 14,4% in bassa stagione e del 14,8% in alta stagione;
- a Limone Piemonte dove lo skipass giornaliero cresce del 15,4% (da 26 a 30 euro sia in bassa che in alta stagione);
- a Courmayeur il prezzo della tessera giornaliera è aumentato di oltre 10 punti percentuali, in alta e in bassa stagione.



**PREZZI SKIPASS GIORNALIERI  
NELLE PRINCIPALI LOCALITA' ALPINE ITALIANE**

Località	Prezzi 04/05 b.s.	Prezzi 05/06 b.s.	Var.% bassa 06 su 05	Prezzi 04/05 a.s.	Prezzi 05/06 a.s.	Var.% alta 06 su 05
<b>COURMAYEUR</b>	32,00	35,50	10,9%	34,00	37,50	10,3%
<b>CERVINIA</b>	32,00	32,00	0,0%	32,00	32,00	0,0%
<b>SESTRIERE</b>	28,00	28,00	0,0%	28,00	28,00	0,0%
<b>LIMONE PIEMONTE</b>	26,00	30,00	15,4%	26,00	30,00	15,4%
<b>LIVIGNO</b>	29,00	30,00	3,4%	32,00	33,00	3,1%
<b>BORMIO</b>	29,00	28,00	-3,4%	32,00	31,50	-1,6%
<b>TONALE-PONTE DI LEGNO</b>	29,00	30,00	3,4%	29,00	30,00	3,4%
<b>MADONNA DI CAMPIGLIO</b>	31,00	32,00	3,2%	34,00	35,00	2,9%
<b>S. MARTINO DI CASTROZZA</b>	27,00	27,00	0,0%	30,00	30,00	0,0%
<b>SELVA VAL GARDENA</b>	31,00	31,00	0,0%	35,00	35,00	0,0%
<b>CORVARA</b>	30,00	30,00	0,0%	34,00	34,00	0,0%
<b>CORTINA D'AMPEZZO</b>	31,00	31,00	0,0%	35,00	35,00	0,0%
<b>TARVISIO</b>	26,00	26,00	0,0%	26,00	26,00	0,0%
<b>PREZZO MEDIO ITALIA</b>	<b>29,31</b>	<b>30,04</b>	<b>2,5%</b>	<b>31,31</b>	<b>32,08</b>	<b>2,5%</b>

Elaborazioni Trademark Italia su dati Società di gestione impianti di risalita

**PREZZI SKIPASS PLURIGIORNALIERI DEI MAGGIORI  
COMPENSORI SCIISTICI ALPINI ITALIANI  
(per abbonamenti di 6 giorni)**

COMPENSORI SCIISTICI	Prezzi 04/05 b.s.	Prezzi 05/06 b.s.	Var.% bassa 06 su 05	Prezzi 04/05 a.s.	Prezzi 05/06 a.s.	Var.% alta 06 su 05
<b>VALLE D'AOSTA</b>	146,00	149,00	2,1%	182,00	186,00	2,2%
<b>MONTEROSA SKI</b>	136,00	140,00	2,9%	170,00	174,00	2,4%
<b>CERVINIA-VALTOURNENCHE</b>	136,00	140,00	2,9%	170,00	174,00	2,4%
<b>VIA LATTEA</b>	145,00	145,00	0,0%	163,00	163,00	0,0%
<b>ALTA VALTELLINA</b>	135,00	154,50	14,4%	159,00	182,50	14,8%
<b>ADAMELLO SKI</b>	120,00	124,00	3,3%	141,00	145,00	2,8%
<b>SUPERSKIRAMA DOLOMITI- ADAMELLO - BRENTA</b>	162,00	167,00	3,1%	183,00	188,50	3,0%
<b>DOLOMITI SUPERSKI</b>	167,00	171,00	2,4%	190,00	194,00	2,1%
<b>VAL DI FASSA/CAREZZA</b>	146,00	149,00	2,1%	166,00	170,00	2,4%
<b>VAL DI FEMME/OBEREGGEN</b>	141,00	144,00	2,1%	160,00	164,00	2,5%
<b>CORTINA/VALBOITE</b>	153,00	158,00	3,3%	174,00	180,00	3,4%
<b>TRE VALLI</b>	141,00	144,00	2,1%	160,00	164,00	2,5%
<b>CIVETTA</b>	141,00	144,00	2,1%	160,00	164,00	2,5%
<b>PREZZO MEDIO ITALIA</b>	<b>132,54</b>	<b>136,96</b>	<b>3,3%</b>	<b>153,54</b>	<b>158,69</b>	<b>3,4%</b>

Elaborazioni Trademark Italia su dati Società di gestione impianti di risalita

Dall'analisi delle località straniere (sono state prese in considerazione le tariffe delle località più significative all'interno delle tre nazioni competitor: Austria, Francia e Svizzera) risulta che anche oltralpe ci siano aumenti delle tariffe nell'ordine dei 2-3 punti percentuali: fa parziale eccezione St. Moritz, che fa registrare un aumento più significativo della media: +8,3%!

**PREZZI DEGLI SKI PASS PLURIGIORNALIERI  
NELLE MAGGIORI LOCALITA' ALPINE ESTERE**

LOCALITA'	PREZZI 6 gg. 04/05	PREZZI 6 gg. 05/06	Variaz. % 06 su 05
<b>AUSTRIA</b>			
Seefeld	155,00	159,50	2,9%
St. Anton*	176,50	182,00	3,1%
Kitzbuehel*	154,50	159,00	2,9%
<b>FRANCIA</b>			
Chamonix	181,00	186,00	2,8%
Mégève	154,00	159,00	3,2%
Les Deux Alpes*	154,00	157,00	1,9%
<b>SVIZZERA (franchi sv.)</b>			
Zermatt	243,00	243,00	0,0%
Crans Montana	177,00	178,00	0,6%
St. Moritz*	193,00	209,00	8,3%
<b>MEDIA ESTERO</b>	<b>176,44</b>	<b>181,39</b>	<b>2,9%</b>

*N.B.: nel mese di novembre 2005, il Fr. Svizzero vale indicativamente 0,65 euro.*

*\*prezzo medio tra alta e bassa stagione.*

Mettendo a confronto i prezzi delle più importanti località italiane e straniere emerge che una giornata in montagna in alta stagione costa, solo per hotel e skipass, una cifra variabile tra i 125,50 e 145 euro in Italia e tra i 131 e i 192 euro all'estero!

**IL COSTO DI UNA GIORNATA DI SCI (SKIPASS+HOTEL) IN ALTA  
STAGIONE NELLE PINCIPALI LOCALITA' ITALIANE ED ESTERE**

<b>LOCALITA'</b>	<b>PREZZI skipass+hotel</b>
<b>Corvara</b>	145,00
<b>Cortina d'Ampezzo</b>	141,00
<b>Selva Val Gardena</b>	141,00
<b>Madonna di Campiglio</b>	128,00
<b>Courmayeur</b>	125,50
<b>St. Moritz</b>	192,00
<b>Zermatt</b>	169,00
<b>Chamonix</b>	139,00
<b>Crans Montana</b>	133,00
<b>St. Anton</b>	131,00

Elaborazioni Trademark Italia

N.B. sono stati considerati i prezzi di uno skipass giornaliero di località e la tariffa giornaliera di un hotel a 3 stelle in mezza pensione con sistemazione in camera doppia.

## FOCUS SUGLI APPARTAMENTI TURISTICI

Analizzando la composizione del sistema ospitale (il mix tra ricettività alberghiera ed extralberghiera) emergono valori profondamente diversi nelle varie località sciistiche dell'arco alpino.

Il confronto dei valori delle singole località con la composizione "ideale" di un sistema di ospitalità equilibrato (35% alberghiero, 65% extralberghiero), rappresenta un utile indicatore per interpretare l'andamento più o meno positivo del movimento turistico.

### LA COMPOSIZIONE DELLA RICETTIVITA' TURISTICA NELLE PRINCIPALI DESTINAZIONI SCIISTICHE ALPINE ITALIANE

Località	% Posti letto in Alberghi	% Posti letto in Appartamenti	TOTALE
Selva di Val Gardena BZ	27,9%	72,1%	100,0%
Corvara in Badia BZ	26,8%	73,2%	100,0%
Cortina d'Ampezzo BL	22,4%	77,6%	100,0%
Madonna di Campiglio/Pinzolo TN	21,8%	78,2%	100,0%
Moena TN	19,7%	80,3%	100,0%
Canazei TN	18,9%	81,1%	100,0%
Ortisei BZ	17,9%	82,1%	100,0%
Bormio SO	16,2%	83,8%	100,0%
Livigno SO	15,7%	84,3%	100,0%
Folgarida-Marilleva/Dimaro TN	14,4%	85,6%	100,0%
Courmayeur AO	13,3%	86,7%	100,0%
Bardonecchia TO	13,1%	86,9%	100,0%
Sestrière TO	12,5%	87,5%	100,0%
Alleghe BL	12,1%	87,9%	100,0%
Cavalese TN	11,7%	88,3%	100,0%
Asiago VI	11,6%	88,4%	100,0%
La Thuile AO	11,2%	88,8%	100,0%
Limone Piemonte CN	10,8%	89,2%	100,0%
Aprica SO	10,3%	89,7%	100,0%

Fonte: elaborazioni Trademark Italia su dati provinciali e comunali, ICI e consumi energetici.

Alla luce di questi dati e dello sproporzionato peso che la ricettività extralberghiera riveste nei vari sistemi ospitali, l'abbassamento della qualità dell'offerta degli alloggi turistici diventa una grave minaccia per le località di montagna nazionali.

Dopo gli anni della corsa alla seconda casa e all'investimento immobiliare, oggi si sta diffondendo una certa disaffezione tra i proprietari di alloggi turistici che, in virtù di tasse, condoni, manutenzioni e costi energetici, vedono complicarsi la gestione della seconda casa in montagna.

Su questa situazione si innesta lo sfruttamento intensivo degli operatori specializzati (agenzie di affittanza), i quali spesso commercializzano l'offerta senza guardare alla qualità degli alloggi.

Questi due atteggiamenti fanno temere che si sia avvicinata la soglia critica che sancisce l'obsolescenza di gran parte dell'offerta disponibile e, quindi, l'avvio di un *circolo vizioso* così articolato:

- 1. Standard di offerta trascurati:** l'abbassamento della qualità dell'offerta di alloggi turistici spesso è causato dalla tendenza delle organizzazioni specializzate nella commercializzazione (agenzie viaggi, agenzie immobiliari, agenzie di affittanza, etc.) a limitare le prestazioni di servizio per non figurare come imprenditori. L'obiettivo è restare "mediatori".
- 2. Orientamento alla vendita:** nei momenti di debolezza della domanda, la tendenza degli operatori è quella di adottare politiche commerciali aggressive, con prezzi ribassati (e scarsamente remunerativi per i proprietari). Per inseguire il *mass-market* si genera una svendita generalizzata delle località più ricche di appartamenti.
- 3. Degrado e insoddisfazione:** ad ogni affittanza l'appartamento deperisce. La crescita del degrado degli alloggi (pochi ricavi = pochi investimenti) provoca l'insoddisfazione sia da parte della clientela che dei residenti. Nell'offerta sommersa, inoltre, le azioni di "pirateria" (prenotazioni non garantite, prezzi discordanti da quelli indicati in un primo tempo, alloggi non corrispondenti alla descrizione, servizi assenti) diventano più frequenti.
- 4. Caduta di immagine della località:** peggiora il servizio e la qualità delle unità (scarsa manutenzione, poche riparazioni, rare tinteggiature, nessun rimpiazzo d'inventario, etc.). La presenza di una enorme "offerta sommersa" nel comparto degli alloggi privati

in affitto aiuta ad eludere qualsiasi forma di controllo, anche statistico e/o di polizia amministrativa. In particolare, è difficile verificare da parte delle amministrazioni locali lo stato e le condizioni igieniche delle unità abitative utilizzate a fini turistici. Non sono infrequenti, infatti, situazioni limite nelle quali l'igiene ed il decoro degli alloggi sono decisamente scadenti. Queste situazioni provocano effetti negativi sull'immagine complessiva delle località.

5. **Perdita della clientela migliore:** la caduta dell'immagine complessiva della località porta con sé l'abbandono della zona da parte della clientela migliore, quella con maggiore disponibilità di spesa, che non cerca un semplice prodotto turistico, ma anche un comfort superiore alla media e uno "status symbol". Gli operatori e i proprietari sono costretti a rastrellare target di clientela sempre più marginali.
6. **Perdita di valore degli immobili:** la conseguenza dei punti precedenti è lo svilimento dei valori patrimoniali per i numerosi investitori che possiedono uno o più alloggi turistici nelle località sciistiche. Senza amore del proprietario, le unità immobiliari soffrono.
7. **Declino:** è l'ultima fase del ciclo di vita di un prodotto turistico, dalla quale si può uscire **a)** con la morte definitiva del prodotto, **b)** con un rilancio attraverso azioni di rivitalizzazione, riconversione e diversificazione che portano alla nascita di un migliore prodotto turistico.

Senza adeguate politiche di riqualificazione e di rilancio del prodotto ospitale, è inevitabile che in breve tempo una quota rilevante di alloggi in montagna vada fuori mercato, a meno che essi vengano offerti a clientela marginale, poco esigente e di basso profilo economico.

Ecco le rilevazioni dei prezzi medi degli appartamenti delle principali località alpine nazionali.

**PREZZI MEDI PER SETTIMANA IN APPARTAMENTO\***

LOCALITA'	BASSA STAGIONE			MEDIA STAGIONE			ALTA STAGIONE		
	Mono.	Bilo.	Trilo.	Mono.	Bilo.	Trilo.	Mono.	Bilo.	Trilo.
COURMAYER	435	630	780	600	825	985	975	1.330	1.850
CERVINIA	475	590	650	580	730	885	915	1.210	1.540
SESTRIERE	450	550	670	595	720	895	815	1.300	1.600
LIMONE PIEMONTE	390	475	690	495	585	795	735	1.075	1.450
LIVIGNO	535	650	790	590	740	905	895	1.105	1.650
BORMIO	500	620	730	535	620	805	880	1.115	1.720
TONALE-PONTE DI LEGNO	400	520	680	465	530	735	775	985	1.530
MADONNA DI CAMPIGLIO	430	550	650	515	635	885	950	1.335	1.800
S. MARTINO DI CASTROZZA	410	540	635	455	625	810	870	1.100	1.630
SELVA VAL GARDENA	530	710	795	640	810	1.025	980	1.380	1.900
CORVARA	580	720	800	660	825	1.075	990	1.400	1.950
CORTINA D'AMPEZZO	600	705	870	695	830	1.050	995	1.350	1.980
<b>PREZZO MEDIO ITALIA</b>	<b>477,9</b>	<b>605,0</b>	<b>728,3</b>	<b>568,8</b>	<b>706,3</b>	<b>904,2</b>	<b>897,9</b>	<b>1.223,8</b>	<b>1.716,7</b>

\* le quote si intendono per unità abitativa (monolocale 2 persone, bilocale 4 persone, trilocale 6 persone) e comprendono consumi energetici (luce, acqua e gas), riscaldamento e biancheria da letto.

**ZOOM SULLE SCUOLE DI SCI**

Quest'anno abbiamo rilevato anche le tariffe delle scuole di sci nelle più importanti località alpine nazionali.

LOCALITA'	PREZZO MEDIO LEZIONE INDIVIDUALE (1 ORA)	PREZZO MEDIO LEZIONE COLLETTIVA (2/3 ORE)
COURMAYEUR	34,00	10,75
CERVINIA	34,00	10,75
SESTRIERE	34,00	26,50
LIVIGNO	33,50	15,00
BORMIO	35,00	21,50
CANAZEI	32,00	25,00
MADONNA DI CAMPIGLIO	37,00	26,00
SAN MARTINO DI CASTROZZA	35,00	24,00
SELVA VAL GARDENA	32,00	22,50
CORVARA	33,50	23,00
CORTINA D'AMPEZZO	41,00	33,50
<b>MEDIA NAZIONALE</b>	<b>34,70 euro</b>	<b>21,60 euro</b>