

OSSERVATORIO TURISTICO DELLA MONTAGNA

- Consuntivo stagione invernale 2013-2014 -

Il turismo sta ripiegando e la stagione invernale 2013-2014 ha dato risultati poco soddisfacenti – La riduzione delle settimane bianche accompagnata dal consolidarsi di week end e *short breaks* sta assumendo caratteri dominanti nel 95% delle località alpine italiane – La particolare congiuntura meteorologica dell’inverno 2013/14, che ha portato abbondantissime nevicate sulle montagne italiane, ha però penalizzato proprio i turisti del week end, particolarmente meteo-sensibili – Si accentuano la spasmodica attenzione alla spesa e la caccia agli sconti via web con gli italiani inesperti che prima inseguono i prezzi e poi si lamentano in rete – Nonostante l’eccellente innevamento nella maggior parte delle località e l’apertura degli impianti, per Pasqua moltissimi operatori del ricettivo saranno già chiusi (il 52,4%).

Anche l’inverno 2013-2014 con le sue precipitazioni nevose record, fa registrare a consuntivo una evidente flessione del movimento turistico. La piega negativa dei numeri vale per tutto l’arco alpino. E non basta la crescita dei flussi stranieri a garantire la tenuta della performance. La diagnosi è condivisa da 4 su 5 operatori interpellati.

Gli appassionati della “vacanza bianca” in quota appaiono sopraffatti dalla crisi e si accontentano sempre più delle escursioni e dei brevi soggiorni di 2-3 notti. L’Osservatorio Turistico della Montagna*, nel confronto con le stagioni precedenti, non certo segnate da performance brillanti, evidenzia che una fetta importante di operatori turistici è preoccupata e insoddisfatta:

- il 40,7% ammette un significativo calo del giro d’affari nella propria struttura (mediamente compreso tra il 10 e il 12%);
- il 45,8% dichiara di aver difeso i fatturati aumentando i prezzi (sull’esempio dei colleghi balneari nell’estate 2013). In sostanza, quasi la metà degli operatori ha ottenuto una “patta” economica con l’inverno passato archiviando tuttavia il calo delle presenze;
- il 16% si lamenta e accusa la pubblica amministrazione di negligenza.

* Le rilevazioni dell’Osservatorio della Montagna sono avvenute attraverso una serie di interviste telefoniche, e-mail e questionari auto-somministrati nel periodo 1-10 aprile. Il campione di riferimento è composto da operatori del settore ricettivo (453 tra alberghi, residence, agenzie di affittanze turistiche) e turisti italiani con almeno 5 anni di esperienza in fatto di vacanze in montagna. Con questi dati e grazie alla sua storica compartecipazione alla vita e all’evoluzione delle imprese alberghiere, Trademark Italia elabora un “barometro” dell’andamento turistico nei principali comprensori della montagna italiana raccogliendo continuamente informazioni congiunturali sulle maggiori località alpine svizzere, francesi e austriache.

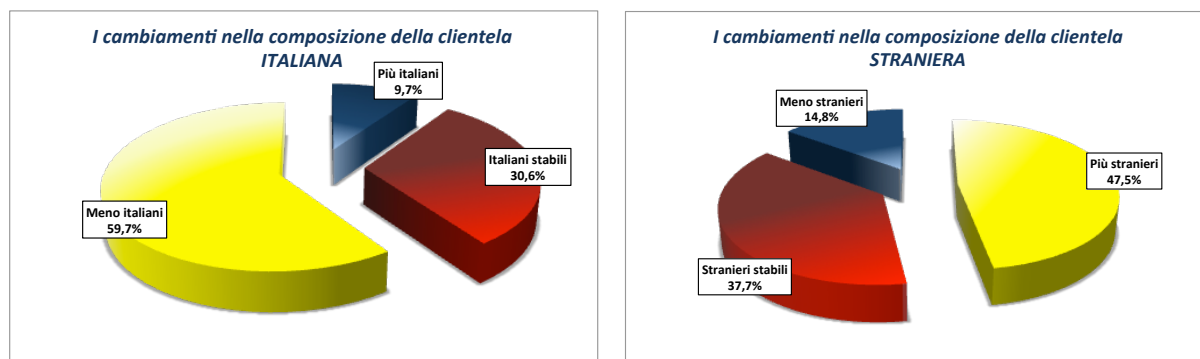
La riduzione dei consumi turistici è ormai un dato consolidato che neppure le politiche tariffarie, le iniziative promozionali, gli sconti e le offerte riescono a combattere.

Nel 2014 numerosi operatori annunciano di volere ridurre i costi e di prevedere una riduzione del servizio (in particolare i costi del lavoro e degli acquisti). Lo spettro è lo stesso che circola nel sistema balneare italiano: logico temere per la qualità dell'offerta e complessivamente del prodotto.

Sintesi estrema: si sono registrati ovunque cali di presenze anche a due cifre, ma con leggere variazioni del fatturato (aumentato nei momenti di punta stagionale e ridottosi nelle ali stagionali).

La novità è che la contrazione della domanda ha colpito in maniera trasversale sia le località alpine che quelle appenniniche.

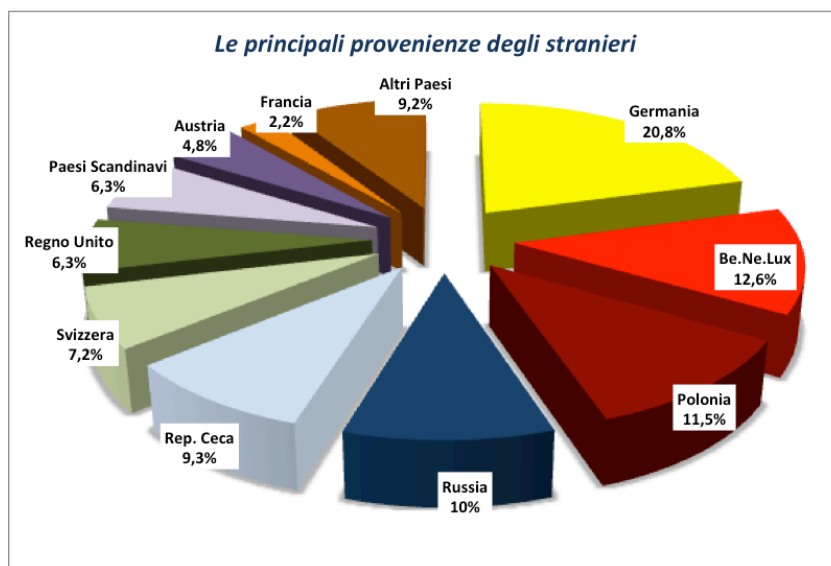
Graf. 1: Cambiamenti nella composizione della clientela (italiana e straniera)



A determinare la flessione del movimento è la clientela italiana: la diminuzione dei turisti italiani (spesso in doppia cifra) viene confermata da 6 albergatori su 10.

La crescita di turisti stranieri registrata dal 45,7% degli operatori turistici (dato in progressiva crescita nell'ultimo triennio) non basta a tamponare la contrazione della domanda nazionale.

Graf. 2: Composizione della clientela straniera nelle località montane italiane



Per quanto riguarda le provenienze estere, i mercati leader per la montagna italiana si confermano quello tedesco (20,8% dell'incoming estero), quello del Be.Ne.Lux (12,6%), quello polacco (11,5%) e quello russo (10%).

Dall'ultima rilevazione dell'Osservatorio Turistico della Montagna, riemerge uno scenario "grigio" e poco promettente. **Nonostante il favorevole stato dell'innnevamento naturale, la montagna non ha fatto segnare quell'inversione di tendenza che le abbondanti nevicate facevano sperare.**

La evidente difficoltà economica dell'Italia, per gli operatori turistici della montagna rappresenta un'aggravante della crisi che pesa da diverse stagioni sulla performance delle località alpine e dolomitiche.

Al di là dunque del dato apparente, secondo cui il 53,2% degli intervistati archivia una stagione di stabilità, la diminuzione delle presenze viene considerata allarmante, mentre la crescita dei prezzi di altissima stagione una soluzione tattica già largamente utilizzata dagli operatori italiani che hanno intuito che il grosso del mercato si muove quando comunque "tutto costa di più". L'indagine conferma che

- il 26,3% chiude l'inverno con il segno meno,
- il 20,5% afferma che questa stagione è andata meglio dello scorso anno (tra +1 e + 5%, risultato comunque straordinario per gli operatori turistici dei comprensori con significative quote di mercato straniero: Valtellina, Ponte di Legno-Tonale, Val Gardena e Val Badia in particolare).

Come **linea tendenziale**

- il 48,7% evidenzia il crollo delle settimane bianche, con i mesi di gennaio e febbraio che risultano negativi rispetto all'inverno scorso per tutti gli operatori;
- il 32,3% considera soddisfacente l'andamento delle festività di Natale e Capodanno quando la montagna ha fatto addirittura registrato una crescita del movimento turistico. Per Capodanno (il periodo con i prezzi più elevati) il 94% degli intervistati ha dichiarato che la performance è stata in linea o superiore a quella dello scorso anno!

Alla luce dell'ottimo stato dell'innevamento, fa riflettere l'atteggiamento degli operatori del ricettivo in occasione delle imminenti **vacanze di Pasqua, quando addirittura il 52,4% degli operatori turistici sarà chiuso, a fronte invece della diffusa apertura degli impianti di risalita**. Sembra che la metà degli operatori sia disorientata e che le destinazioni puntino unicamente verso la "vocazione escursionistica". Chi resterà aperto dichiara comunque (74,7%) di aspettarsi una diminuzione del movimento turistico sia alberghiero che extralberghiero.

Interpellati sulla spesa dei turisti, gli operatori del Panel dell'Osservatorio non sembrano avere dubbi: il 52,6% afferma infatti che i turisti (gli italiani in particolare) hanno tagliato i costi della vacanza: soggiorni più brevi, meno giornate di sci, meno lezioni di sci, contenimento delle spese extra (ristorazione, shopping, divertimento, etc.).

Graf.3: Spesa media dei clienti



fonti: società di gestione impianti di risalita, amministratori pubblici, associazioni di categoria, operatori del settore ricettivo, dei pubblici esercizi e del commercio.

Il dato è preoccupante se si pensa che già lo scorso anno il 51,3% degli intervistati aveva parlato di “contrazione della spesa”. In sintesi, in quasi tutti i comprensori si registra un diffuso pessimismo anche per la prossima stagione estiva:

- in **Valle d'Aosta** anche il bilancio dell'inverno 2013-2014 non è positivo. I dati forniti dal Panel degli operatori evidenziano un leggero calo del movimento turistico che, però, sommato a quello dello scorso anno preoccupa non poco gli operatori. La progressiva contrazione del movimento nazionale sia in termini di arrivi che di presenze non è compensata dal buon andamento dei flussi internazionali. E anche per la Pasqua imminente le previsioni non sono positive, nonostante gli impianti di risalita aperti;
- in **Alto Adige** la stagione invernale fa registrare un lieve incremento rispetto allo scorso anno, dovuto nello specifico alla buona crescita dei flussi stranieri (che ormai rappresentano il 55% circa delle presenze) a fronte di una diminuzione del movimento nazionale. A fare la parte del leone nelle strutture ricettive altoatesine sono in particolare i turisti tedeschi, che pesano per oltre il 30% del movimento complessivo, ma buoni risultati li garantiscono anche il mercato svizzero, il Be.Ne.Lux e l'Austria. Poche preoccupazioni per Pasqua: chi sarà aperto ha già raggiunto tassi di occupazione superiori al 50%;
- “La troppa neve ha danneggiato il turismo invernale” è il paradosso circolante della stagione sciistica in **Trentino**. Gli operatori del Panel concordano: *“nei mesi di gennaio e febbraio il cattivo tempo e le nevicate abbondanti hanno scoraggiato i turisti meteodipendenti, soprattutto quelli (sempre più numerosi) del weekend”*. I dati forniti dalle società che gestiscono gli impianti sono però significativi ed emblematici di un incredibile finale di stagione che ha loro consentito di far registrare performance da record come dimostrano le cifre relative alla vendita di skipass: Madonna di Campiglio chiude la stagione con un +4,5%, la Valle di Fassa +3,6%, la Valle di Fiemme +3,5%, Folgarida e Marilleva +5,2% ... il tutto grazie all'exploit dei passaggi sugli impianti di risalita nelle ultime settimane di marzo e di inizio aprile.
“Le condizioni della neve - dicono d'altro canto alcuni direttori APT - sono state ottime nel mese di marzo ma la situazione positiva non è stata sfruttata dagli albergatori: a fine marzo molti alberghi avevano già chiuso”. Forse con una efficace campagna di informazione sulla coda della stagione e

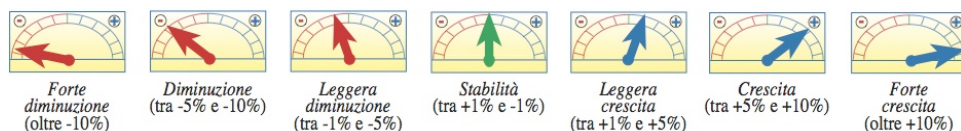
sulla possibilità di sciare anche nella prima o seconda settimana di aprile le cose sarebbero cambiate. Sciatori a parte per il movimento turistico si parla (con prezzi di alta stagione al top) di una sostanziale tenuta territoriale, ma non per tutti. Sono andate meglio Fassa, Fiemme, Madonna di Campiglio, San Martino di Castrozza, tutte legate alla crescita dei flussi internazionali che hanno “tamponato” la costante flessione dei turisti italiani. A fare la parte dei protagonisti i turisti dell’Est (russi e polacchi su tutti), ormai con una capacità di spesa superiore a quella degli italiani ... *le corse per prenotare settimane bianche da parte degli italiani sono un ricordo;*

- in **Piemonte** gli operatori interpellati appaiono piuttosto soddisfatti. Le abbondantissime nevicate e la competitività dei prezzi grazie a promozioni e offerte speciali, permettono a molti operatori turistici di chiudere i bilanci in linea con lo scorso inverno;
- in **Lombardia** il bilancio di fine stagione è lusinghiero, l’aumento del movimento turistico straniero (dai Paesi dell’Est in particolare) ha portato una boccata d’ossigeno agli operatori dei maggiori comprensori, dalla Valtellina all’Adamello. La crescita è lievissima, quantificabile tra il +0,5 e il +1,5%; i valori immobiliari sono fermi al 2012;
- in **Veneto**, sia a Cortina che negli altri comprensori regionali, gli operatori turistici del Panel registrano una contrazione della performance. La stagione è partita male sulle Dolomiti venete (la troppa neve, i black-out elettrici e le strade bloccate hanno reso difficile a turisti e sciatori il raggiungimento delle località) e il lieve recupero di marzo non è stato sufficiente a garantire un bilancio in linea con lo scorso anno. Tra l’altro, nonostante numerosi impianti aperti fino a Pasqua, la grande maggioranza degli operatori del ricettivo ha già chiuso le strutture;
- in **Friuli Venezia Giulia** operatori non troppo soddisfatti a causa del maltempo che ha colpito le festività natalizie e numerosi weekend di gennaio e febbraio. A farne le spese soprattutto i turisti italiani che già colpiti dalla crisi hanno latitato sulle montagne friulane, e poco hanno potuto compensare i buoni flussi internazionali. Bilancio stagionale in lieve flessione rispetto allo scorso anno;
- stagione poco incoraggiante anche per l’**Appennino dell’Emilia-Romagna** e per l’**Appennino Abruzzese** dove, nonostante l’abbondanza di neve, i prezzi competitivi e la vicinanza a grandi serbatoi di turisti (Bologna, Modena e Firenze nel primo caso, Roma e Napoli nel secondo), gli operatori hanno

registrato performance ampiamente al di sotto delle prospettive di inizio stagione e neppure in linea con lo scorso anno.

Ecco nel dettaglio l'andamento della stagione invernale nelle aree turistiche oggetto di indagine:

IL BAROMETRO DEI COMPENSORI MONTANI ED APPENNICI

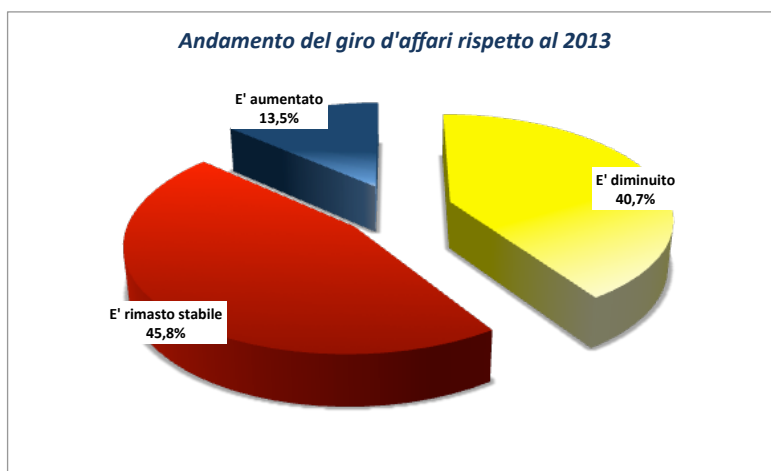


VALLE D'AOSTA	 Tra -1% e -5%
PIEMONTE	 Tra +1% e +5%
LOMBARDIA	 Tra +1% e +5%
TRENTINO	 Tra +1% e -1%
ALTO ADIGE	 Tra +1% e -1%
VENETO	 Tra -5% e -10%
FRIULI VENEZIA GIULIA	 Tra -1% e -5%
APPENNINO EMILIANO-ROMAGNOLO	 Tra -5% e -10%
APPENNINO CENTRALE (ABRUZZO E LAZIO)	 Tra -1% e -5%

Elaborazione Trademark Italia - Osservatorio della Montagna

La caduta dei budget di spesa dei turisti preoccupano gli operatori turistici che vedono i loro ricavi contrarsi: il 40,7% degli operatori intervistati dichiara di aver registrato una flessione (mediamente superiore ai 5 punti) del giro d'affari diretto rispetto allo scorso inverno, ma c'è un incredibile 13,5% di operatori del Panel che ha visto aumentare il proprio giro d'affari seppure di una percentuale compresa tra il 3 e il 4% ... sono quelli attivi nelle località con elevate quote di turismo internazionale.

Graf. 4: Il giro d'affari dell'inverno 2013-2014



“Troppa neve” è il grido paradossale di una montagna fatta di operatori e amministratori pubblici prevalentemente disorientati. Si è determinata un'altra stagione difficile e non basta più nemmeno l'abbondante innevamento. Protagonista dell'inverno la progressiva contrazione dei margini operativi degli albergatori, ma soprattutto il drastico calo dei valori immobiliari delle case e degli appartamenti praticamente dimezzatisi dal 2007 ad oggi. Le organizzazioni degli albergatori scommettono sulla ripresa continuando però a fare le stesse identiche cose che hanno sempre suggerito. Piani di marketing innovativi e linee guida sono assenti, nonostante i tempi difficili. Le riserve probabilmente bastano per *tenere*, stare sul mercato, aspettare, tanto che 8 albergatori su 10 già prevede una stagione estiva poco entusiasmante, da meno di 60 giorni di apertura.