NON C'È DUE SENZA TRE PER LA FORZA DELLA **MONTAGNA BIANCA**

Sembra proprio che dopo due stagioni chiuse in maniera sostanzialmente positiva anche questo inverno 2018/2019 si possa avviare verso un consuntivo che certificherà il costante trend positivo degli ultimi anni per l'economia indotta dal turismo invernale trainato dallo sci. Lo dice l'annuale e fondamentale studio intitolato «Situazione congiunturale Montagna Bianca Italiana Inverno 2018-2019 - Previsioni e Tendenze» prodotto dall'Osservatorio Italiano del Turismo Montano a cura dell'agenzia JFC e di cui pubblichiamo ampi stralci

Siamo nel cuore di una nuova stagione invernale e dopo due anni di successi per la montagna bianca, anche l'inverno 2018/2019 si presenta con buone prospettive: dai Consorzi turistici ai singoli operatori, dalle società di gestione degli impianti sino ai referenti degli uffici informazioni, tutti manifestano un sentiment positivo. Da qui l'attesa per un terzo, consecutivo anno con dati in crescita per l'economia turistica della Montagna Bianca Italiana. Una percezione, questa, che viene confermata anche dalle ricerche e dalle inchieste che Skipass Panorama Turismo ha effettuato ascoltando gli Italiani, siano essi sciatori seriali, sciatori saltuari o «slons» (snow lovers no skiers): è infatti altissimo il desiderio di fuga verso le località montane, che vengono individuate come luoghi ideali per «rigenerarsi e rilassarsi» e per «ritrovare il piacere delle relazioni». Valori, questi, che si aggiungono alla voglia di praticare lo sport invernale preferito, sfuggendo alla noiosa atmosfera di casa propria. Ad oggi, infatti, la possibilità di trascorrere un periodo – anche breve – in montagna durante il prossimo inverno è un desiderio manifestato dal 66,8% degli Italiani. In sostanza, per due italiani su tre che intendono andare in vacanza nell'imminente inverno la scelta – o meglio il desiderio di scelta – ricade sulla Montagna Bianca Italiana. Per trasformare però il desiderio in scelta definitiva, la vacanza invernale deve rispondere a precisi requisiti:

- **in primis, essere bianca**, perché il valore di questo soggiorno si manifesta solo se vi è un ambiente innevato, dove la visione è rilassante perché incontra il candido della neve;
- **poi, consumarsi in un ambiente cocoon**. Senza distinzione tra la possibilità di alloggiare in una albergo o in un residence, in una baita o in un appartamento, l'elemento fondamentale è che l'ambientazione degli interni sia avvolgente, calda, protettiva;
- **infine, garantire piacere e benessere personale**, che ognuno interpreta in base ai propri desideri, siano essi legati alla possibilità di praticare la disciplina sportiva preferita, trascorrere tempo in una beauty farm

SKIPASS PANORAMA TURISMO

o ricercare esperienze culinarie, etc. La montagna invernale è quindi considerata il luogo perfetto dove dirigersi per sfuggire alla noiosa atmosfera autunnale ed invernale delle città di residenza: per tale motivo ciò che gli Italiani cercano sono destinazioni che sappiano essere all'opposto della quotidianità, quindi non «grigie», non «monotone», non «tristi». Concetti, questi, che si traducono nel successo, nell'inverno 2018/2019, per quelle località che sapranno offrire ampie esperienze (dalla molteplicità di discipline alla varietà di opzioni di divertimento, leisure e benessere), ambienti diversi e non consueti rispetto alla normalità (quindi aree pedonali, resort, opzioni di svago serale, etc.), garantendo bellezza per la vista (quindi panorami imbiancati). Su quest'ultimo aspetto l'attesa è, tutta, rivolta alle prime nevicate.

I primi indicatori tendenziali per un'altra stagione di successo

L'attesa è alta, è inutile nasconderlo. Dopo due stagioni di incremento dei flussi turistici invernali nelle località montane ed appenniniche italiane ed altrettante stagioni estive positive – anche se in maniera ben diversa rispetto agli indici di crescita della «stagione bianca» – per l'inverno 2018/2019 i valori tendenziali e gli indicatori previsionali utilizzati da Skipass Panorama Turismo segnano una terza, consecutiva stagione invernale in positivo. Ma non è solamente l'incremento delle prenotazioni anticipate o il «*positive thinking*» degli operatori della filiera a supportare questa previsione: vi è anche un nuovo fermento che nasce dai territori e dagli stessi operatori, che hanno ricominciato ad investire in maniera sostanziale in strutture e servizi. Ecco, allora, che quest'anno l'arco alpino ed appenninico si arricchirà di più moderni impianti di risalita, vi sarà una quota maggiore di piste ad innevamento garantito e nuove piste, ma vi saranno anche nuove strutture ricettive come pure si amplierà il numero – e, nella maggior parte dei casi, con elevato standing qualitativo – di baite e ristoranti in quota, locali après ski, etc. Pertanto, se tutte le condizioni venissero confermate e, soprattutto, il meteo risultasse favorevole garantendo white landscape per tutto l'inverno, a partire da fine novembre, questa stagione segnerà dati in crescita per l'intera filiera della Montagna Bianca Italiana, con un incremento complessivo delle presenze – italiane e straniere – previste rispettivamente al +4,1% ed al +3,6% per quanto riguarda gli arrivi. Il dato interessante è proprio questo: un incremento maggiore delle presenze rispetto agli arrivi, a segnare come aumenterà anche la permanenza media degli Ospiti rispetto alla passata stagione. Ciò a causa di alcuni fenomeni:

1. l'affermazione dei long weekend: un soggiorno non troppo impegnativo ma, al tempo stesso, capace di garantire lo "stacco" dalla consuetudine. Il long weekend – che inizia il giovedì, al termine della giornata di lavoro, e termina la domenica, con tre notti trascorse nella località montana – sta sostituendo la classica fuga del sabato/domenica che, spesso, non offre quella "rigenerazione" che

Il sistema nazionale degli impianti funiviari quale motore del «turismo bianco»

Ammonta a 158 Milioni di Euro la quota degli investimenti effettuati in preparazione della stagione invernale 2018/2019 dalle società degli impianti di risalita per migliorare i servizi a disposizione degli ospiti. Un dato, questo, che da solo manifesta come questo settore sia, a tutti gli effetti, la spina dorsale dell'economia turistica invernale. In merito a questo imponente investimento, è utile considerare come la quasi totalità del medesimo sia stata rivolta all'ampliamento delle piste con garanzia di innevamento programmato, nuovi o rinnovati servizi leisure sulle piste (dai bar ai ristoranti, dai rifugi alle aree di relax, etc.), rinnovo/sostituzione di seggiovie/funivie, miglioramento degli snowpark, nuovi servizi per i piccoli ospiti, coperture wifi, etc., ma non all'installazione di nuovi impianti. In sostanza: si è puntato all'innalzamento qualitativo dei servizi presenti. Questo perché i gestori delle società degli impianti hanno piena consapevolezza delle esigenze dei loro ospiti, che cercano servizi di migliore qualità, novità e – soprattutto – la garanzia di avere a disposizione un manto nevoso sempre perfetto. Il loro patrimonio è, pertanto, la montagna, ed attorno a questo bene ruota un'economia in costante evoluzione: un'economia sempre più attenta alla conservazione ed alla tutela dell'ambiente, se è vero che le aziende funiviarie utilizzano e poi rilasciano nel ciclo naturale 26,2 Milioni di metri cubi d'acqua all'anno: di questi, il 40% viene prelevato da bacini d'accumulo, che consentono il rispetto dell'equilibrio idrografico. Oltre a ciò, è utile considerare che i consumi energetici del settore ammontano a complessivi 357 Milioni di kWh all'anno: di questi, oltre il 40% deriva da fonti rinnovabili certificate. Questo per garantire la pratica delle discipline sportive sulle piste, il 72% delle quali sono dotate di innevamento programmato: piste che occupano una superficie pari allo 0,03% della superficie totale del territorio italiano. È infatti palese come l'economia della Montagna Bianca Italiana ruoti attorno all'attività delle aziende funiviarie, che rappresentano l'ossatura stessa del sistema. Oggi, in Italia, sono presenti oltre 400 aziende che gestiscono complessivi 1.820 impianti di risalita, di vario genere e tipologia, e che utilizzano 840 gatti della neve, sempre a livello nazionale.

Numero impianti	1.820
Numero società	400
Gatti delle nevi	840

Una vera e propria industria che garantisce occupazione diretta per oltre 14.000 addetti (di cui circa 1/3 a tempo indeterminato, tutto l'anno) ma che è anche in grado di generare occupazione indiretta per il territorio, non solo per noleggi sci, scuole e mastri di sci, etc.

Addetti totali società impianti	14.154
- di cui addetti a tempo indeterminato	4.757
- di cui addetti a tempo determinato	9.398

È interessante notare come le sole attività leisure presenti sulle piste – e quindi direttamente collegate alla presenza degli impianti di risalita, gestiti o meno dalle società funiviarie – siano ben 787, in grado di occupare oltre 4.400 dipendenti nei periodi di massima affluenza.

Strutture sulle piste, di gestione diretta delle società	
Strutture sulle piste (bar, ristoranti, rifugi, etc.)	158
Addetti di queste strutture	657
- che diventano in alta stagione	890

Strutture sulle piste, di gestione indiretta/esterna	
Strutture sulle piste (bar, ristoranti, rifugi, etc.)	629
Addetti di queste strutture	2.624
- che diventano in alta stagione	3.553

Il comparto legato alla presenza degli impianti e delle piste coinvolge ulteriori aziende ed occupati: nello specifico trattasi di noleggi sci, scuole di sci e relativi maestri.

Noleggi sci – n° attività	740
Scuole sci – n° attività	407
Numero maestri di sci	10.246

Di certo, il dato più rilevante è quello relativo ai primi ingressi, intesi come giornate sci vendute, ed ai relativi passaggi complessivi sulle piste: nel primo caso – giornate sci – si supera quota 43 Milioni mentre nel secondo caso – passaggi complessivi – si arriva a 492 Milioni 500mila. È interessante notare anche i primi ingressi del periodo estivo, che sono pari a 3 Milioni 447mila, con oltre 6 Milioni 200mila passaggi complessivi.

Inverno	
N° Primi ingressi/giornate sci	43.455.541
N° Passaggi complessivi inverno	492.483.803

Estate	
N° Primi ingressi estate	3.447.387
N° Passaggi complessivi estate	6.205.296

si ricerca in un soggiorno fuori casa;
2. l'incremento dei flussi di turisti nazionali dei residenti nelle regioni del centro-sud: la montagna bianca acquisisce sempre maggior appeal anche nei confronti dei residenti nelle regioni del centro e sud Italia. Per loro le location più desiderate sono quelle famose e trendy dell'arco alpino, che però risultano distanti per un breve soggiorno e, pertanto, la loro vacanza è sempre – almeno – di una settimana; la crescita dei clienti stranieri che non si spostano in auto. Da un lato la costante crescita degli ospiti provenienti dalla Polonia e dalla Repubblica Ceca, gestiti in prevalenza dai Tour Operator con la formula della settimana bianca; dall'altro l'incremento degli ospiti residenti nei Paesi europei long distance, soprattutto Paesi Scandinavi, Olanda, Belgio e Gran Bretagna; infine gli arrivi – in costante crescita, anche se in quota marginale sul totale dei turisti – di indiani, coreani, australiani, cinesi, brasiliani, ucraini, russi, etc.; si tratta di clienti che hanno le date di arrivo e partenza già fissate, quindi non influenzabili dalle condizioni meteo;
3. un incremento generalizzato degli ospiti stranieri, quindi anche di quelli provenienti dai Paesi vicini/confinanti, quali la Germania, la Francia, la Slovenia.
Questo è, di certo, un fattore positivo per l'intera economia della Montagna Bianca Italiana, che può affrontare la stagione invernale 2018/2019 con il sorriso, anche perché una maggiore permanenza degli ospiti incide sul fatturato in maniera altrettanto concreta. Skipass Panorama Turismo, infatti, prevede per l'intero comparto un incremento del fatturato di 4,3 punti percentuali, superiore sia alla quota degli arrivi che a quella delle presenze, e ciò è dovuto al miglioramento della qualità dell'offerta ed all'immissione sul mercato di nuovi servizi, che hanno portato ad un prezzo medio più alto. Di certo, questa stagione invernale potrà essere favorita anche da un periodo di potenziale apertura decisamente superiore a quello dello scorso anno. Sia ben chiaro: la stagione invernale 2018/2019 può iniziare presto e finire tardi, ma solo ad una condizione: che vi sia neve, naturale o programmata, e che le temperature ne consentano la conservazione. In caso contrario, le festività pasquali al 21 aprile diventeranno un boomerang per il "sistema neve" e obbligheranno molti operatori a chiudere entro fine marzo.

La vacanza in montagna sempre più «di moda»

Un dato è certo: la vacanza in montagna è sempre più di moda. Parlare di sci, raccontare le evoluzioni dei figli (età 6/14 anni) con i genitori dei compagni di scuola, scegliere con gli amici una location sulla neve dove andare per un week end, decidere in famiglia di fuggire per qualche giorno in montagna e – sempre – manifestare tutto ciò sui social oggi – nel 2018 – è cool. Sono passati gli anni in cui la neve era grigia: oggi spende il suo candore e crea interesse e desiderio. D'altra parte, anche il fatto che si parli continuamente di Cortina d'Ampezzo – quindi una delle località leader della montagna italiana – per la candidatura, insieme a Milano, delle Olimpiadi 2026, e che nella stessa Cortina si svolgeranno i Campionati del Mondo di Sci Alpino nel 2021, porta indubbi benefici e curiosità attorno al tema dello sci e della montagna. Pertanto, i fattori che condizionano questa nuova giovinezza della Montagna Bianca Italiana – e che ne confermano un terzo anno di crescita – sono i seguenti:
• **atmosfera:** la montagna è, di per sé, un ambiente la cui atmosfera è rilassante, piacevole, in grado di generare benessere;
• **festività:** quando si pensa alla montagna bianca si pensa alle festività, perché la prima comunicazione è, sempre, legata al periodo dell'8 dicembre, per poi esplodere per Natale e Capodanno;
• **candore:** il bianco della neve è il colore che trasmette luce, pulizia, purezza e, pertanto, il «bianco candore» vince sul grigiore della città.
È interessante verificare come, col passare del tempo, i valori primari attorno ai quali si sostanzia la vacanza bianca rimangono sempre gli stessi:
• la fase di rottura, che consiste nella «rottura» con gli impegni di tutti i giorni, con gli obblighi lavorativi, con la consuetudine e tutto ciò che rappresenta la quotidianità;
• la decisione di partire per una vacanza in montagna; il momento del «passaggio» al consumo della vacanza;
• il momento della ripresa, vale a dire il ritrovare se stessi, la capacità di dedicare tempo a coccolarsi ed a gestire il tempo in maniera diversa rispetto al solito, ricercando serenità e vitalità;
• il momento stesso del "consumo" della vacanza; la fase in cui ci si immerge nell'ambiente montano;
• la condizione del ritorno, che rappresenta il momento in cui si riscopre il piacere dello stare con la propria famiglia, oppure si gode l'appagamento della vita di coppia o l'affiatamento con gli amici;
• quando si cominciano, durante la vacanza, a gustare i momenti condivisi con le persone care.
Il dato è rilevante, se si considera che per le famiglie italiane lo sci rappresenta un linguaggio intergenerazionale; genitori e figli, zii e nipoti, ma anche nonni e nipoti e familiari che si ritrovano. Pertanto la vacanza in montagna favorisce le relazioni familiari, perché insieme si condividono emozioni, si creano ricordi e si cercano insieme nuove sfide, contribuendo in tal senso allo sviluppo di uno spirito di confidenza e di intimità familiare. È, questo, un elemento vincente per la vacanza sulla neve: nessun'altra vacanza sviluppa tutti questi benefit.

Tutti in montagna appassionatamente meglio se in compagnia

Sarà perché in inverno è piacevole trovarsi e ritrovarsi attorno ad un camino, sarà per il fatto stesso che il «focolare» si associa a «familiare» ed è in grado di offrire, appunto, calore, sarà anche per la tendenza alla sempre più incessante ricerca di momenti di condivisione di esperienze con le persone care – siano essi familiari od amici, ecco che la montagna assume un importante significato in questa proiezione di umani desideri. La

JFC, professionisti dell'indagine turistica

JFC è un'agenzia di indagini e consulenze in campo turistico che ha sede a Faenza (Ravenna). È nata nel febbraio 2006 grazie ad esperienze professionali sviluppate in ambito turistico in oltre vent'anni di attività. JFC si occupa di consulenza turistica e marketing territoriale offrendo il proprio sapere al servizio ed allo sviluppo di imprese, istituzioni ed autonomie funzionali. L'agenzia si fonda sull'apporto delle capacità maturate nel management e marketing turistico, e la sua forza consiste proprio nell'unione di competenze diverse. Grazie anche ad una fitta rete di relazioni professionali e alla collaborazione già in atto con esperti italiani ed internazionali, JFC garantisce il giusto mix di conoscenze necessarie a trovare le migliori soluzioni per coloro che operano nei settori dell'ospitalità, del leisure e del marketing territoriale. Suo fondatore e amministratore unico è Massimo Feruzzi, un professionista che svolge attività nel campo del turismo in qualità di consulente di marketing, programmazione e pianificazione territoriale, è ricercatore e Project Manager Advisor a servizio di Enti Pubblici ed Aziende Private. Responsabile di Skipass Panorama Turismo (Osservatorio Italiano del Turismo Montano) e dell'Osservatorio Nazionale sulla Tassa di Soggiorno nonché di vari Osservatori Turistici di Destinazione. Giornalista, è direttore responsabile di Crescita Turismo Professional Tourism Book.

Tabella n. 1

valore per tipologia di scelta	motivazionale	economica	sociologica	aggregativa
Montagna bianca	27,2	21,5	20,1	31,2
Città d'arte italiane	34,5	22,2	25,6	17,7
Capitali europee	33,5	22,6	28,4	15,5
Mare estero	34,9	18,9	30,1	16,1
Crociere	22,1	30,4	24,5	23
Terme e benessere	41,2	20,8	22,9	15,1
Aree verdi/parchi	41,3	33,4	10,3	15
media/valore	**33,5**	**24,3**	**23,1**	**19,1**

montagna bianca è, in effetti, il luogo ideale dove la possibilità di mantenere/sviluppare le relazioni umane si mescola con la soddisfazione dei bisogni emotivi delle persone, e tutto ciò fa sì che questa sia percepita, dagli Italiani, come il luogo per il soggiorno ideale al fine di ritrovare il proprio sé, anche in relazione con le persone care. Sia esso di alcune settimane o di un solo week end, un soggiorno in montagna è infatti valutato come quello ideale per rafforzare gli elementi «aggregativi» che spingono gli Italiani nella scelta del luogo di vacanza. Infatti, oltre alle tradizionali scelte di tipo «motivazionali» (di tipo sportivo, di soddisfazione della propria passione, etc., che valgono il 33,5%), a quelle «economiche» (legate quindi alla capacità di spesa, che valgono il 24,4%) od a quelle «sociologiche» (come può essere l'esigenza di sicurezza, di comfort, etc., che oggi valgono il 23,1%), emerge come – nell'ultimo quinquennio – abbia acquisito un sempre maggiore valore la scelta legata a tutto ciò che rappresenta «aggregazione, condivisione e socializzazione», passando dal 12,2% del 2013 al 19% del 2018. Ecco allora che nella valutazione dei possibili luoghi di vacanza durante l'inverno, la Montagna Bianca Italiana vince in maniera evidente quando si predilige l'elemento aggregativo rispetto a quelli puramente motivazionali, sociologici od economici: il fatto di poter trovare momenti di condivisione incide in maniera rilevante, pari al 31,2%, il doppio rispetto al valore attribuito a questo fattore da altre tipologie di vacanze che si possono consumare in inverno. ***(vedi tabella n. 1)***

Tabella n. 2

categoria di turista inverno 2018/2019	sciatore seriale	sciatore saltuario	slons
giornate in montagna	25,2	14,5	10,8
giornate dedicate allo sci	23,3	11	0
ore/giorno dedicate allo sci	5h 20'	2h 40'	0

Come cambiano le abitudini dei turisti in montagna

Anni '80: in montagna si andava per sciare, tutto il resto era nulla e per nulla importante. Poco valore aveva la location, meno importanza ancora assumeva la scelta della struttura dove alloggiare. Poi si è passati al nuovo secolo, quando assume importanza la possibilità di trovare luoghi divertenti, dove poter non solo sciare ma anche svagarsi. È il periodo dell'esplosione dei fine settimana, alla ricerca di luoghi in grado di soddisfare l'esigenza di vanità; vincono le località vetrina. Infine oggi: pur non potendo aggregare in un'unica abitudine la crescente diversità degli stili di vita e delle modalità di fruizione della vacanza in montagna, uno dei fattori predominanti è – di certo – la ricerca di luoghi "speciali". In sostanza, chi sceglie la montagna d'inverno vuole vivere qualcosa di unico, da raccontare.

Ma vi sono, tuttavia, comportamenti ed abitudini estremamente diversi se si prendono in esame le tre categorie di turisti che frequentano la Montagna Bianca Italiana:

- **gli sciatori seriali**, vale a dire coloro che frequentano la montagna con estrema assiduità. Per loro la montagna bianca si associa con neve e disciplina sportiva; la loro giornata è focalizzata sullo sci e tutto il resto ruota attorno a questo. Se ne rimane il tempo. La loro giornata è sulla neve, ed il tempo realmente dedicato alla pratica sportiva è pari al 78% di quello complessivo trascorso sulle piste;
- **gli sciatori saltuari** sono coloro che amano sciare, ne sono anche appassionati ma non «malati». Frequentano la montagna bianca nei periodi delle classiche festività, scegliendo con attenzione la destinazione, in quanto – oltre allo sci – vogliono «vivere» tutto ciò che la località è in grado di offrire. Dedicano alla pratica sportiva il tempo necessario per poter affermare di saper sciare. Amano stare sulle piste ma ancor di più gradiscono i rifugi;
- **gli slons (snow lovers no skiers)** sono invece coloro che soggiornano in montagna per il piacere di trascorrere qualche giorno in un ambiente di fascino alpino. Amano la neve e trascorrono anche un po' di tempo in passeggiata sulla neve, ma ciò che per loro conta è «il resto»: un mix di opportunità fatto di locali après ski e strutture ricettive con tutti i comfort, servizi in alta quota, ristorazione tipica ed experience, centri benessere e suggestioni notturne come possono essere cene in baita da raggiungere con la motoslitta, etc. In estrema sintesi, gli Slons sono attratti dall'atmosfera della montagna e dalla possibilità di convivialità che la stessa offre.

La «classificazione» in tre diverse categorie di turisti permette di identificare non solo le loro attitudini, ma anche come gli stessi vivono l'esperienza sulla neve. In sostanza, è utile comprendere quanti giorni gli Italiani intendono trascorrere in montagna nella prossima stagione invernale 2018/2019, quante di queste giornate saranno dedicate – come priorità – alla pratica sportiva e, soprattutto, per quante ore al giorno. ***(vedi tabella n. 2)***

Emerge pertanto che:

- **gli sciatori seriali** per questa stagione invernale intendono trascorrere oltre 25 giorni in montagna e di questi ben 23 giorni saranno dedicati – come attività primaria – alla pratica della disciplina preferita. Ogni giorno questi sciatori dedicheranno in media ben 5 ore e 20 minuti a tale disciplina (sul totale delle 6 ore e 50 minuti tra-

Grafico n. 1

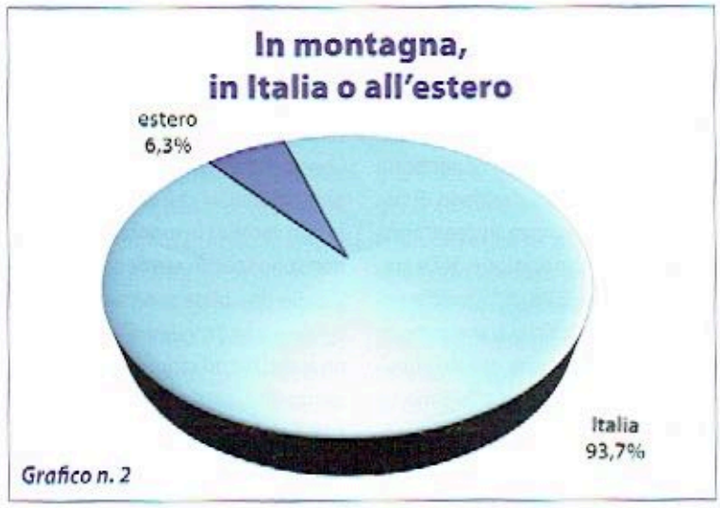

Grafico n. 2

scorsi sulle piste);

• **gli sciatori saltuari**, invece, prevedono di trascorrere in media 14 giorni e mezzo in montagna in occasione della prossima stagione invernale, dedicandone 11 alla pratica della disciplina sportiva preferita. Ogni giorno questi sciatori dedicheranno in media 2 ore e 40 minuti a tale disciplina (sul totale delle 4 ore e 20 minuti trascorsi sulle piste);

• **gli slons**, invece, non intendono dedicare tempo alla disciplina sportiva: per loro la montagna bianca è sinonimo di relax e leisure. È interessante però notare come la loro intenzione di trascorrere quasi 11 giorni in montagna nella prossima stagione invernale sia decisamente elevata, se si considera che – per loro – lo sci non è un'opzione di svago/divertimento.

Emerge quindi un elemento: sia che si tratti di sciatori saltuari o seriali, sia che si tratti di slons, chi si avvicina alla montagna lo fa con costanza e continuità. Pochi coloro che, durante il periodo invernale, si «accontentano» di un fine settimana. Al limite cambiano destinazione, ma la montagna bianca non solo piace ma coinvolge e convince.

Esigenze diverse per un unico, alto desiderio di consumo

Sciatori appassionati e turisti della montagna: sempre di più questi due «mondi» vanno analizzati in maniera disgiunta, proprio perché sono diverse non solo le attese degli uni o degli altri, ma anche le motivazioni che li spingono a trascorrere un soggiorno in montagna, i fattori di scelta della destinazione, gli ambiti di spesa durante il soggiorno, etc. Skipass Panorama Turismo ha infatti identificato tre diverse categorie: gli sciatori seriali, quelli saltuari e gli slons (snow lovers no skiers), che sono spinti – nella loro scelta di soggiorno – da un insieme di decisioni di tipo economico, motivazionali, sociologiche ed aggregative tra loro spesso molto diverse. Ma, su tutto, è interessante verificare quale sia il livello di desiderio di trascorrere una vacanza in montagna degli Italiani in occasione della stagione invernale 2018/2019, indifferentemente dal fatto che siano o meno sciatori. Per analizzare questo «desiderio» Skipass Panorama Turismo ha sviluppato una specifica Inchiesta, anche verificando le diversità tra i nostri connazionali di sesso maschile e femminile. ***(vedi grafici n. 1 e 2)***

Il primo dato che emerge è quello che indica come il 66,8% degli Italiani abbia – oggi – il desiderio di andare in montagna, e di come questi Italiani siano propensi a scegliere una località montana italiana nel 93,7% dei casi, contro il restante 6,3% dei nostri connazionali che predilige località estere. Italiani che, in occasione di tale soggiorno in montagna, viaggeranno in media in nuclei familiari composti da 2,8 persone. Si tratterà, in prevalenza, di coppie: praticamente un italiano su due intende andare in montagna con la propria compagna/compagno (48%). Assai alta anche la quota dei nuclei familiari, in quanto complessivamente la quota di chi intende consumare questa vacanza con la propria famiglia (più o meno numerosa) è pari al 45,7%. Solo il 6,3% degli Italiani intende invece andare in montagna da solo. Da considerare che questa analisi fa riferimento al nucleo familiare – più o meno numeroso, strutturato o meno – e non alle persone extra-nucleo, come possono essere parenti od amici. ***(vedi grafico n. 3)***

Quando gli Italiani pensano ad una vacanza in montagna, per quanti giorni intendono prolungare il proprio soggiorno? Il breve fine settimana – di massimo due notti, quindi tre giorni – è desiderato dal 32,8% degli Italiani, ma è interessante vedere come vi sia una quota complessiva del 30,3% che intende soggiornare in montagna per un long weekend (quattro/cinque giorni). Alta la quota di chi intende tale soggiorno di durata settimanale (22,2%). A tal proposito è interessante vedere come il soggiorno medio risulti essere pari a 5,2 giorni. Un dato, questo, che si differenzia a seconda se trattasi di uomini o donne. Per gli uomini la durata ideale della vacanza in montagna è pari a 5,4 notti, mentre per le donne il soggiorno desiderato ha una durata media pari a 4,9 giorni. ***(vedi grafico n. 4)***

Considerando che si tratta di un campione di Italiani che desiderano si fare una vacanza in montagna, ma che non sono specificatamente praticanti delle discipline sportive invernali, il valore che i medesimi attribuiscono ai vari fattori rappresentano in sostanza una «graduatoria» dei criteri di scelta della destinazione stessa. Destinazione che, per gli Italiani, deve soprattutto essere di fascino, valore indicato come primario con 1.843 punti. In sostanza, se la località non è in grado di generare forte appeal e se non può essere "raccontata", si sceglie un'altra destinazione. Come secondo fattore emerge il sistema ospitale (1.509 punti): per i nostri connazionali la possibilità di trovare alloggi confortevoli ed accoglienti – alberghieri od extra-alberghieri – in linea con il proprio desiderio è, quindi, anch'essa estremamente rilevante. È poi importante (1.489 punti) che la destinazione sia ben collegata, quindi facilmente raggiungibile, ma è assai importante anche che nella località vi sia una ristorazione che sappia trasmettere sapori del territorio (1.320 punti). Solo al quinto posto vi sono le piste da sci e la presenza di servizi dedicati alla pratica sportiva (1.144 punti): un valore, questo, praticamente in linea con la possibilità di trovare luoghi di divertimento ed intrattenimento (1.131 punti). Gli ultimi due fattori condizionanti la scelta della destinazione in montagna sono la presenza di aree di benessere, spa o terme (1.089 punti) e la ricchezza di negozi e di opportunità di shopping (830 punti). ***(vedi grafico n. 5)***

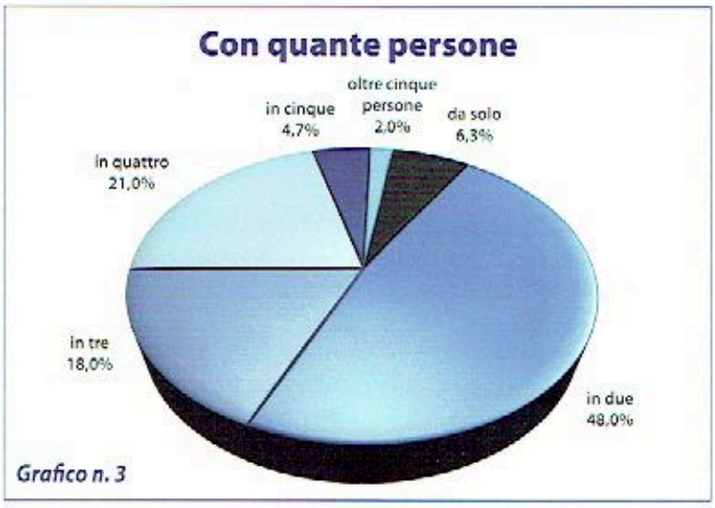

Grafico n. 3

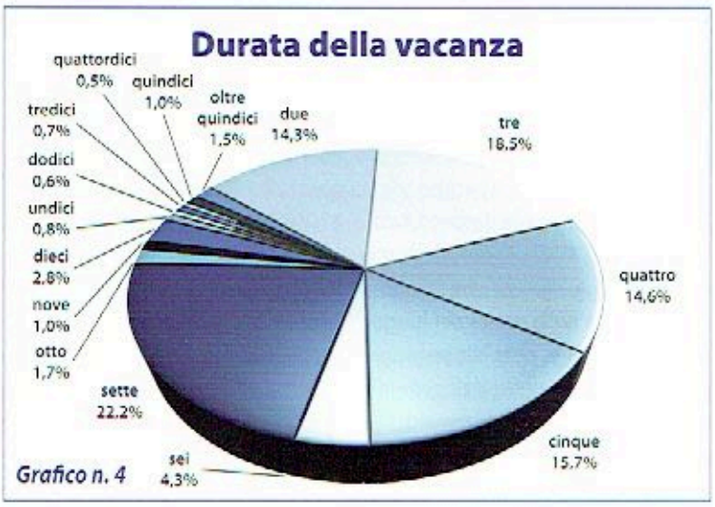

Grafico n. 4

Attenzione però: per gli Italiani vi sono sempre tre fattori che incidono nella pre-scelta della destinazione di vacanza:

a) il primo è la convenienza, intesa non tanto come vacanza cheap ma come la possibilità di usufruire di promozioni/offerte e di avere – sempre – un buon rapporto prezzo/qualità;

b) il secondo è il meteo, che condiziona in maniera palese la scelta sul fatto di trascorrere o meno un soggiorno in montagna n occasione dei fine settimana;

c) il terzo è il fattore novità. Se in una località vi è qualcosa di estremamente nuovo (per quanto riguarda la sperimentazione di discipline, servizi o accoglienza speciale, etc.), ciò è attrattivo.

Ma quanto hanno intenzione di spendere gli Italiani per questo soggiorno in montagna? Quando pensano a questa vacanza, gli Italiani prevedono di spendere – media nazionale – esattamente 585,50 Euro. Se consideriamo che la media/soggiorno è pari a 5,2 giorni, risulta così che gli Italiani sono disposti a spendere 112 Euro per ogni giornata di soggiorno in montagna.

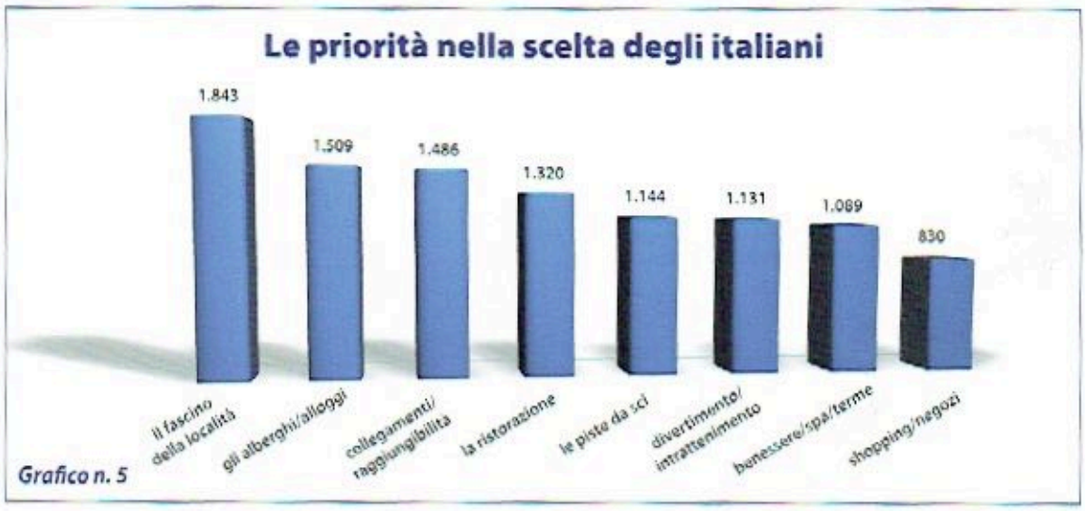

Grafico n. 5

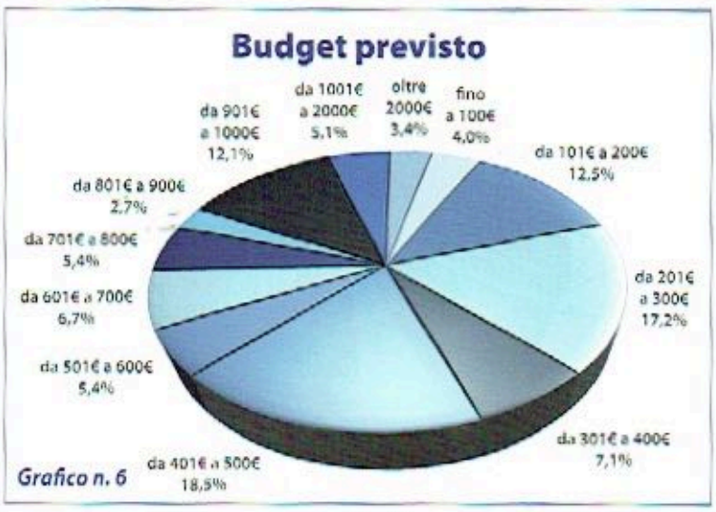

Grafico n. 6

Diversa, però, la propensione alla spesa – per la futura vacanza in montagna – tra gli uomini e le donne. Gli italiani di sesso maschile, infatti, prevedono di spendere in media 656,10 Euro, mentre le donne hanno una propensione di spesa più bassa, stabilizzata in 516,30 Euro (media nazionale). ***(vedi grafico n. 6)***

La quota maggiore degli Italiani che intende trascorrere una vacanza in montagna prevede di spendere tra i 401,00 Euro ed i 500,00 Euro (18,5%), come pure è alta la percentuale di coloro che hanno intenzione di spendere tra i 201,00 Euro ed i 300,00 Euro (17,2%) e di chi, invece, prevede una spesa variabile tra i 101,00 ed i 200,00 Euro (12,5%). Assai alta la percentuale degli Italiani che prevedono di spendere una cifra compresa tra i 901,00 ed i 1.000,00 Euro (12,1%); più bassa la quota di chi prevede di spendere tra i 301,00 Euro ed i 400,00 Euro (7,1%), mentre tutte le altre quote hanno indici inferiori ai 7 punti percentuali. L'altro elemento di analisi decisamente interessante è quello legato alle discipline sportive, vale a dire quale disciplina coloro che sono interessati ad andare in montagna – e non hanno mai praticato attività sportive sulla neve – genera in loro maggiore interesse e curiosità.

Dalla rilevazione emerge così che i nostri connazionali che intendono avvicinarsi, per la prima volta ad una disciplina sportiva in montagna, sono indirizzati soprattutto verso lo sci alpino nel 66,4% dei casi. Vi è poi una quota consistente – decisamente superiore a quella degli effettivi praticanti – che è interessata a provare la pratica dello snowboard (24,5%), mentre il 4,2% intende rivolgersi allo sci di fondo e quote più marginali vorrebbero provare il freeride ed altre attività più specifiche, come da esempio il telemark, lo snowkite o il pattinaggio su ghiaccio.

Significativo il fatto che la quota degli Italiani che intende vivere la neve passeggiando sulla neve con le ciaspole sia estremamente marginale, anche perché per la maggioranza dei nostri connazionali questa pratica non è considerata una disciplina sportiva. ***(vedi grafico n. 7)***

La «rappresentazione» della Montagna Bianca

Skipass Panorama Turismo ha voluto anche analizzare quale sia – dal punto di vista dei nostri connazionali – l'aggettivo che, dal loro punto di vista, meglio identifica la Montagna Bianca Italiana. Emerge così che la maggior parte degli Italiani interpreta la montagna bianca con la parola serenità (26,2%), riconoscendola quindi come location tranquilla, dove regna la pace, la calma ed il relax, quindi anche riposante, pacifica, capace di trasmettere benessere.

Alta anche la quota degli Italiani che associano al termine «montagna bianca» il fascino (19,1%), quindi gli elementi considerati straordinari, capaci di generare stupore, suggestione, magia. In questo contesto la montagna è indicata come grandiosa, spettacolare, incantevole e splendida, ma anche favolosa e di sublime bellezza.

Vi è poi, al terzo posto, l'associazione con il candore (15,7%), vale a dire la montagna bianca, candida, pura, innevata, luminosa ma anche abbagliante e pulita. L'8,3% degli Italiani, invece, identifica la montagna con il freddo, inteso però anch'esso in termini positivi, in quanto sinonimo di freschezza, inverno e salubrità. ***(vedi grafico n. 8)***

Seguono poi indicazioni come il divertimento (allegria, compagnia), sport (sci, camminate, etc.), natura (bellezza, ambiente), maestosità (imponente, grande), silenzio (ovatta, oblio), libertà ed altri aspetti positivi, come ad esempio l'intimità, il romanticismo, il sogno, etc.

È interessante notare che solo lo 0,3% degli Italiani si è espresso manifestando una connessione negativa con la montagna bianca, identificando la medesima con i termini di ansia, apprensione, inquietudine ed insicurezza.

«Brand destination», traino del desiderio degli Italiani

L'indagine svolta da Skipass Panorama Turismo nei confronti della popolazione italiana, ha permesso di avere indicazioni anche sulle località e sui territori che generano, in loro, attrattiva ed interesse per fare una vacanza. Se si considera quanto affermato in precedenza, vale a dire i primari «aggettivi» che i nostri connazionali attribuiscono alla montagna bianca – «serenità», «fascino», «candore» – si comprende anche come le località più desiderate dagli Italiani siano anche le destinazioni brand, quindi quelle più famose e con un brand, appunto, chiaramente riconosciuto anche da chi non frequenta la montagna italiana.

Attenzione: si tratta della destinazione desiderata, dove i nostri connazionali andrebbero se non avessero alcun problema né economico né di mobilità. Il luogo dove vorrebbero soggiornare in montagna, non quello dove in realtà andranno (se poi vi andranno in montagna).

Nell'elenco delle prime 10 destinazioni, la località più desiderata dal 31,1% degli Italiani risulta essere Cortina d'Ampezzo, seguita da Courmayeur (10,2%) e da Livigno (8,4%). Seguono poi Cervinia (4,8%), Sestriere (4,2%), Madonna di Campiglio (3,6%), Chamonix (2,4%), Canazei e Merano (entrambe con l'1,8%) e Bormio (1,2%). Tutte le altre località hanno indici inferiori all'1%. ***(vedi grafico n. 9)***

Se invece prendiamo in analisi gli ambiti territoriali, non vi è gara: in prima posizione assoluta si colloca il Trentino con il 52,7% dei desideri degli Italiani, seguito dall'Alto Adige con il 23,4%. Tutti gli altri ambiti territoriali montani conquistano quote di «sogno di vacanza» inferiori ai 7 punti percentuali.

I trend prevalenti nell'inverno 2018/2019

Mentre le destinazioni della Montagna Bianca Italiana – e gli imprenditori che vi operano – continuano a «studiare» come migliorare il proprio livello di appeal nei confronti degli ospiti, la rapidità di «mutazione» dei comportamenti degli ospiti è decisamente assai più veloce, in quanto condizionata da fenomeni spesso di brevissima durata. Il trend considerato più rilevante nella stagione 2018/2019 viene identificato come

«enjoy nature»: in sostanza, si traduce nella ricerca di luoghi dove poter vivere la natura (imbiancata), godendone la bontà dell'aria, la bellezza dei luoghi, la tranquillità dell'ambiente. Si tratta di una tendenza che cresce con l'aumentare delle famiglie che frequentano la montagna in inverno: famiglie, però, i cui componenti non sono tutti sciatori. Emerge infatti – dalle rilevazioni effettuate – come la montagna sia frequentata da famiglie nelle quali sciano o solo i figli, o il figlio/figli ed un genitore: in sostanza, vi è sempre almeno un componente della famiglia (spesso due) che, per soddisfare il piacere degli altri componenti, una volta giunto sulle piste entra nella fase del «che fare?». Queste persone – che rappresentano la vera sfida per le destinazioni turistiche invernali – in realtà sono anch'esse fortemente attratte dalla neve e desiderano vivere il medesimo ambiente dei propri familiari, anche facendo movimento. Questa è la nuova, primaria tendenza di questo inverno: per non essere considerati sedentari, ma anche perché vogliono anch'essi sentirsi più «in forma», questi italiani si dedicano in maniera sempre più consistente a percorsi nella natura, non un vero e proprio trekking invernale ma – per meglio dire – una passeggiata con scarponi chiodati tra i boschi, partendo dal punto d'ingresso alle piste (funivia, seggiovia o rifugio) per giungere – in un tempo di massimo 2/3 ore – al successivo rifugio dove potersi re-incontrare col resto della famiglia, per pranzare insieme.

Vi sono però ulteriori asset tendenziali che si confermeranno nell'imminente stagione invernale; alcuni di questi seguono un andamento in continua crescita negli ultimi anni, mentre altri si manifesteranno in maniera così palese sono nel prossimo inverno. Skipass Panorama Turismo ha identificato questi primari trend di mercato di carattere generale:

• **l'eccellenza «sale»:** le novità in termini di intrattenimento di qualità, ma anche le attività più cool e la ristorazione di eccellenza si spostano in alto, lungo le piste e nei rifugi. Sia che si tratti di attività da svolgere all'alba, al tramonto o durante la giornata, tutto ciò che è glamour esce dai tradizionali locali per svilupparsi ad alta quota;

• **ricerca di suggestioni:** esplode la ricerca, da parte dei turisti, di provare esperienze e suggestioni nuove, che si devono esprimere soprattutto al di fuori degli orari «convenzionali». All'alba od in tarda serata, interessa vivere momenti speciali i luoghi altrettanto speciali (sulle piste, nei rifugi, in quota, nelle piazze, etc.);

• **paesaggio invernale:** si conferma questo come un fattore chiave anche per il prossimo inverno. Da sempre la montagna bianca si traduce in «landscape innevato», ma in maniera ancora più significativa nella prossima stagione invernale il bianco diventa sinonimo di relax, di benessere, di piacere della vacanza;

• **sempre connessi:** in ogni luogo, sempre, serve essere connessi con i propri follower. La montagna evoca emozioni e paesaggi che, tutti, vogliono manifestare a coloro che conoscono, e questo deve poter avvenire ovunque, in un rifugio come sulla funivia.

Vi sono poi altre tendenze che fanno riferimento al sistema ospitale:

• **baite tipiche e rifugi:** si alza notevolmente la richiesta di poter soggiornare nelle baite ed in tutto ciò che permette un'esperienza «in quota», quindi anche rifugi che offrono ospitalità. Viene però richiesto flair alpino ed un livello di servizi di media/alta qualità, non standard;

• **appartamenti/residence:** è in forte crescita la richiesta per gli appartamenti, anche nei residence. L'importante è che siano localizzati nei centri delle località – vicino ai luoghi di socializzazione serale – o in prossimità delle piste;

• **sharing luxury:** l'esplosione dello sharing tourism e delle piattaforme che valorizzano ambiti territoriali spesso rimasti, sino ad oggi, ai margini dei flussi turistici, spingono flussi turistici verso le località di montagna. E ciò funziona, in particolar modo, per le offerte lusso;

• **boutique hotel:** se da un lato si conferma la richiesta di resort e strutture alberghiere in grado di offrire ogni comfort, dall'altro si alza la richiesta per piccoli boutique hotel, veri e propri gioielli dove l'inconfondibile stile alpino si confonde con modernità e design. Ancora poche le offerte di questo tipo in Italia;

• **winter glamping:** il glamping nella sua formula invernale, che si sviluppa sempre attorno ad una formula plein air di mobilhome e boungalow di alto livello qualitativo, in stile alpino, immerse nella natura incontaminata ed imbiancata.

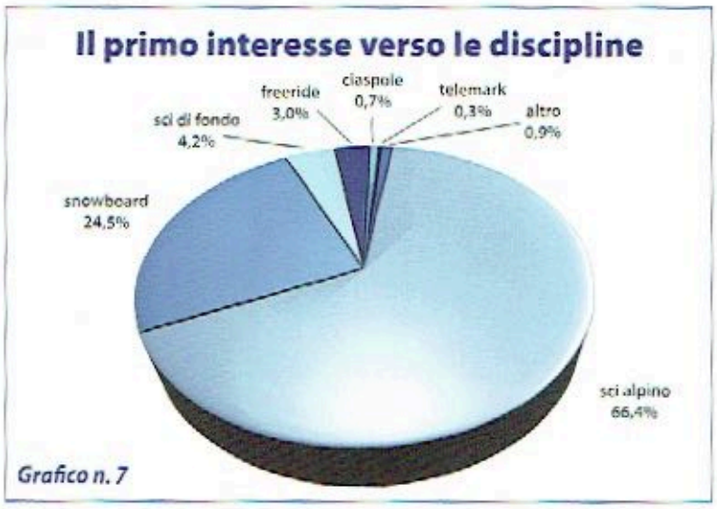

Grafico n. 7

Grafico n. 9

Pertanto, in un'epoca nella quale si fa sempre più marcato il bisogno di contatto con la natura, chi frequenta la montagna miscela le proprie attività per stare meglio fisicamente, rilassare la mente e godere dei piaceri che offre la località. In questo contesto si conferma – da parte sia degli Italiani ma anche degli ospiti stranieri – la ricerca di una nuova modalità di divertimento, che si sposta anch'essa tra i boschi, sulle piste, sotto la neve. La musica ed i party, gli appuntamenti più glamour e quelli trendy si svolgeranno sempre di più in luoghi all'aperto.

È cresciuta l'abitudine alle prenotazioni anticipate

Un dato positivo – indicato come previsione per la stagione invernale 2018/2019 ed in significativa controtendenza rispetto a quanto manifestatosi negli ultimi anni – è quello relativo all'incremento delle prenotazioni anticipate, relativamente alla vacanza principale. Se, infatti, negli ultimi anni la prenotazione del soggiorno in montagna si è sempre

GEA
Fun Experience

superSLOPE
Emozioni in discesa

activePARK
Parchi ludici e sportivi

INside
Interni da vivere

TECHline
Avventure hi-tech

TRASFORMIAMO I TUOI SPAZI IN MEMORABILI EMOZIONI

In oltre 20 anni abbiamo affiancato centinaia di aziende nella realizzazione di allestimenti per il divertimento in montagna, mare e città. Grazie ad un'attenta progettazione, le abbiamo aiutate a ridisegnare e potenziare l'attrattività del loro business con soluzioni su misura ed attrezzature professionali.

Contattaci per nuove idee e soluzioni

GEA Srl - Langhirano (PR) Italy - Tel. +39 0521 853262 - www.geafunexperience.com

Grafico n. 8

Tabella n. 3

disciplina "primaria"	praticanti 2010/2011	praticanti 2011/2012	praticanti 2012/2013	praticanti 2013/2014	praticanti 2014/2015
sci alpino	2.050.000	2.055.000	2.080.000	2.085.000	2.093.000
sci di fondo	310.000	280.000	290.000	294.000	302.500
snowboard	590.000	585.000	515.000	495.000	489.000
scialpinismo	33.000	36.500	41.000	48.000	52.500
freestyle	94.000	97.000	104.000	114.000	117.000
ciaspole	322.000	355.000	435.000	480.000	505.000
altre discipline	92.000	98.500	102.000	155.000	169.000
totale	**3.491.000**	**3.507.000**	**3.567.000**	**3.671.000**	**3.728.000**

Tabella n. 4

disciplina "primaria"	praticanti 2015/2016	praticanti 2016/2017	praticanti 2017/2018	praticanti 2018/2019	variazione %
sci alpino	2.162.000	2.220.000	2.295.000	2.345.000	+2,2%
sci di fondo	295.000	304.200	302.000	305.600	+1,2%
snowboard	524.000	498.500	516.500	556.000	+7,6%
scialpinismo	72.000	87.000	93.000	93.400	+0,4%
freestyle	128.500	128.800	131.500	136.000	+3,4%
ciaspole	503.000	505.500	502.000	445.000	-11,3%
altre discipline	155.000	154.000	161.000	155.000	-3,7%
totale	**3.839.500**	**3.898.000**	**4.001.000**	**4.036.000**	**+0,9%**

più spostata a ridosso della vacanza stessa, per l'imminente stagione invernale si nota come le prenotazioni effettuate nel periodo agosto/metà ottobre siano aumentate di oltre 8 punti percentuali rispetto a quelle fatte nello stesso periodo dello scorso anno.

Questo fenomeno si manifesta:

• da un lato, grazie alle politiche commerciali delle strutture ricettive che hanno avviato promozioni ed agevolazioni per favorire le prenotazioni anticipate;

• dall'altro, per una scelta «prioritaria» di coloro che, ben oltre la competizione sul prezzo, vogliono trascorrere la propria vacanza in quella determinata località, in una specifica struttura e nel periodo di massima concentrazione turistica.

Pertanto, a metà ottobre 2018, la quota delle camere già prenotate – anche tramite OLTA e, quindi, con eventuale opzione di disdetta – è stata pari al 26,1% sul totale ricettivo della Montagna Bianca Italiana, rispetto ad un 17,8% che si riscontrava lo scorso anno, nello stesso periodo. Le prenotazioni effettuate si sono concentrate in due periodi, ambedue considerati di altissima stagione: quello che va dal 22 dicembre di quest'anno al 6 gennaio del 2019 (con una richiesta esplosiva per il periodo 27 dicembre/2 gennaio) e la settimana di Carnevale (1/10 marzo 2019). Se questa tendenza è valida per quanto riguarda la prenotazione della vacanza primaria, non lo è per coloro che decidono di trascorrere un fine settimana in montagna: in questo caso le prenotazioni «sotto data» rappresentano una regola costante, anche queste in costante crescita e fortemente condizionate dalle previsioni meteo. Pertanto, se da un lato aumentano le prenotazioni effettuate con largo anticipo – per le vacanze primarie – e, dall'altro, sono in crescita quelle effettuate pochi giorni prima della partenza – per quanto riguarda gli short break – si manifesta come le prenotazioni, nell'inverno 2018/2019, avverranno con la seguente temporalità:

• per la vacanza primaria sulla neve: 32 giorni prima del consumo del soggiorno (media nazionale);

• per lo short break/fine settimana in montagna: 3 giorni prima del consumo del soggiorno (media nazionale).

Tendenze ed indicatori delle discipline sportive

Rispetto alla passata stagione invernale, Skipass Panorama Turismo segnala alcuni indicatori tendenziali per quanto riguarda le discipline sportive che si praticano in montagna, durante l'inverno. Tra quelli più significativi che si manifesteranno nella stagione invernale 2018/2019, si segnala:

• **sci gourmet:** si tratta di percorsi sugli sci per piccoli gruppi, attraverso i quali si raggiungono luoghi – spesso baite in alta quota – dove uno chef è a disposizione per la preparazione di una cena "stellata", dedicata in esclusiva al gruppo;

• **esplosione per lo skitour:** questa formula è sempre più richiesta, in quanto permette – agli sciatori più appassionati e competenti – di vivere anche in una giornata l'esperienza di un vero e proprio tour, attraverso vari passi;

• **splende lo sci alpino:** nuova ondata di sciatori, verrebbe da dire. In effetti, mentre l'età media degli sciatori tende sempre di più ad innalzarsi, in questo inverno vi sarà l'immissione di sciatori first time come mai era capitato dal 2010 ad oggi, ma vi sarà anche la maggior quota di abbandono dell'ultimo quinquennio;

• **in calo le ciaspole:** dopo aver conosciuto anni di crescita esponenziale, in questo inverno si segnala una drastica riduzione degli utilizzatori di ciaspole, che si ridurranno di oltre il 10%;

• **passeggiate in natura:** esplode la moda delle passeggiate in natura, sulla neve. Questa formula risponde all'esigenza di vivere la natura, di praticare movimento ed, al tempo stesso, di dosare tempi e limiti fisici senza la competizione (che oggi si riscontra anche nei tour guidati con le ciaspole).

Oltre a queste tendenze, si conferma come tutte le destinazioni montane – siano esse alpine o appenniniche – stiano sempre più indirizzando i propri sforzi e gli investimenti per garantire:

• da un lato, un innevamento perfetto anche in condizioni meteo negative, grazie all'innevamento programmato;

• dall'altro, una serie di opzioni rivolte a coloro che, all'interno di un nucleo familiare, non praticano discipline sulla neve.

Si nota anche una crescita per quanto riguarda l'utilizzo di piste «facili»: tale richiesta proviene, in particolar modo, dai mercati asiatici, i cui residenti manifestano un grande interesse verso le destinazioni "brand" della Montagna Bianca Italiana ma richiedono, appunto, piste semplici per l'apprendimento. Ma anche maestri di sci che abbiano padronanza della lingua straniera.

Sebbene marginale alla pura attività sportiva, è utile indicare anche lo sviluppo delle aree dedicate ai bambini, che vengono segnalate in que-

YAMALUBE

VK Professional II EPS.
Nata per dominare la neve.

YT660

I nostri spazzaneve vi consentiranno di aprire percorsi più ampi e rimuovere la neve in modo agevole e silenzioso.

Trasformiamo ogni salita in una discesa.
Il motore a iniezione elettronica da 1.049 cc e la diversa configurazione dell'airbox hanno consentito di ridisegnare l'intera motoslitta, dal frontale alla sella, dal serbatoio al parabrezza, per ottimizzare ergonomia e comfort. Pronta ad affrontare le condizioni di neve più estreme, VK Professional II EPS si conferma ai vertici mondiali della categoria utility.
Dove e quando c'è neve, affrontala con la tua Yamaha.

Concessionari Ufficiali

Nonsolomoto Snc di Susanna S.
Via Feltre, 82/D - Sedico (BL)
tel. 0437.838510

Team Adventure Madesimo Srl
Via Emet, 43 - Madesimo (SO)
tel. 0343.56222

Team Lacroce di Lacroce Fausto
Via Nazionale, 165/A - Villar Perosa (TO)
tel. 0121.514950

YAMAHA
Revs Your Heart

Servizio Clienti 848.580.569* www.yamaha-motor.it Seguici su:

sta sezione in quanto, molto spesso, rappresentano un servizio complementare alla pratica sportiva. I kinder park sono funzionali per due motivi: sia nel caso in cui i genitori – lasciando i propri figli nei kindergarden sulle piste – possono dedicare tempo allo sci, sia per il fatto che qui vi è il primo approccio sportivo dei bambini al "mondo della neve". È, quest'ultimo, l'elemento di maggiore interesse, perché da questi "campi scuola" nasce e si sviluppa la passione per lo sci delle future generazioni.

Ma, oltre alle tendenze, l'analisi di Skipass Panorama Turismo punta a cogliere i «numeri» dei praticanti delle varie discipline, come pure gli indicatori tendenziali, utili per comprendere in quale direzione stanno andando le preferenze degli sciatori italiani, quali sono le discipline in crescita e quelle, invece, che vedono ridurre il numero dei praticanti. ***(vedi tabelle n. 3 e 4)***

Risulta pertanto sostanzialmente stabile il numero complessivo degli "sportivi sulla neve": occorre sempre precisare che trattasi degli Italiani che praticano la disciplina sportiva in maniera attiva, con una periodicità costante negli anni e durante l'inverno. Altro elemento importante è quello relativo a coloro che praticano più discipline, vale a dire gli «swingers», i cosiddetti «scambisti delle discipline» in quanto praticano – in maniera indifferenziata – almeno due discipline sportive sulla neve. Questi provetti sciatori sono stati calcolati solo all'interno di quella che per loro è la «disciplina primaria».

Pertanto, nell'inverno 2018/2019, nonostante una drastica riduzione degli utilizzatori delle ciaspole – attività che perde 57.000 praticanti – il numero complessivo degli Italiani che praticano almeno una disciplina sportiva sulla neve rimarrà superiore alla quota dei 4 Milioni.

Quindi, rispetto allo scorso anno, oltre alle ciaspole anche le altre discipline "minori" perdono quote di partecipanti. Per il resto, tutte le altre discipline acquisiscono nuovi fruitori, ed in particolare:

- **lo sci alpino:** continua a crescere il numero dei praticanti dello sci alpino, con un incremento di 50.000 nuovi praticanti ed un incremento percentuale, rispetto allo scorso anno, del +2,2%;
- **lo sci di fondo:** anche in questo caso vi è una leggera crescita sia in numero assoluto (3.600 nuovi praticanti) come pure in dato percentuale (+1,2%);
- **lo snowboard:** dopo la crescita dei praticanti manifestatasi lo scorso inverno, sarà l'inverno 2018/2019 a segnare indici in forte crescita, segnando 39.500 nuovi praticanti ed un incremento percentuale del +7,6%;
- **lo sci alpinismo:** sostanzialmente stabile il numero dei praticanti;
- **il freestyle:** continua, anche per quest'anno, l'incremento dei praticanti di questa disciplina con un +3,4%, che significano ulteriori 4.500 nuovi freestyler italiani;
- **le ciaspole:** la decrescita di coloro che passeggiano con le ciaspole è evidente e segna un – 11,3%, perdendo pertanto 57.000 praticanti;
- **le altre discipline:** anche in questo caso, dopo la fase di sperimentazione, gli Italiani tornano a praticare le discipline tradizionali. Vi è quindi una perdita di 6.000 partecipanti (-3,7%).

Pertanto, lo sci alpino detiene ben il 58,1% dell'intero sistema sportivo sulla neve, mentre la quota degli Italiani snowboarders è pari al 13,8%. Coloro che utilizzano le ciaspole rappresentano una percentuale dell'11%, mentre lo sci di fondo conquista una quota del 7,6%, freestyle e scialpinismo rappresentano rispettivamente il 3,4% ed il 2,3%, sul totale degli Italiani che praticano sport sulla neve. ***(vedi grafico n. 10)***

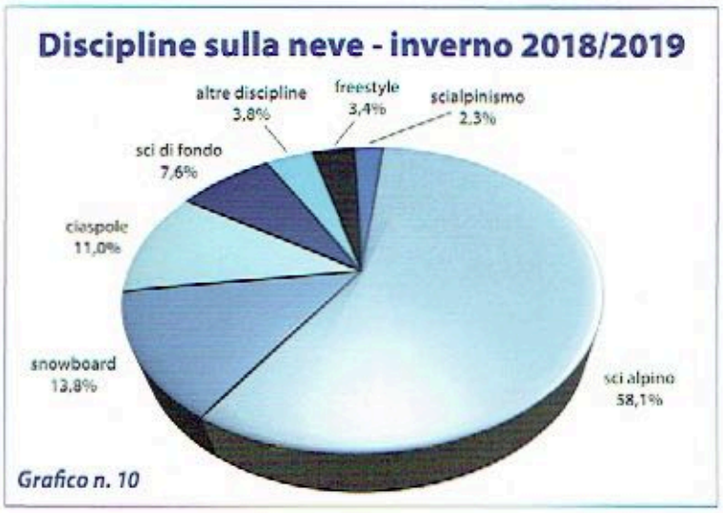

Grafico n. 10

Fatturati e presenze: le previsioni per l'inverno 2018/2019

Sulla base degli indicatori sinora espressi, le previsioni per la prossima stagione invernale risultano essere quindi positive. Si tratta, questo, di un comparto turistico di grande rilievo all'interno del "sistema turismo Italia": infatti 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 oggi, a livello nazionale, l'11,2% del complessivo sistema del turismo italiano. Per la stagione invernale 2018/2019 le previsioni e gli indicatori di Skipass Panorama Turismo permettono di identificare in maniera chiara il fatturato del sistema nazionale della montagna bianca, nonché i dati relativi ad arrivi e presenze degli ospiti – italiani e stranieri – nel loro complesso:

- **5 miliardi 54 milioni di Euro** il fatturato del sistema ospitale nella sua complessità di strutture ricettive alberghiere ed extra-alberghiere (alberghi, villaggi, B&B, residence, baite, agriturismi, case vacanza, alloggi in affitto, etc.):
  - incremento del +3,3%;
- **5 miliardi 60 milioni di Euro** è il fatturato dei servizi quali noleggio attrezzature, maestri di sci, skipass ed impianti di risalita vari, etc., vale a dire i servizi collegati alla pratica delle discipline sportive sulla neve;
  - incremento del +5,2%;
- **1 miliardo 278 milioni di Euro** è l'ulteriore fatturato generato da altri servizi quali ristorazione, commercio, attività ricreative e di divertimento, etc.;
  - incremento del +4,7%.

Il fatturato complessivo del sistema toccherà quota **11 miliardi 392 milioni di Euro**, comprensivi anche dei costi di viaggio per raggiungere le destinazioni di montagna, con un incremento complessivo di 4,3 punti percentuali. È la prima volta nell'ultimo decennio – dalla crisi che ha colpito tutta l'economia, anche quella turistica, dal 2008 in poi – che il comparto della Montagna Bianca Italiana supera quota 11 Miliardi di fatturato. Per quanto riguarda gli arrivi, si prevede un incremento pari al +3,6%, mentre per quanto riguarda le presenze gli indicatori segnano un +4,1%. Skipass Panorama Turismo manifesta, pertanto, come la stagione invernale 2018/2019 sarà il terzo anno consecutivo a segnare indicatori positivi, sia in termini di fatturato sia per quanto riguarda arrivi e presenze.