Comunicazione/Stampa Srl
Via Derta 8 22020 Cavallasca - Como
Poste Italiane SpA
Spedizione in abbonamento postale
D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 nr. 46)
art. 1, comma 1, DCB Milano

OSSERVATORIO LEGALE
Il turismo scolastico invernale come opportunità di crescita per la montagna bianca p.68

OSSERVATORIO TURISTICO
La forza della montagna bianca ... più forte degli inverni anomali p.58

MOTORI SULLA NEVE
Anteprima motoslitte 2018 p.10

professione MONTAGNA

Anno XXX° n° 143 Settembre/Ottobre 2017

ECOLOGIA
L'innevamento tecnico alla prova della sostenibilità ambientale p.8

ASSOCIAZIONI/CONVEGNI DI PRIMAVERA
• O.I.T.A.F. Bolzano Giugno 2017 p.24

La forza della MONTAGNA BIANCA ...più forte degli inverni anomali

Nonostante le bizzarrie meteorologiche sempre più imprevedibili, nonostante che (ad esempio) sulle Alpi Occidentali abbia nevicato tantissimo e sulle Alpi Orientali pochissimo, il bilancio dell'economia indotta dal turismo invernale trainato dallo sci registra eccellenti segnali di positività per l'inverno 2016/17 grazie (anche e soprattutto) alle tecnologie e agli investimenti ormai capaci di sostituire la neve naturale con la neve tecnica per garantire la sciabilità delle stazioni invernali. Lo dice l'annuale e fondamentale «Consuntivo stagione invernale» prodotto dall'Osservatorio Italiano del Turismo Montano a cura dell'agenzia JFC di cui pubblichiamo ampi stralci in queste pagine. Il centro di ricerca specializzato nell'indagine sul mercato del turismo e degli sport invernali promosso da Modena Fiere ha monitorato i flussi di arrivi e presenze, l'andamento turistico, economico, commerciale della filiera legata alla frequentazione della montagna invernale italiana compulsando e valutando i dati provenienti dagli operatori professionali di 61 stazioni sciistiche e utilizzando, come ulteriore indicatore, l'indice EBITDA che definisce il tasso lordo di redditività di un'impresa. A conti fatti risulta evidente che in Italia il fascino della montagna bianca è intatto e continua ad attirare l'utenza sia italiana che straniera con una offerta di eccellente qualità che produce un fatturato complessivo attorno ai 10 miliardi di Euro

Soddisfazione generale per la stagione invernale che abbiamo alle spalle: questo può essere il tema predominante che emerge dal consuntivo di Skipass Panorama Turismo relativamente alla stagione invernale 2016/2017. Di certo l'elemento primario della stagione è stata la certezza (per gli sciatori) di avere sempre (e quasi ovunque) piste perfettamente innevate e sempre aperte, nonostante diverse località dell'arco alpino dell'area Nord-Est abbiano sofferto di scarse precipitazioni nevose. Si tratta, questa, di una conseguenza dettata da passate stagioni nelle quali la mancanza di neve ha obbligato molte società di gestione degli impianti ad investire in questo ambito, e che ha permesso a tutti i territori di non farsi trovare impreparati. In sostanza, sono le stesse società degli impianti a fune che rappresentano l'hardware del sistema turistico invernale, soprattutto negli ambiti dove quest'anno non ha quasi mai nevicato, vale a dire le Dolomiti venete e quelle trentine. In un contesto dunque positivo, vi sono state destinazioni che hanno segnato indici in forte crescita ed altre che hanno fatto registrare indici sostanzialmente stabili, con alcuni elementi caratteristici riscontrabili a macchia di leopardo sull'arco alpino e sul versante appenninico:

- soddisfazione in **Valle d'Aosta**, grazie soprattutto ad un incremento degli ospiti stranieri, con inglesi, svizzeri, francesi e russi su tutti;
- molto bene l'andamento a **Sestriere e Sauze d'Oulx**, con forti indici di crescita da parte degli ospiti inglesi e francesi, come pure a **Bardonecchia**;
- a **Bormio** la stagione invernale è stata la migliore dell'ultimo triennio, con Repubblica Ceca e Regno Unito quali mercati esteri che generano le maggiori presenze;
- in **Alto Adige** l'andamento è stato in linea con i risultati dello scorso anno, con alcune località che segnano dati in leggera riduzione rispetto allo scorso anno, con i maggiori incrementi rilevati da Svezia, Regno Unito e Russia;
- buona anche la stagione in **Val di Sole**, con un incremento più significativo per le piccole località (ad esempio Peio) rispetto a quelle di maggiori dimensioni (come Folgarida e Marilleva); forte incremento di ospiti provenienti dalla Polonia e dalla Repubblica Ceca;
- soddisfacenti anche i risultati – in termini sia di presenze che di fatturato – per la **Val di Fiemme** – dove il primo mercato estero è quello polacco, mentre in **Val di Fassa** si è avuto un calo di qualche punto percentuale; anche qui la Polonia rappresenta il primo mercato estero, seguita da Germania, Russia e Danimarca;
- stessa situazione anche a **Madonna di Campiglio-Pinzolo**, che segna leggeri indici di crescita, con i maggiori valori incrementali per gli ospiti polacchi, russi ed inglesi;
- stabilità anche per **Cortina d'Ampezzo**, con riduzione degli italiani ed incremento degli ospiti stranieri, come pure per **le altre località venete** e per quelle del **Friuli Venezia Giulia**;
- sostanziale stabilità per le località sciistiche dell'Appennino **toscano e dell'Emilia Romagna**, nonostante un inizio ritardato ed una chiusura anticipata, causa mancanza di neve;
- difficile, invece, la situazione **nelle località del dorsale appenninico del centro Italia**, sia quelle abruzzesi e molisane sia quelle dell'area laziale (Terminillo), dove allarmi e scarsità di neve hanno inciso pesantemente;
- bene, invece, le piccole località sciistiche della **Calabria** – che però hanno percentuali irrisorie di clientela straniera – e quelle **siciliane**.

Quando l'ospitalità fà rima con l'eccellente qualità

Per quanto riguarda **il sistema ospitale**, sono stati gli alberghi di qualità e di categoria superiore ad ottenere le migliori performances, anche grazie alla presenza di piscine

e centri benessere interni alle strutture. Un'altra tendenza manifestatasi (da parte degli Italiani) è stata la riduzione del soggiorno ed il corrispondente «passaggio» a strutture ricettive più prestigiose. Si è notato altresì, in circa la metà delle destinazioni monitorate, un incremento sia dei week end lunghi sia delle settimane bianche. Il mese che ha dato le maggiori soddisfazioni a livello nazionale è stato febbraio. In merito **all'intrattenimento**, in fortissima ascesa la richiesta di ristorazione in quota, come pure si conferma l'interesse per tutto ciò che è animazione per i piccoli ospiti, sulle piste come pure nelle località e nelle strutture. In sostanza, le positive previsioni di Skipass Panorama Turismo sono state leggermente superate: quest'anno la mancanza di neve ha «colpito» solo l'area alpina Nord-Est del Paese, che però ha mantenuto le posizioni acquisite in quanto a market share, mentre tutta l'area Nord-Ovest ha ottenuto ottimi risultati, con le località piemontesi ed il comprensorio della Via Lattea su tutte.

In anni come questi, però, non ci si può limitare ad interpretare i dati relativi alle presenze ed ai fatturati: serve una riflessione ulteriore, perché il vero elemento differenziale è dato dalla redditività delle aziende che compongono la filiera turistica della montagna bianca italiana. Anche per questo motivo Skipass Panorama Turismo ha quindi voluto confermare l'indicatore utilizzato lo scorso anno, che è l'EBITDA (Earning Before Interest Taxes Depreciation and Amortization) (1), vale a dire il risultato aziendale prima degli interessi, imposte ed ammortamenti, ovviamente basato sulle vendite/fatturato della stagione invernale nella sua complessità. Si tratta di un parametro che riteniamo di grande interesse perché, come si vedrà più avanti, se le presenze ed i fatturati sono elementi di valutazione sì interessanti ma non esaustivi circa la redditività, l'EBITDA non lascia scampo alla singola interpretazione, in quanto indica la redditività aziendale, indipendentemente dal fatturato e/o dalle presenze stesse.

L'attrazione irresistibile dello «snow appeal»

Anche quest'anno, terminata la stagione invernale, il «circo bianco italiano» tira quindi le somme: il primo risultato che emerge è quello di un settore che continua a generare appeal, spostandosi sempre di più dalla «sola vacanza attiva» al «leisure completo». A tal proposito è utile ricordare che questo comparto risulta essere, in ambito turistico, quello più complesso, in quanto si sviluppa attorno ad una filiera composta da un'enormità di servizi ed aziende, spesso molto articolate per quanto riguarda la gestione e gli investimenti, il sistema di accoglienza e dei servizi complementari, etc., incidendo fortemente anche sui servizi locali. L'inverno 2016/2017 ha chiuso pertanto con segnali in positivo, sia in termini di presenze sia di fatturato: emerge inoltre un dato positivo anche per quanto riguarda il risultato aziendale che, comparato allo scorso anno, manifesta un indice decisamente interessante. L'Osservatorio Italiano del Turismo Montano ha infatti inteso analizzare l'andamento complessivo della stagione invernale: sono state prese in considerazione non solo le presenze, i fatturati e l'EBITDA ma, in maniera più completa, tutti i fattori che hanno inciso sull'andamento stagionale. Skipass Panorama Turismo svolge questa attività grazie all'interpretazione di tutti quegli indici utili a comprendere i fenomeni che hanno condizionato (e condizioneranno in futuro) il settore più complesso del Turismo italiano che è appunto quello della montagna bianca: un settore, questo, che vede il coinvolgimento di diversi servizi; da quello ricettivo agli impianti di risalita, da quello ristorativo alle scuole di sci, dalle opzioni di divertimento e svago alle opportunità di benessere, dalle seconde case al sistema dei consorzi turistici, etc. Il modello di analisi di Skipass Panorama Turismo prende infatti in esame l'insieme degli operatori che ruotano attorno al "sistema neve", perché solo in questa maniera è possibile avere un quadro scientifico ed attendibile di questo settore, sottoponendo ad analisi ben 61 destinazioni a livello nazionale. Per l'anno in corso è stata altresì effettuata una prima analisi tendenziale sull'andamento della prossima stagione estiva, sempre facendo riferimento alle destinazioni monitorate da Skipass Panorama Turismo durante l'inverno. In questo caso si nota ottimismo: gli stessi operatori intervistati, come pure i referenti degli IAT, dei Consorzi, delle imprese dei servizi, etc., intravvedono nell'imminente estate segnali positivi, in linea con la stagione invernale appena terminata.

Una stagione positiva con un Carnevale da record

Dopo le festività di Natale e Capodanno il periodo di Carnevale è, da sempre, il periodo che registra la maggiore percentuale di occupazione, con un conseguente incremento anche dei prezzi. Skipass Panorama Turismo ha inteso analizzare l'andamento circa la situazione in termini di prenotazioni, prezzi, offerte, indice di occupazione, etc. del sistema ricettivo operante nelle **61 destinazioni** sottoposte a monitoraggio (2). Il periodo di Carnevale si conferma, anche per l'inverno 2016/2017, con ottimi indici di occupazione. Infatti, nel periodo 25 febbraio/5 marzo 2017 il sistema turistico della Montagna Bianca Italiana ha incassato circa **100 milioni di Euro al giorno, per complessivi 905 milioni 814mila Euro**. Il costo di un soggiorno per la settimana di Carnevale – per una famiglia (2 adulti e 1 bambino) – è stata pari a **2.004,00 Euro** (3), per il solo soggiorno, escludendo quindi i costi relativi alla pratica sportiva. Il primo dato che è emerso da questa fase di ricerca è stato chiarissimo: nel periodo di Carnevale le promozioni «si bloccano». Basti pensare che **solo l'1,6%** delle strutture ricettive (4) propone, in questo periodo, anche l'offerta «**skipass incluso**»: tutte le altre escludono l'offerta a priori. Altro dato interessante riguarda **l'occupazione** (5). Infatti, sempre facendo riferimento alle strutture ricettive analizzate, emerge che:

- a livello nazionale, già 15 giorni prima del periodo di Carnevale, ben il 21,2% delle

NOTE:
1 valutazione effettuata solo su base delle interviste CATI – vedi metodologia
2 metodologia Skipass Panorama Turismo 3 valore medio nazionale
4 sul totale delle strutture analizzate – vedi metodologia
5 stato dell'arte in data 9 febbraio 2017
6 la media occupazione sul totale delle strutture ospitali
è stata calcolata in data 9 febbraio 2017
7 valore ponderato e calcolato sulla totalità delle strutture ricettive rispondenti,
senza differenziazione di classifica, con trattamento HB
8 rilevazione sul «mercato» realizzata attraverso 1.004 interviste CATI
e 996 interviste CAWI ad italiani – vedi metodologia
«Situazione Congiunturale Montagna Bianca Italiana – Inverno 2016-2017
– Previsioni e Tendenze»

strutture ricettive segnavano il «sold out» per questa settimana di vacanza;
- tale indice decresceva gradualmente spostandosi dalle località delle alpi centrali (Trentino Alto Adige: 29,3%) a quelle delle alpi occidentali (26,9%) sino a quelle delle alpi orientali (5,7%), per poi diminuire ancora di più per quanto riguarda le strutture delle località appenniniche (2,3%);
- le strutture classificate 4 stelle sono state quelle che hanno segnato le maggiori percentuali di «tutto esaurito» per il periodo (27,5%), sempre valutando la situazione 15 giorni prima della settimana di Carnevale.

Tra le località alpine, quelle che hanno segnato (con l'analisi in oggetto, quindi quindici giorni prima della data di Carnevale) gli indici di occupazione più alti per il periodo, sono state quelle della Provincia di Trento (73,1%), mentre quelle con gli indici di occupazione più bassa sono state quelle del Friuli Venezia Giulia (51,7%) (6) : qui vi era anche una delle poche località italiane – Tarvisio skipass incluso - dove era possibile trovare, per Carnevale, offerte di alloggio con skipass incluso.
Skipass Panorama Turismo ha anche analizzato la spesa che una famiglia italiana doveva sostenere per trascorrere la settimana di Carnevale (dal 25 febbraio al 4 marzo) sulle piste delle nostre località montane. Dalla rilevazione è emerso che un nucleo familiare composto dai genitori e da un figlio di età inferiore agli 8 anni ha dovuto prevedere una spesa media per il solo soggiorno (con trattamento di mezza pensione) pari ad **Euro 2.004,00**. Prezzo che ovviamente variava a seconda della categoria della struttura ricettiva prescelta, infatti:

- il prezzo medio, a livello nazionale, per il nucleo familiare che ha scelto un hotel **2 stelle** è stato pari ad Euro 1.184,00 (sempre con trattamento di mezza pensione);
- per chi ha preferito un hotel **3 stelle**, il prezzo medio – sempre a livello nazionale si è assestato a 1.694,00 Euro (sempre con trattamento di mezza pensione);
- per un hotel di categoria **4 stelle**, sempre con trattamento di mezza pensione, il prezzo per il soggiorno del nucleo familiare è salito sino a 2.908,00 Euro (media a livello nazionale). Riportando questa analisi sugli ambiti territoriali, è emerso quale sia stato **il territorio regionale più costoso per dormire e quello dove si è speso di meno** per la settimana di Carnevale (7):
Alto Adige e Valle d'Aosta: le strutture turistiche che operano nelle località di questi due ambiti territoriali sono quelle dove è stato necessario spendere di più per soggiornare a Carnevale: 2.381,00 Euro come media in Alto Adige e 2.282,00 Euro in Valle d'Aosta, sempre come media. Si è speso di meno della metà per soggiornare in una struttura dell'arco appenninico, mentre – tra gli ambiti alpini – le località più economiche sono risultate essere quelle della Regione **Piemonte** e, a seguire, quelle del **Friuli Venezia Giulia** sempre per il solo soggiorno in hotel con trattamento di mezza pensione (media regionale). Un'analisi, questa, che ha valutato solo il costo del soggiorno e non la qualità percepita ed offerta dalle strutture. E' infatti utile ricordare, a tal proposito, come la «classifica delle destinazioni montane italiane» stilata da Skipass Panorama Turismo in previsione di questa stagione invernale (8) abbia indicato nelle prime 10 posizioni - come «località con i migliori alberghi» – tre località dell'Alto Adige (due delle quali in prima e seconda posizione) e 2 località della Valle d'Aosta. A questa spesa sono stati ovviamente aggiunti i costi per lo skipass, come pure eventuali costi di noleggio attrezzature, maestri di sci,
etc., ma anche le spese per attività ricreative, shopping, tassa di soggiorno (ove presente), etc. Skipass Panorama Turismo ha anche valutato «il valore» di questo periodo nella «bilancia» dell'economia turistica del settore, considerando turisti ed escursionisti, sia italiani che stranieri. Nella stagione invernale 2016/2017 la settimana di Carnevale ha «pesato» sulla bilancia turistica della Montagna Bianca Italiana per il **9,2% del totale del fatturato stagionale**: nello specifico, nel periodo che da sabato 25 febbraio a domenica 5 marzo (considerando quindi anche questa domenica), Skipass Panorama Turismo ha stimato un fatturato – per la Montagna Bianca Italiana – pari a **905 Milioni 814mila Euro**, così suddivisi:

PREZZO MEDIO SOGGIORNO IN HOTEL FAMIGLIA 2 ADULTI+1 BAMBINO – TRATTAMENTO HB

Alto Adige	2.381,00
Valle d'Aosta	2.282,00
Veneto	1.676,00
Trentino	1.441,00
Lombardia	1.428,00
Friuli Venezia Giulia	1.335,00
Piemonte	1.234,00
Località appenniniche	1.028,00

- **404 milioni 950mila Euro** è stato il fatturato del sistema ospitale nella sua complessità di strutture ricettive alberghiere ed extra-alberghiere;
- **399 milioni 580mila Euro** è stato 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;
- **101 milioni 283mila Euro** è stato l'ulteriore fatturato generato da altri servizi quali ristorazione, commercio, attività ricreative e di divertimento, etc.

Quindi, in questo periodo (da sabato 25 febbraio a domenica 5 marzo) il sistema turistico nazionale della Montagna Bianca ha incassato circa **100 Milioni di Euro al giorno**.

Le risultanze principale di un inverno che dà fiducia

Anche per la stagione invernale 2016/2017 Skipass Panorama Turismo – Osservatorio Italiano del Turismo Montano – presenta lo «stato dell'arte» della montagna bianca, con specifiche che fanno riferimento a vari settori quanto ad andamenti, quote di ospiti italiani e stranieri, aree di provenienza della clientela nazionale ed estera, indici di spesa, andamenti specifici per periodi (Natale e Capodanno, Settimane Bianche, Pasqua), richieste degli ospiti, investimenti previsti dagli imprenditori del settore, etc. Riteniamo importante confermare l'importanza del fatto che i dati rilevati fanno **riferimento all'insieme del «sistema montagna bianca» delle destinazioni montane prese in analisi, comprendendo quindi le strutture ricettive** (alberghi, residenze, villaggi, etc.), **gli appartamenti per vacanze, le seconde case, gli impianti di risalita, i servizi di noleggio attrezzature, le scuole di sci, il sistema della ristorazione e del commercio, etc**.
Queste informazioni sono trattate sia per il comparto nazionale complessivo come pure per le tre macro-aree, quali il nord-est, il nord-ovest e il centro-sud Italia.
L'Osservatorio Italiano del Turismo Montano sviluppa inoltre le sue risultanze su tutti gli ambiti di interesse, quali:

- l'andamento consuntivo – a livello nazionale – delle strutture ricettive;
- l'andamento consuntivo – a livello nazionale – delle Scuole di Sci;
- l'andamento consuntivo delle strutture ricettive suddivise per aree geografiche.

Vengono poi analizzati altri elementi che fanno riferimento ad ognuna delle **61 destinazioni montane** complessive che si sono analizzate nell'inverno appena terminato: questo risultato si è ottenuto ampliando di anno in anno le località e gli operatori sottoposti a monitoraggio, partendo dalle iniziali 28 destinazioni della montagna bianca italiana. Tutte le destinazioni sono state quindi sottoposte ad indagine, ricavando, con tale metodologia, una serie di elementi che permettono non solo di avere una chiara visione dell'andamento della stagione appena terminata ma anche di effettuare una riflessione sul futuro della Montagna Bianca Italiana.
La stagione invernale 2016/2017 si chiude, per il comparto del «sistema neve italiano» – in tutte le sue componenti che vanno dal settore ricettivo a quello ristorativo, dagli impianti alle scuole di sci, dai servizi di noleggio al commercio sino dal divertimento, leisure, etc. – con un incremento delle presenze pari al **+4,2%** ed un parallelo incremento del fatturato del **+4,7%** rispetto ai dati dello scorso anno. Il dato più rilevante – in termini positivi – è quello che fa riferimento all'EBITDA, che per la imprese della filiera turistica nel loro complesso è cresciuto del

+8,9%. Nell'inverno 2016/2017 il comparto ha quindi recuperato, nel suo complesso, una quota economica di rilievo, pari a **447 Milioni di Euro**, portando il fatturato del settore a **9 Miliardi 974 Milioni di Euro**.

Tra i dati emersi dalla rilevazione, riportiamo alcuni tra quelli considerati più rilevanti:

per quanto riguarda le **strutture ricettive** a livello nazionale, emerge che, rispetto alla scorsa stagione invernale:

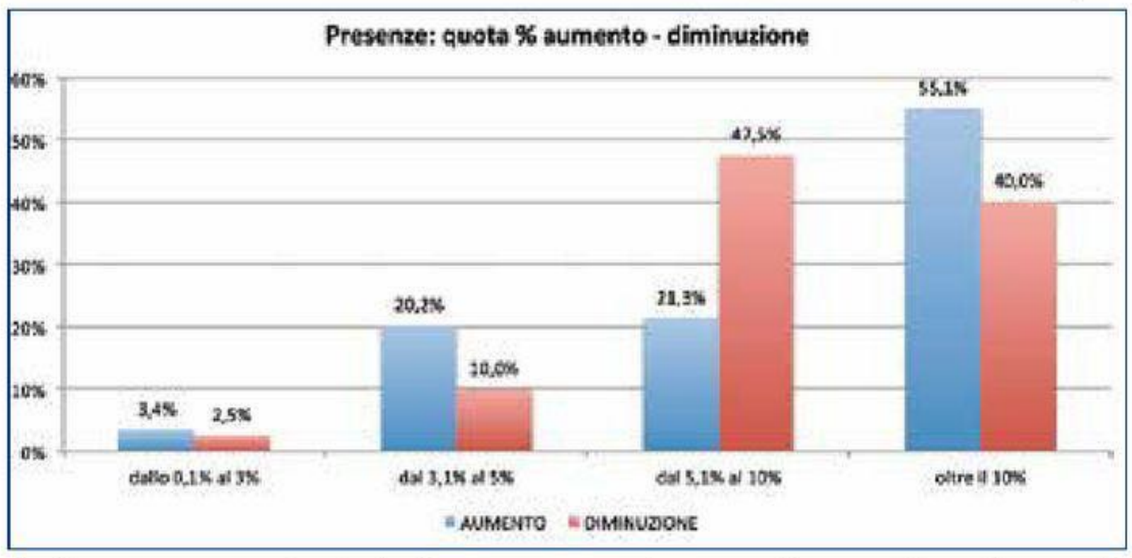
- vi è stato un incremento di presenze pari al **+4,6%**;
- il fatturato è anch'esso cresciuto, ma in maniera leggermente inferiore: **+4,2%**;
- più elevato il valore del risultato aziendale delle imprese del ricettivo: l'EBITDA ha subito infatti una crescita – rispetto ai dati negativi dello scorso anno – pari ad un **+7,1%**;
- complessivamente, nella stagione 2016/2017 i prezzi delle strutture ricettive sono aumentati del **+2,7%**;
- la clientela delle strutture ricettive è composta, a livello nazionale, dal **46,3%** da clientela italiana e per il restante **53,7%** da ospiti stranieri;
- la regione italiana che genera i maggiori flussi di clientela per la montagna bianca italiana è la **Lombardia**, seguita da **Lazio** e **Toscana**; quest'anno, rispetto alla passata stagione invernale, si sono invertite la posizione la terza e la quarta regione; al quarto posto si colloca infatti l'**Emilia Romagna**, che perde una posizione;
- la Nazione dalla quale provengono i maggiori flussi di ospiti stranieri è la **Germania**, seguita dalla **Polonia** e dal **Regno Unito**; rispetto allo scorso anno, conquista la vetta la Germania e si inserisce sul podio la Polonia, mentre il Regno Unito perde due posizioni;
- la Nazione dalla quale si sono avuti, nel corso dell'ultima stagione invernale, i maggiori incrementi di arrivi e presenze è la **Polonia** che quest'anno si posiziona davanti a **Regno Unito** e **Danimarca**; al quarto posto troviamo la Svizzera, davanti a Belgio e Francia;
- i clienti fedeli, che sono tornati nella stessa struttura dello scorso anno, rappresentano il **48,1%** del totale della clientela (erano il 51,9% lo scorso anno ed il 40,6% due inverni fa);
- la permanenza media degli ospiti è stata di **4,8 giorni**, in crescita costante rispetto allo scorso anno (4,7 giorni) ed all'anno precedente (4,6 giorni);
- il **rapporto prezzo/qualità** è stato – anche quest'anno – il primo elemento che ha condizionato la scelta della clientela, seguito dal solo fattore prezzo; o il prezzo medio per persona per una settimana bianca, con trattamento di mezza pensione, è stato di **628,40 euro**, contro i 612,54 euro della passata stagione ed i 576,67 Euro della stagione ancora precedente;
- per la prossima stagione invernale (2017/2018) la maggior parte degli operatori del settore ricettivo intende «**effettuare interventi strutturali**», poi «**aumentare il numero di pacchetti promozionali**» e, successivamente, «**aumentare le tariffe**» come pure «**sviluppare nuovi accordi commerciali con il sistema dell'intermediazione**»;

L'analisi delle strutture ricettive: presenze in aumento o stabili

L'analisi delle presenze complessive registrate nel corso della stagione invernale 2016/2017 nelle strutture ricettive oggetto dell'indagine, evidenza una situazione in cui predomina una situazione di stabilità rispetto allo scorso anno. Infatti, il 55,6% degli intervistati conferma una situazione in linea con l'anno precedente, mentre il 24,0% degli albergatori ha notato un aumento delle presenze, il 20,4% ha registrato invece un decremento rispetto alla precedente stagione invernale.

Focalizzando ulteriormente l'analisi, l'aumento medio del-

le presenze è stato del 15,0% (era il 6,1% lo scorso anno), con il picco maggiore nell'intervallo «oltre il 10%», registrato dal 55,1% degli operatori. La media di diminuzione



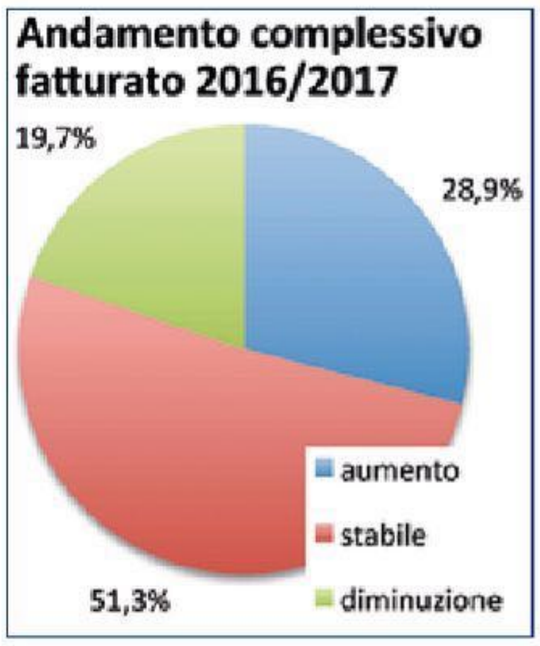
delle presenze è stata invece del 13,3% (nella stagione invernale precedente risultava il 10,7%), con il 47,5% degli operatori che segnalano un calo nell'intervallo «dal 5,1% al 10%», un 40,0% che segnala un calo «oltre il 10%» ed un 10% che indica invece una diminuzione «dal 3,1% al 5%» e un 2,5% «dallo 0,1% al 3,0%» .

Considerando quindi i due parametri sopra indicati e le quote di maggiore incidenza negativa, la stagione invernale appena trascorsa ha registrato un incremento delle presenze – a livello nazionale – pari al **+4,6%**: si tratta di un segnale in controtendenza rispetto all'ultima stagione invernale, che permette di migliorare anche l'andamento registrato due inverni fa (stagione 2014/2015). Analizzando l'andamento delle presenze dei turisti italiani e di quelli stranieri, si nota come i primi (italiani) continuino nel trend leggermente positivo iniziato negli scorsi anni, nonostante rimangano le presenze straniere quelle che rappresentano il «core» della montagna bianca italiana. Pertanto, la percentuale degli albergatori intervistati che dichiarano di avere registrato una riduzione delle presenze dei turisti italiani si è notevolmente ridotta rispetto alle stagioni precedenti, passando dal 67,2% dell'inverno 2012/2013 al 58,3% della stagione 2013/2014, poi riducendosi al 34,9% del 2014/2015, al 38,9% del 2015/2016 per arrivare ad una situazione attuale in cui la riduzione dei turisti italiani secondo gli albergatori è del 27,3%. Allo stesso tempo la quota di albergatori che affermano di avere avuto un aumento delle presenze di turisti stranieri continua a limarsi, passando dal 63,3% dell'inverno 2013/2014 al 48,8% dell'inverno 2014/2015, al 36,4% del 2015/2016, per arrivare infine nella stagione 2016/2017 ad un 30,5%.

Analizziamo nello specifico la situazione:

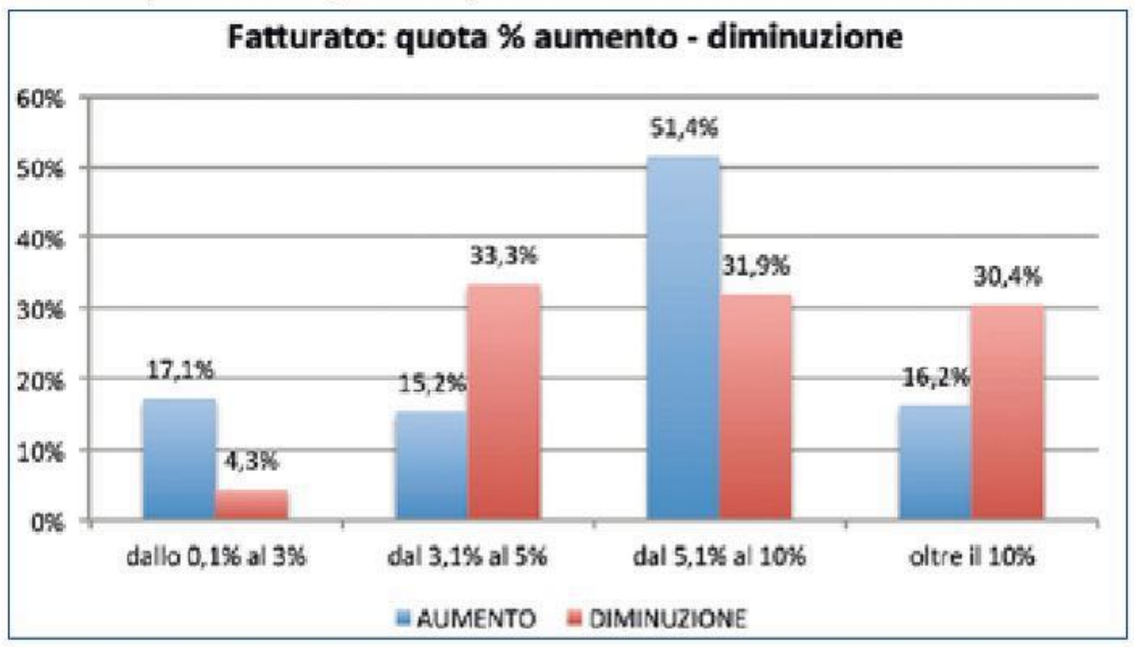
- le presenze dei turisti italiani sono stabili per il 50,7% (erano il 32,6% lo scorso inverno), segnano una diminuzione per il 27,3% degli albergatori intervistati (contro il 38,9% della passata stagione), mentre sono in aumento per il restante 22,0% (contro il 28,5% del precedente inverno);
- per quanto riguarda le presenze degli stranieri, segnala una situazione di stabilità il 53,3% dei gestori delle strutture ricettive intervistati (erano il 47,6% lo scorso anno), un incremento il 30,5% dei gestori delle strutture ricettive intervistati (contro il 36,4% della precedente stagione) mentre diminuiscono per il 16,2% (pressoché simili allo scorso anno con il 16,1%).

Analizziamo ora la situazione relativa **all'andamento complessivo del fatturato** delle strutture ricettive registrato

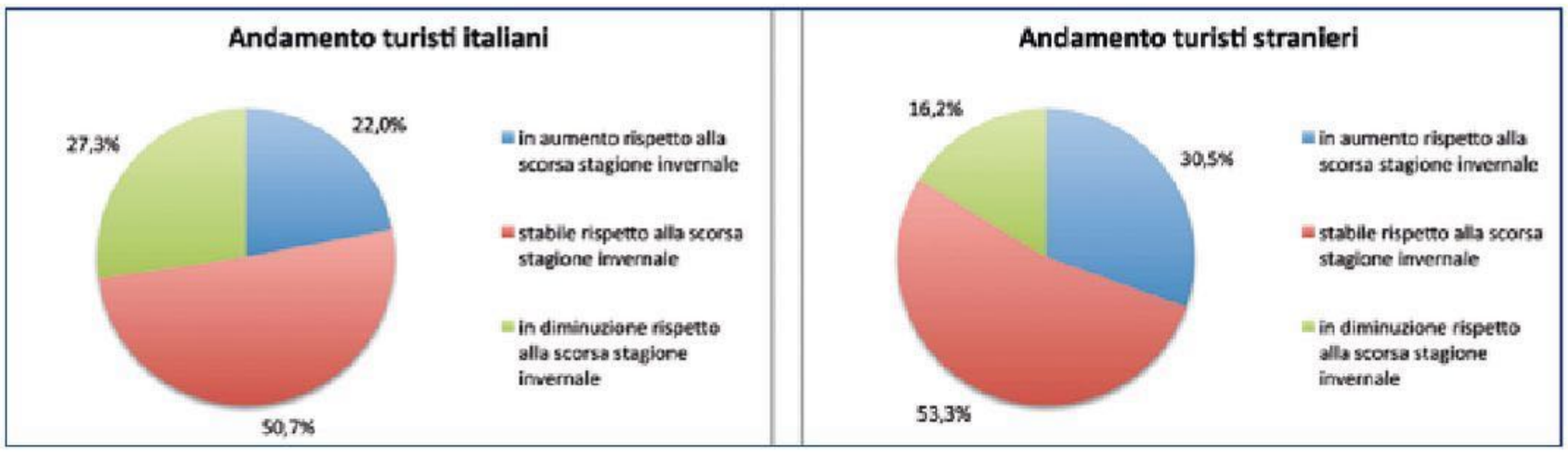


nella stagione invernale 2016-2017: il 51,3% riscontra una situazione di sostanziale stabilità rispetto allo scorso anno (quando la quota era pari al 31,3%), il 28,9% registra un incremento di fatturato rispetto all'anno precedente (era il 38,1% lo scorso anno) ed il 19,7% degli operatori intervistati hanno constatato, invece, una riduzione (contro il 30,6% dello scorso inverno).

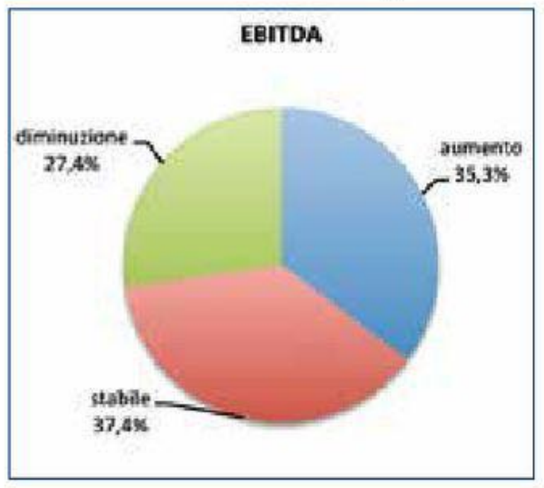
Nel dettaglio, **il fatturato è diminuito**, in media, dell'11,8%



(lo scorso anno si segnalava una riduzione media del 9,7%) registrando il picco massimo nell'intervallo «dal 3,1% al 5%», citato infatti dal 33,3% degli operatori. Risulta invece più basso **l'aumento medio**, che si attesta al 9,4% (era il 6,7% lo scorso anno): in questo caso il 51,4% degli intervistati dichiara un aumento nella fascia «dal 5,1% al 10%».

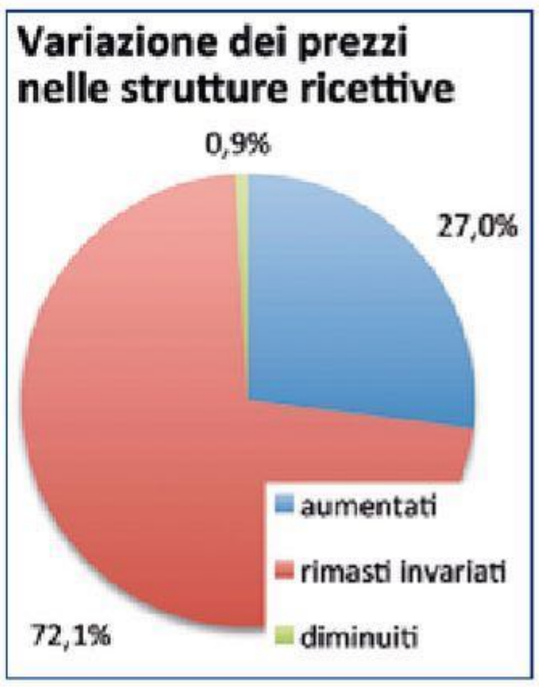


Nel complesso, la stagione invernale ha registrato un incremento del fatturato complessivo a livello nazionale, per il settore delle strutture ricettive, pari al **+4,2%.** Per una più corretta valutazione circa la redditività delle aziende della filiera turistica della montagna bianca italiana, è stato analizzato anche il dato relativo all'**EBITDA** (Earning Before Interest Taxes Depreciation and Amortization), quindi il risultato aziendale prima degli interessi, imposte ed ammortamenti, ovviamente basato sulle vendite/fatturato della stagione invernale nella sua complessità.



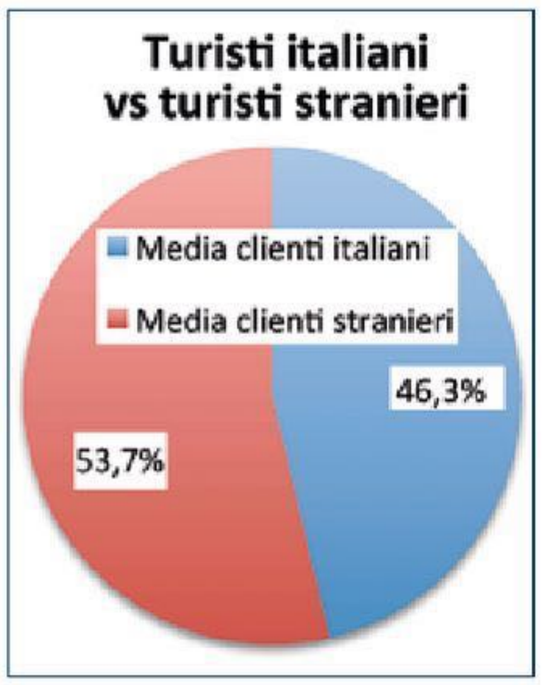
Emerge che la quota di operatori che dichiarano una diminuzione dell'EBITDA sia pari al 27,4% degli intervistati (contro il 55,9% dello scorso anno), mentre sono superiori sia coloro che affermano di avere ottenuto un'EBITDA stabile ed in aumento. Emerge così che vi è un aumento medio complessivo di questo valore pari al **+7,1%**.

Rivolgendosi all'analisi dei prezzi praticati nelle strutture ricettive, anche quest'anno la maggior parte degli operatori intervistati dichiara di avere lasciato i prezzi invariati rispetto alla stagione precedente: si tratta di una quota del 72,1%, superiore di oltre 10 punti rispetto alla passata stagione (era il 61,0%). Diminuisce invece la quota di coloro che

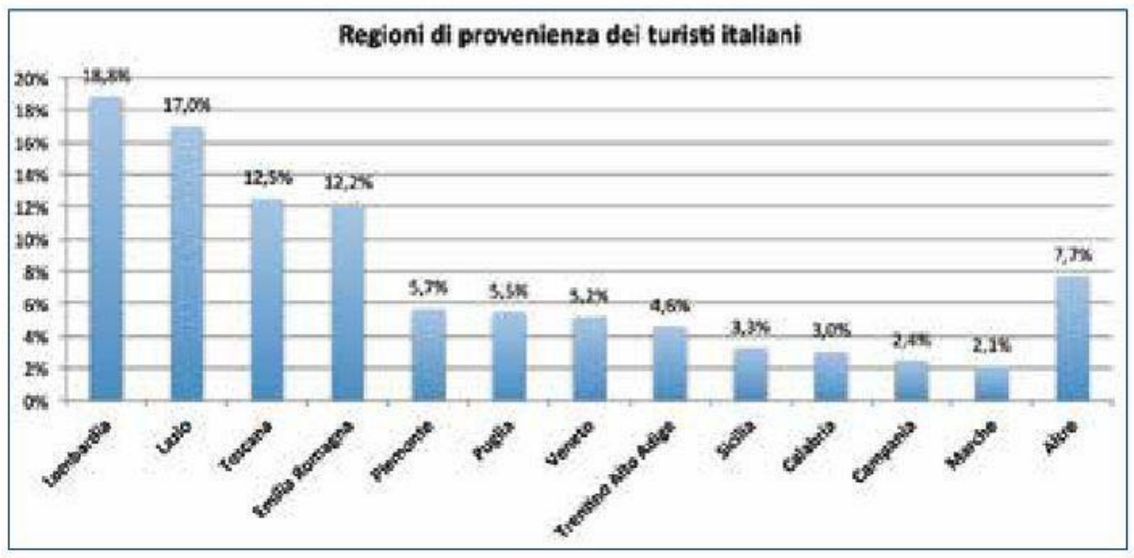


dichiarano di avere aumentato le tariffe, pari al 27,0% (l'inverno scorso era il 38,4%), mentre quasi nessuno ha abbassato le tariffe (0,9%). A livello complessivo, nel corso della stagione invernale 2016/2017, i prezzi del "sistema ospitale" della Montagna Bianca Italiana sono aumentati del **+2,7%** (mentre la scorsa stagione erano cresciuti del +2,9%).

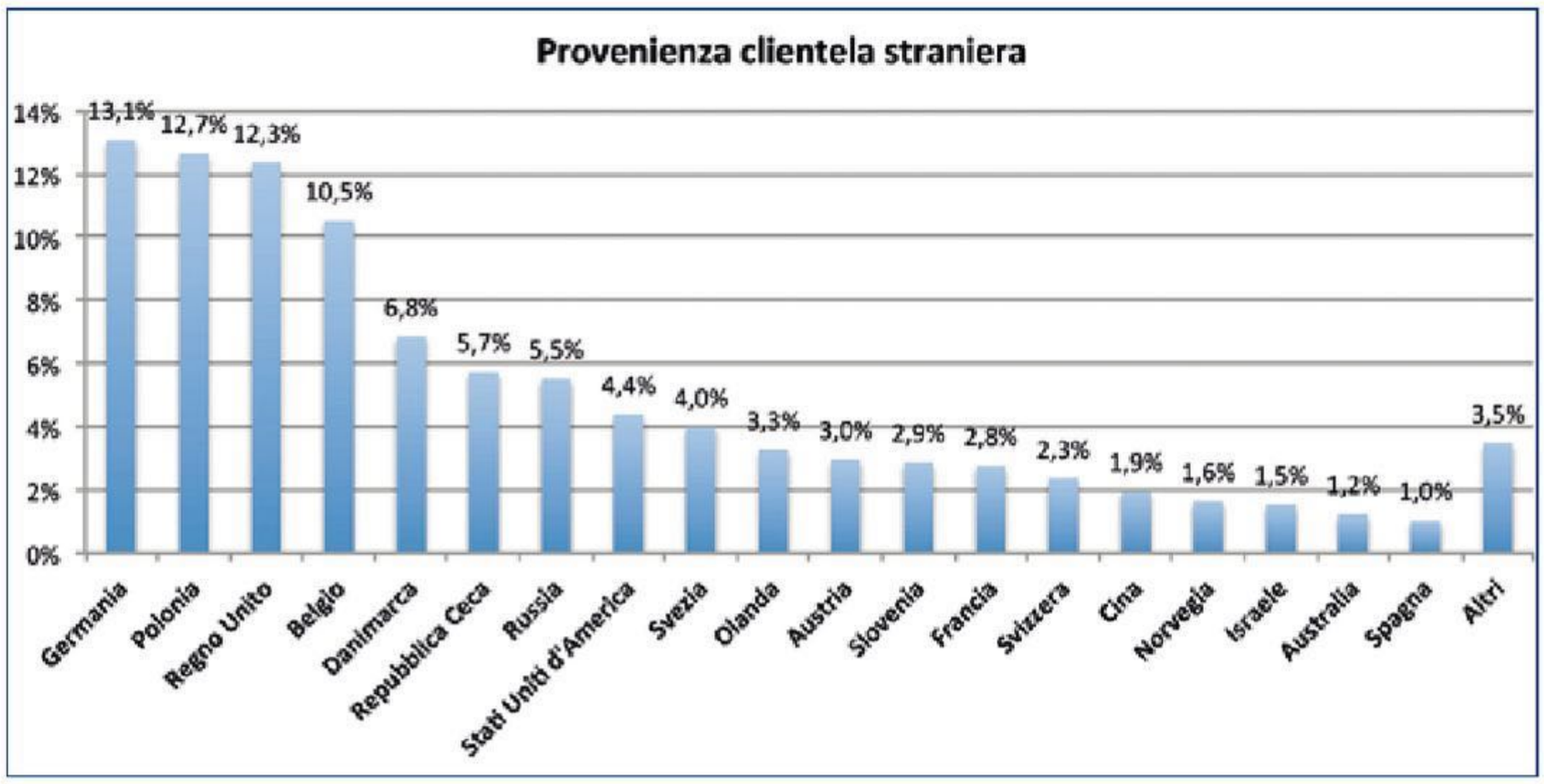
Passando all'analisi della composizione della clientela delle strutture ricettive oggetto dell'indagine, la montagna invernale si conferma ancora una volta un ottimo attrattore di clientela straniera: nel confronto tra le provenienze dei turisti, infatti, gli stranieri si aggiudicano ancora una volta il primo posto, con una quota percentuale del 53,7% sul totale della clientela delle strutture ricettive invernali prese in esame. Si tratta di un trend abbastanza stabile negli anni: 48,0% la quota nell'inverno 2011/2012; 50,02% nel 2012/2013; 53,4% quella dell'inverno 2013/2014; 54,6% nella stagione 2014/2015 e 51,1% in quella 2015/2016.



Pe quanto riguarda la provenienza della clientela che soggiorna nelle strutture ricettive, in l'Italia si riconferma il trend registrato nelle stagioni precedenti: al primo posto troviamo infatti la Lombardia, con una quota del 18,8% (era il 20,2% lo scorso inverno), seguono il Lazio con il 17,0% (era il 13,2%), la Toscana con il 12,5% (era il 10,3%) e l'Emilia Romagna con il 12,2% (era il 10,8%). Poi vi è il Piemonte con il 5,7%, la Puglia 5,5%, il Veneto con il 5,2%, il Trentino Alto Adige con il 4,6%. Quote minori di flussi sono state generate dalla Sicilia (3,3%), dalla Calabria (3,0%), dalla Campania (2,4%), dalle Marche (2,1%) e dalle altre regioni 7,7%).



Dall'analisi delle provenienze estere si regista un «cambio al vertice», con la Germania che supera tutti e conquista la vetta a discapito del Regno Unito, vi è poi un deciso passo in avanti anche da parte della Polonia. Gli operatori indicano infatti ai primi posti della graduatoria la Germania con il 13,1% (erano l'11,8% lo scorso anno), la Polonia con il 12,7% (un incremento deciso rispetto all'anno precedente in cui era al 6,7%), al terzo posto si trova invece il Regno

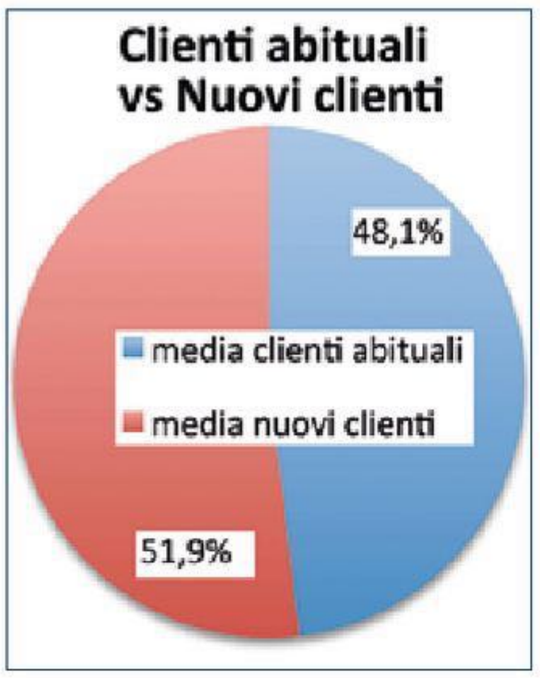


Unito con il 12,3% (lo scorso anno era al 14,8%). Seguono con quote minori il Belgio con il 10,5% (lo scorso anno era al 9,5%), la Danimarca con il 6,8% (lo scorso anno rappresentava il 5,5%), poi la Repubblica Ceca con il 5,7% (lo scorso anno era al 4,0%), la Russia con il 5,5% (lo scorso anno era all'undicesima posizione con il 3,5%), gli Stati Uniti con il 4,4% (erano al 6,4%), la Svezia con il 4,0% (contro il 5,9% della passata stagione, l'Olanda al 3,3% (era al 4,5%), l'Austria al 3,0% (era al 4,8%). Poi, ancora: Slovenia 2,9%, Francia 2,8%, Svizzera 2,3% e gli altri paesi con percentuali minori.

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.
www.jfc.it

per la prima volta sono infatti passati dal 52,1% dell'inverno 2013/2014 al 59,4%del 2014/2015, per poi scendere sotto quota 50% con il 48,1% nel 2015/2016 per poi assestarsi nella stagione 2016/2017 al 51,9%. I clienti fedeli che tornano nella stessa struttura ricettiva per la propria vacanza sulla neve rappresentavano, invece, il 47,9% nella stagione invernale 2013/2014, il 40,6% nella stagione 2014/2015, per raggiungere quota 51,9% nel 2015/2016 e scendere a quota 48,1% nella stagione attuale.



L'analisi delle risposte relative ai Paesi stranieri **che hanno registrato il maggior tasso di crescita** nel corso della stagione invernale 2016-2017 segnala cambiamenti rispetto agli ultimi anni: si assiste ad un forte incremento della Polonia che sale sul "podio" con il 21,7% (lo scorso anno era in nona posizione con il 4,2%), al secondo posto con il 19,8% il Regno Unito (lo scorso anno era al primo posto con il 18,1%), mentre si classifica al terzo posto la Danimarca con il 9,3%. Recupera posizioni anche la Svizzera con l'8,1% (la stagione precedente era al 4,2%), seguita dal Belgio con il 7,0% (l'anno scorso era all'8,1%) e la Francia con il 5,0%. Perde posizioni la Germania che si trova settima in classifica con il 4,3%, (l'inverno passato era quarta con il 9,3%). A seguire Israele (3,9%), Malta (3,5%), Olanda (3,1%, l'anno scorso era ottava in classifica con il 5,4%), Russia (2,7%, contro l'1,4% precedente). Perdono punti gli Stati Uniti d'America che scendono alla dodicesima posizione con il 2,3% (l'anno precedente erano in terza posizione con il 10,6%).
Monitorando la clientela abituale ed i nuovi clienti, si capovolge la situazione dello scorso inverno, in quanto quest'anno è superiore la quota dei nuovi clienti (51,9%) rispetto ai clienti abituali (48,1%). Coloro che soggiornano nella struttura ricettiva o frequentano la località

Si è proceduto inoltre ad analizzare l'andamento delle presenze nei vari periodi di vacanza, rispetto alla stagione precedente, ne risulta la seguente situazione:

- S. Ambrogio: il 57,9% delle strutture afferma di avere registrato una stabilità delle presenze rispetto alla stagione invernale precedente, per il 21,9% si è registrato un aumento, mentre il 20,1% ha visto un calo delle presenze;
- Natale: anche qui per il 47,2% la situazione è rimasta tendenzialmente invariata, il 33,4% ha registrato una diminuzione mentre il 19,3% ha visto un aumento delle presenze in questo periodo;
- Capodanno/Epifania: è stato il periodo con la maggiore stabilità rispetto alla stagione precedente, con il 70,9% degli intervistati che dichiara, infatti, lo stesso numero di presenze; il 17,6% ha registrato un aumento mentre l'11,5% parla di diminuzione di presenze rispetto alla stagione passata;
- Gennaio/Febbraio: anche in questo periodo gli albergatori hanno visto per il 39,5% una situazione di stabilità, mentre le presenze sono aumentate per il 32,4% degli intervistati e diminuite per il 28,1% di essi.

● Marzo: per il 36,4% la situazione è rimasta pressoché invariata rispetto all'anno precedente in questa stagione mentre il 33,4% ha registrato un aumento delle presenze. Il 30,2% ha registrato invece una diminuzione delle presenze.

Quest'anno si è riscontrata una generale stabilità di presenze rispetto alla stagione precedente. Capodanno/Epifania è stato il periodo che ha visto maggior stabilità, Natale il periodo con maggiore diminuzione, mentre la fine della stagione è quella che ha verificato un maggiore aumento di presenze. Anche quest'anno Skipass Panorama Turismo ha chiesto agli operatori di indicare l'andamento delle presenze, rispetto alla stagione invernale precedente, nel caso di soggiorni in settimana bianca, per week-end/long week-end ed infra-settimanali dal lunedì al venerdì. Questa la situazione:

● **Settimana bianca**: il 44,1% degli operatori intervistati segnala una stabilità per questa tipologia di soggiorno, il 34,1% dichiara una diminuzione, mentre il 21,7% una crescita. Alta, quindi, la quota di coloro che dichiarano sostanziale stabilità, sebbene sia ancora maggiore la percentuale degli operatori che segnalano minor richiesta rispetto a chi, invece, segnala la ripresa delle settimane bianche;

● **Week-end/Long Week-end**: è in aumento per il 52,9% degli operatori, stabile per il 32,2%, in diminuzione per il restante 14,9%. Si tratta della formula di soggiorno con il livello di crescita maggiore anche nelle passate stagioni invernali, sebbene con indici inferiore rispetto allo scorso anno; continua comunque il trend positivo, risultando essere la formula di vacanza più utilizzata dagli sciatori;

● Infrasettimanale lunedì/venerdì: questa tipologia di vacanza è stabile per il 55,3% degli albergatori, è in diminuzione per il 33,2% degli operatori mentre l'11,5% ha registrato un aumento di presenze per questa formula di vacanza. Un'offerta, questa, la cui diffusione è molto lenta.

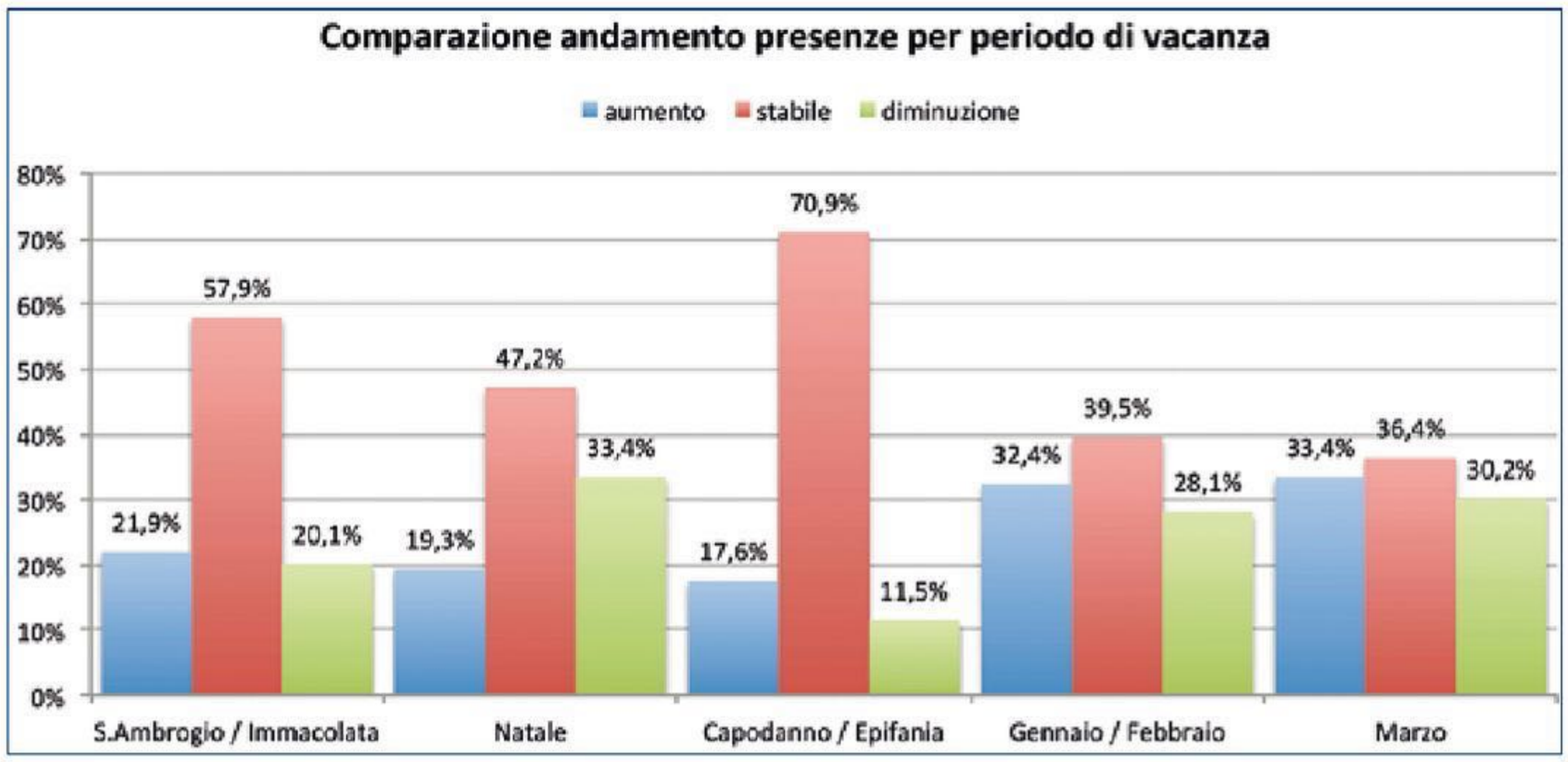
Analizzando poi i dati circa la permanenza media registrata nelle strutture ricettive durante la stagione invernale 2016/2017, risulta quanto segue:

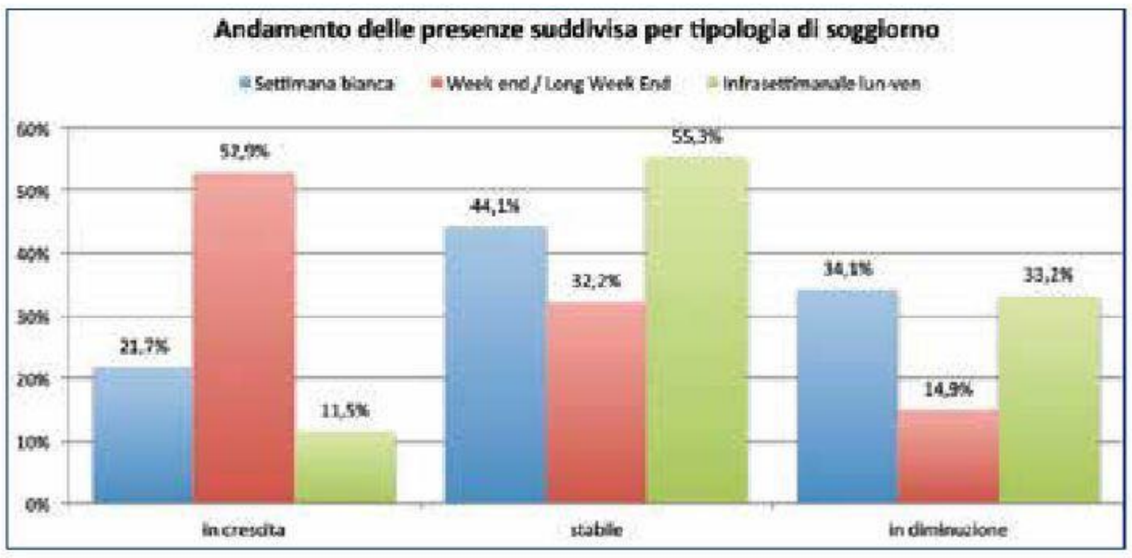
● Si è trattato di Soggiorni Brevi (fino a 5 notti) per il 42,3% dei casi;

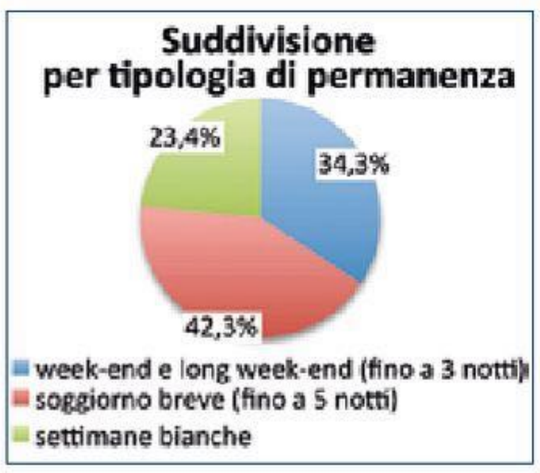
● di Week-End e Long Week-End (soggiorni fino a 3 notti) per il 34,3% dei casi;

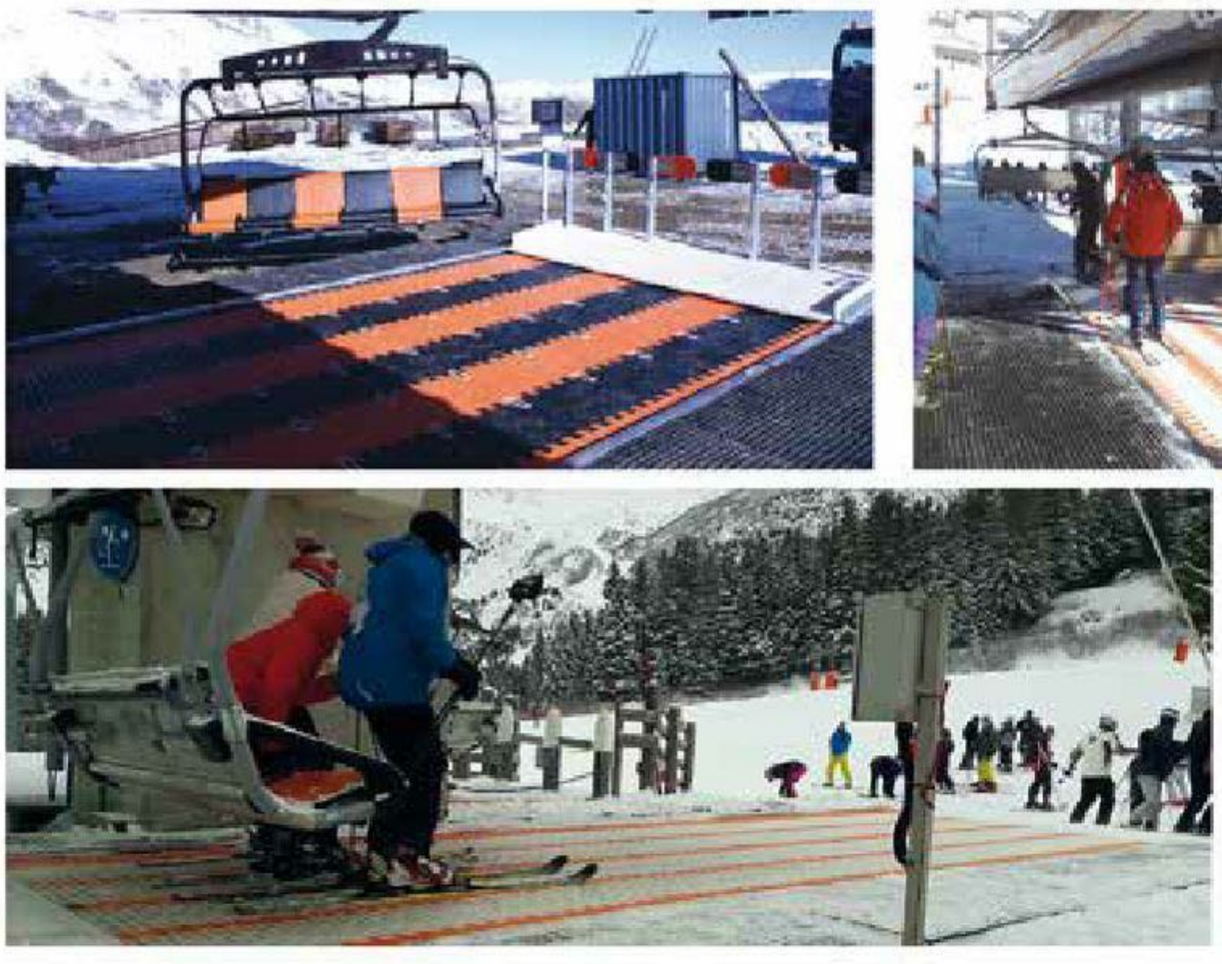
● di Settimane Bianche (6-7 notti) per il rimanente 23,4%.

Anche per questa stagione invernale si conferma il trend degli scorsi anni, vale a dire la preferenza per i soggiorni brevi che restano la formula di vacanza più fruita dai turisti della montagna bianca, passati dal 57,6% nella stagione 2013/2014 al 60,1% in quella 2014/201, calano però al 46,1% nel 2015/2016 e ulteriormente in questa stagione al 42,3%. Quest'anno diminuisce anche la richiesta di week









Tappeto
di sbarco

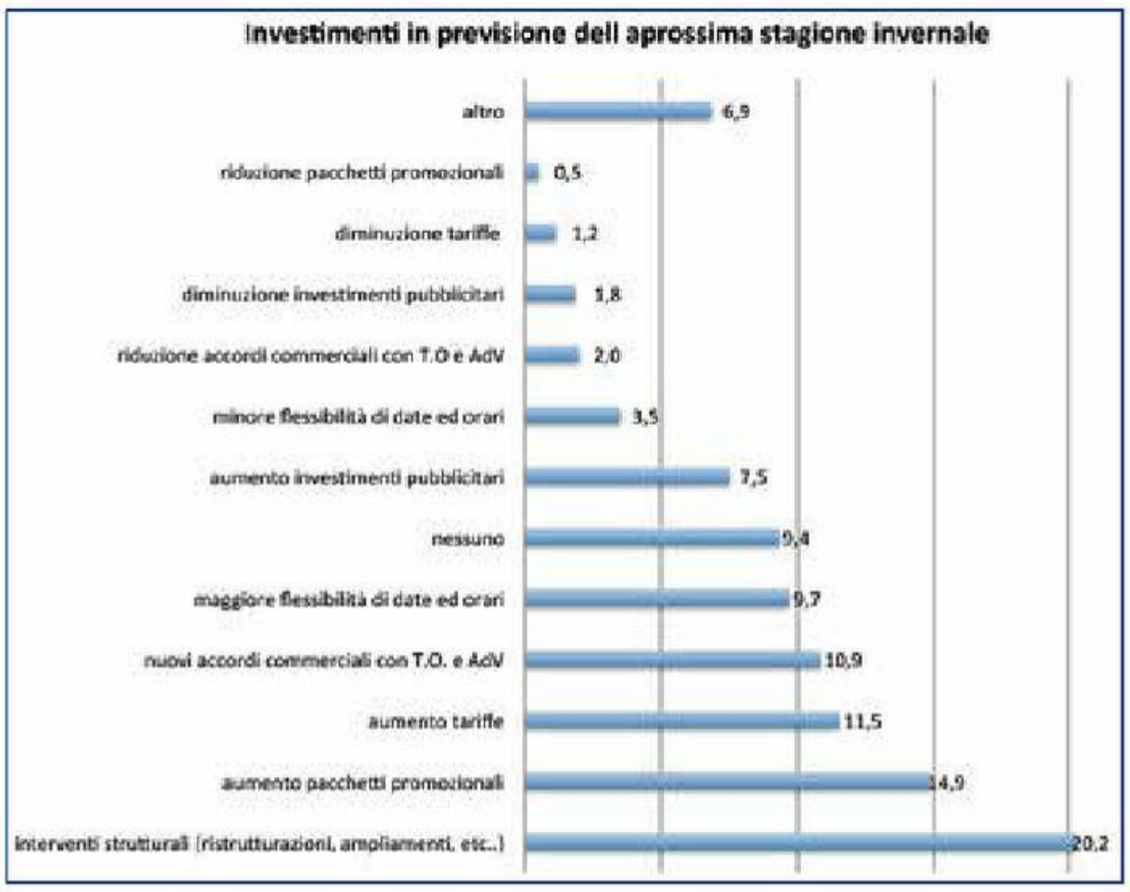
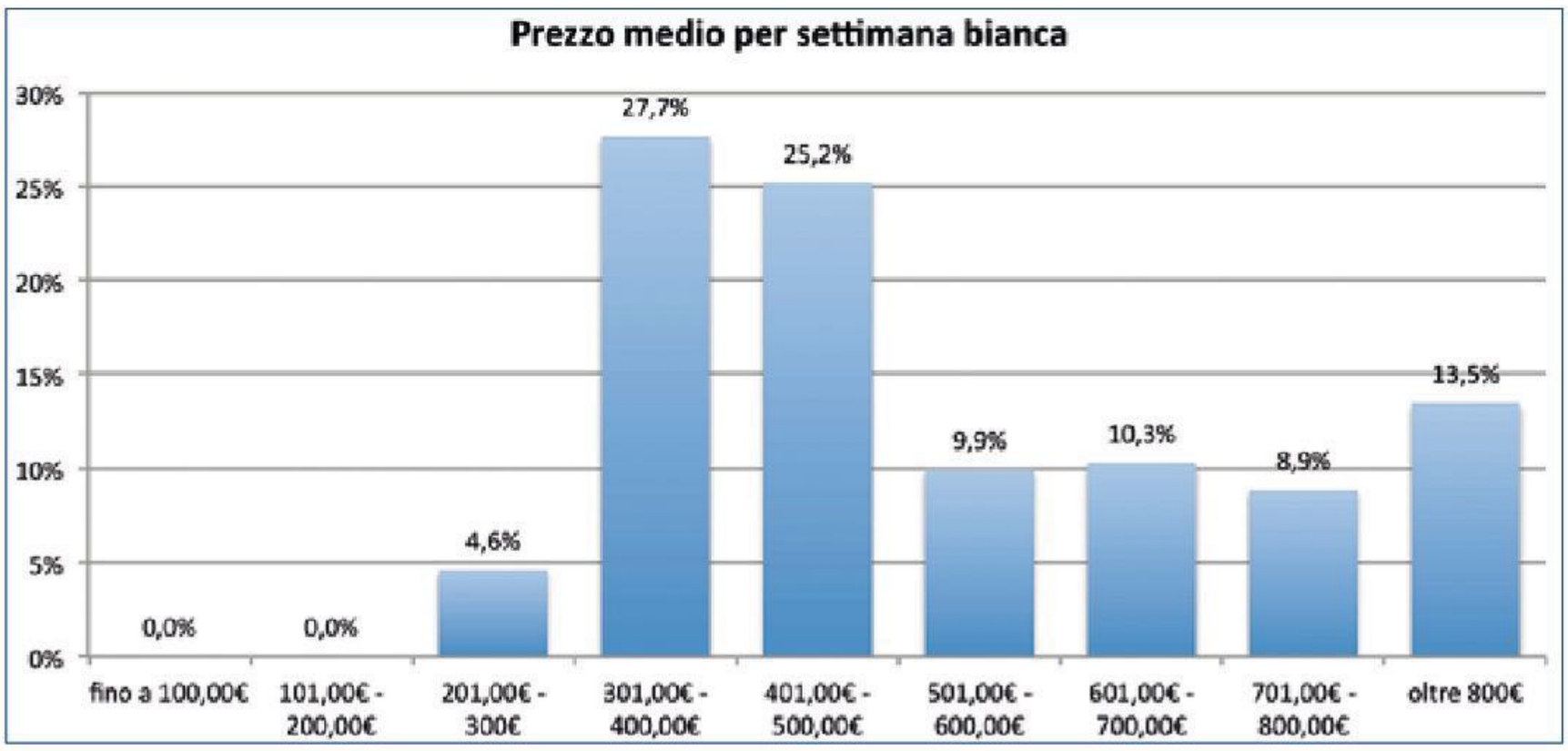
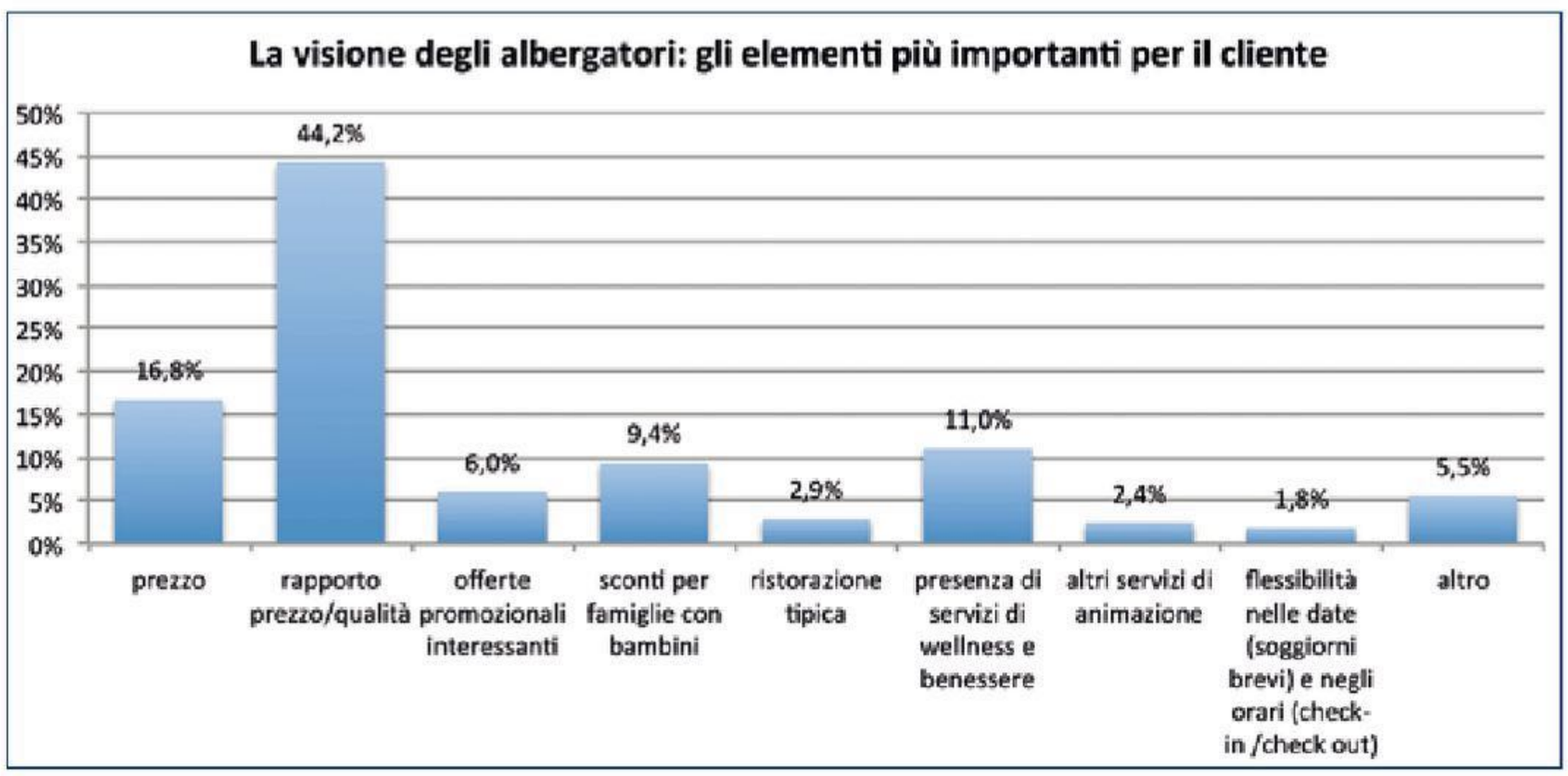
LEADER ITALIANO
NEL MONDO

EMMEGI srl
VIA TORINO 132
10040 GIVOLETTO (TO) ITALIA
TEL (+39) 011 99 47 837
FAX (+39) 011 99 48 735
EMAIL emmegi@emmegibelt.com

end e long week-end, che incide per il 34,3% (sono passati dal 33,9% della stagione 2013/2014, al 29,6% di quella 2014/2015 al 43,3% di quella 2015/2016). Guadagnano punti invece le settimane bianche che sono passate dall'8,5% dell'inverno 2013/2014 al 10,3% della passata stagione, per giungere al 10,6% nel 2015/2016 e arrivare al 23,4% in questa stagione. La permanenza media degli ospiti delle strutture ricettive oggetto dell'indagine, nel corso della stagione invernale 2016/2017, è stata di **4,8 giorni**, leggermente superiore rispetto alla stagione precedente, dove si registrava una permanenza media di 4,7 giorni.

Skipass Panorama Turismo ha inoltre analizzato l'opinione degli operatori turistici rispetto ai **fattori di scelta della struttura ricettiva** da parte della clientela. Secondo gli intervistati è sempre il "rapporto qualità/prezzo" il primo elemento di scelta della struttura ricettiva da parte dei turisti, con il 44,2% (era il 55,6% lo scorso inverno), al secondo posto tra le motivazioni di scelta guadagna posizioni il «prezzo» con il 16,8% (lo scorso anno era al 9,1%). La «presenza di servizi di wellness» rimane sul podio con l'11,0% delle risposte (era al 10,6% lo scorso anno). Al quarto posto guadagnano punti gli «sconti per le famiglie con i bambini» con il 9,4% (erano al 3,5% lo scorso anno) seguite dalle «offerte promozionali interessanti» (6,0%), etc.

Per quanto riguarda gli **investimenti/azioni che gli albergatori pensano di intraprendere** per la prossima stagione invernale le risposte ottenute sono variate rispetto allo scorso anno. Infatti, la quota maggiore, pari al 20,2%, è data da coloro che dichiarano di voler attuare «interventi strutturali» (occupava la terza posizione lo scorso anno); segue la volontà di «aumentare i pacchetti promozionali» (14,9%) e di «volere aumentare le tariffe» (11,5%). Buona la quota di chi intende «stipulare nuovi accordi commerciali con T.o, e Adv» (10,9%) e degli operatori che intendono garantire agli ospiti «maggiore flessibilità di date ed orari» (9,7%).



È stato inoltre chiesto agli operatori di indicare **il prezzo medio, per persona, per una settimana bianca, con servizio di mezza pensione, che è stato applicato durante la stagione invernale 2016/2017**. Anche quest'anno la maggior parte delle strutture ricettive (27,2%) ha applicato tariffe comprese tra 301,00 e 400,00 euro; seguono, con il 25,2% delle risposte, settimane bianche con prezzi compresi tra i 401,00 ed i 500,00 euro e con il 13,5% quelle con un prezzo oltre gli 800,00 euro. Vi è poi una quota del 10,3% degli operatori che dichiara un prezzo medio – relativo sempre alla settimana bianca – variabile tra 601,00 e i 700,00 euro, mentre il 9,9% degli operatori ha applicato una tariffa di settimana bianca tra i 501,00€ e i 600,00 euro e l'8,9% tra i 701,00 euro e gli 800,00 euro. Il 4,6% invece ha applicato tariffe tra i 201,00 euro e i 300,00 euro. Si può quindi sostenere che la maggioranza degli operatori ha applicato come tariffa per una settimana bianca un range di prezzo tra i 301,00 euro e i 500,00 euro, crescono inoltre anche gli operatori che applicano tariffe superiori agli 800,00 euro in relazione alla qualità e varietà dei servizi forniti. Complessivamente il prezzo medio per persona per una settimana bianca in mezza pensione durante la stagione invernale 2016/2017 – a livello nazionale – è stato di **628,40 euro**, in leggero aumento rispetto al prezzo medio registrato lo scorso anno (612,54 Euro), raggiungendo in questo modo il valore più alto delle ultime stagioni invernali (era infatti pari 612,54 euro lo scorso anno, 606,67 euro nella stagione invernale 2014/2015, 545,91 euro nella stagione invernale 2013/2014, 525,00 euro nella stagione 2012/2013 e 495,48 nell'inverno 2011/2012). ■