



# PASSATO DOCET

DA QUESTO NUMERO  
ANALizzeremo, con il supporto  
di **JFC**, le tendenze turistiche  
del mercato italiano  
TOCCANDO UN DIVERSO  
**ARGOMENTO** PER OGNI USCITA.  
INIZIAMO CON UN RESOCONTO  
DELLA SCORSA STAGIONE

**M**entre gli operatori del «sistema neve Italia» si stanno preparando in vista dell'imminente stagione invernale, Skipass Panorama Turismo - l'Osservatorio Italiano del Turismo Montano promosso da Nissan Skipass - fornisce i dati più rilevanti sulla passata stagione invernale, che per gli operatori del comparto del sistema neve italiano si è chiusa con una riduzione delle presenze pari al 4,5% e una diminuzione del fatturato del 5,1% rispetto ai risultati dell'anno precedente. Nell'inverno 2010/2011 la clientela delle destinazioni montane italiane si è composta per il 55% di turisti italiani e per il 45% di stranieri.

Tra le tendenze dell'inverno 2010/2011, si segnala la scarsa disponibilità di denaro destinato alla vacanza da parte del turista italiano che, aggiunta al sempre minor tempo a disposizione, non può che tradursi nella scelta di soggiorni sempre più brevi a discapito della classica settimana bianca. La crisi si è avvertita soprattutto nelle destinazioni appenniniche che, salvo qualche rara eccezione, hanno registrato un decremento a due cifre, dovuto alla carente offerta di servizi e opportunità di svago. Non sembra aver interessato le più importanti destinazioni alpine, le quali, forti del loro status di località fashion, continuano a esercitare una certa attrazione sul turista italiano, da sempre molto attento allo «show window», ovvero al richiamo delle cosiddette località vetrina. Inoltre, queste località si sono specializzate con nuovi servizi e hanno puntato mag-

giormente su discipline alternative e di tendenza come snowboard e freestyle skiing. Diverso il discorso per quanto riguarda i turisti stranieri. Questi, infatti, sono in costante aumento e, a differenza degli italiani, hanno avuto soggiorni più lunghi. Tuttavia quest'incremento, seppur significativo, non è da considerarsi sufficiente a coprire le perdite causate dalla ben più consistente diminuzione di italiani. Su tutti, i russi costituiscono la quota di maggior rilievo per quanto riguarda gli indici di incremento, seguiti dai polacchi, seppur questi, a differenza dei primi, si sono mossi prevalentemente in gruppo e con budget decisamente più limitati. Per quanto riguarda le discipline sportive, si è avuto un leggero calo per lo sci alpino, che rappresenta però sempre l'asset portante delle attività invernali, contro una ripresa dello sci da fondo e un ulteriore leggero incremento per lo snowboard. Grande esplosione per le discipline slow (ciaspole e winter walking su tutte), ma anche per le nuove discipline, quali freeride e freestyle, e per le attività divertenti, non propriamente agonistiche, come lo slittino. Interessante il focus sulle scuole di sci, dal quale emerge che i corsi più richiesti sono quelli individuali, con una quota vicino al 52% (torta «i corsi più richiesti»), mentre le discipline nei confronti delle quali si concentra maggiormente l'attività delle stesse scuole di sci è lo sci alpino, per il 77,1% (torta «le discipline più richieste»). La Lombardia è la regione italiana che genera i maggiori flussi di clientela, seguita da Lazio e Toscana, mentre Germania, Russia e Regno Unito costituiscono i principali mercati stranieri. Tra le principali destinazioni italiane, quelle che hanno ottenuto i migliori risultati in termini di presenze e fatturato sono state Cervinia, Courmayeur, Bormio, Livigno e Sestriere. Quelle che, invece, hanno avuto nella scorsa stagione invernale i risultati peggiori sono state Canazei, Madonna di Campiglio e Ortisei. Sostanzialmente stabile Cortina d'Ampezzo. ❄

## IL NOSTRO PARTNER

**A**l servizio di Istituzioni, autonomie funzionali, enti ed imprese, JFC si occupa di consulenza e marketing turistico, programmazione e pianificazione territoriale, ricerche ed analisi, e si identifica per l'alto livello professionale e per la rete di relazioni, grazie all'esperienza del fondatore, Massimo Feruzzi, maturata in oltre 20 anni di attività nel settore del management e del marketing turistico. In particolare, il Centro Studi di JFC, «Panorama Turismo», analizza i fenomeni socio-economici, le tendenze dei prodotti e delle offerte, le variazioni dei mercati, i fatturati e gli indicatori relativi ai flussi turistici; questi e altri elementi sono alla base dell'Osservatorio di JFC. Al suo interno si colloca anche Skipass Panorama Turismo, realizzato per Nissan Skipass, l'unico Osservatorio Turistico della Montagna Italiana che raccoglie, elabora, fornisce dati, statistiche ed informazioni su 28 destinazioni sciistiche italiane. Skipass Panorama Turismo vuole essere uno strumento di conoscenza e di monitoraggio costante del «fenomeno montagna bianca» in tutti i suoi elementi, e si pone quale obiettivo primario quello di fornire informazioni utili all'intero sistema nazionale (operatori, enti, giornalisti, sportmaker).

JFC SRL  
PALAZZO BANDINI - VIA XX SETTEMBRE, 29 - 48018 FAENZA (RA)  
T 0546 66.85.57 - F 0546 66.34.48  
E INFO@JFC.IT - WWW.JFC.IT  
WWW.OSSERVATORIO.SKIPASS.IT - WWW.PANORAMATURISMO.COM