

Un fattore rilevante dell'inverno 2013/2014 è quello relativo alla clientela straniera che raggiungerà una quota del 54% superando così, su scala nazionale, quella generata dal mercato interno. I maggiori indici di crescita in termini percentuali si prevedono per la Russia e l'Ucraina, ma tutte le destinazioni alpine, e anche alcune dell'area appenninica, hanno investito fortemente in promozione e commercializzazione su Paesi che vanno dalle repubbliche Baltiche a Israele, dai paesi BRIC ai Paesi della Comunità degli Stati Indipendenti. Notevoli sono quindi le possibilità e le attese di incremento degli arrivi da queste aree, ma il potenziale sviluppo sarà limitato dalla scarsità o mancanza di voli verso gli aeroporti collocati nelle vicinanze dell'arco alpino. Si tratta di una situazione che vede il mercato interno e quello estero condizionati da fattori socio-economici che influiscono sulla scelta delle vacanze invernali. Infatti:

■ Da un lato vi è il mercato interno con gli italiani che, desiderosi di ottimismo, acquisteranno in misura maggiore rispetto allo scorso inverno vacanze e soggiorni in montagna. Il loro optimum è un mix di



MERCATO INTERNO VS MERCATO ESTERO

I TURISTI **STRANIERI**
CHE ANIMANO LE DESTINAZIONI
MONTANE DEL **BELPAESE**
HANNO SUPERATO, PER NUMERO
DI PRESENZE E FATTURATI,
QUELLI **ITALIANI**

economicità e di vivacità (che si sostanzia nel frequentare le località nel momento di picco stagionale, quindi nel periodo Capodanno/Epifania): due aspetti, questi, difficilmente assimilabili;

■ Dall'altro lato vi è il mercato estero con gli ospiti stranieri che animeranno in maniera ancora più consistente le destinazioni montane italiane, nessuna esclusa (perché alcune località raccoglieranno passivamente i risultati dell'azione complessiva). Si tratta di ospiti che si concentreranno nel periodo gennaio/febbraio, quindi coprendo i mesi delle canoniche settimane bianche. Le località montane più conosciute non saranno però solo luoghi di vacanza, dove consumare la passione dello sci, ma diventeranno sempre di più anche tappe di tour, itinerari, etc. Risulta quindi estremamente importante valutare gli indicatori di mercato che stanno condizionando la stagione invernale:

INDICATORI E TENDENZE DEL MERCATO ITALIANO

■ **Meteo determinante:** con la tendenza a prenotare sempre più sotto data, la presenza o meno della neve condiziona non solo la scelta della località ma anche la partenza o meno di una quota consistente di italiani;

■ **Ritorno di clienti** che nella passata stagione avevano saltato la vacanza invernale: la loro scelta sarà quella di privilegiare le destinazioni conosciute e già frequentate in passato (non sono alla ricerca di sperimentazioni ma di certezze), sostituendo la tradizionale settimana bianca con il weekend lungo;

■ **Maggiore infedeltà alle destinazioni:** i turisti italiani, complice anche la certezza di trovare quasi sempre disponibilità (fatta eccezione per il periodo Capodanno/Epifania), sono condizionati nella loro scelta last minute da promozioni, sconti, occasioni eccezionali;

■ **Più escursionismo giornaliero:** aumenteranno le quote degli escursionisti, con una concentrazione nelle ovvie giornate di sabato e domenica e soprattutto nei mesi di gennaio e febbraio;

■ **Maggiore ricerca di mobilità collettiva:** rispetto allo scorso anno segnano un aumento gli italiani che desiderano utilizzare mezzi di mobilità collettiva (treni e pullman) per raggiungere le località di vacanza;

INDICATORI E TENDENZE DEI MERCATI ESTERI

■ **Continua, dai mercati lontani, la richiesta delle settimane bianche:** per gli ospiti provenienti da più lontano si conferma la richiesta della settimana bianca, anche grazie alla gestione di questi clienti da parte dei tour operator che schematizzano la loro programmazione;

■ **I mercati domestici riducono la loro permanenza:** i residenti nelle aree domestiche europee, con distanze facilmente praticabili in auto (sino a 600 km), riducono la durata della loro vacanza ma, a differenza degli italiani, prenotano in anticipo e non sotto data;

■ **Ancora in crescita i flussi dall'area dell'Europa dell'Est,** ma la trattativa sui prezzi condiziona molte località;

■ **Stabilità per i Paesi tradizionali:** si prevede sostanzialmente stabile la quota dei flussi provenienti dagli altri Paesi europei;

■ **Primi approcci dai mercati «oltre BRIC»:** i residenti in alcuni paesi lontani che non fanno parte di quelli classificati come BRIC si avvicinano al prodotto montagna bianca italiana. In prevalenza trattasi di kazaki, azeri, coreani e turchi. ❄