



LIFESTYLE CERCASI

Nell'inverno 2016/17 non basterà essere semplicemente convenienti per aumentare quote di clientela. Occorreranno maggiori servizi, più opzioni gastronomiche, benessere, luoghi aggregativi, momenti di socializzazione, centri vacanza e opportunità di animazione per i piccoli ospiti. Ecco allora che emerge la tendenza più significativa dell'imminente stagione invernale, che per molti può rappresentare quasi un assurdo pensando alle piste da sci, all'innervamento, alle pratiche sportive da sempre al centro di questo settore turistico: il lifestyle prevale sulla motivazione puramente sportiva.

Il concetto è semplice: ottime piste, innevamento garantito, impianti straordinari servono a spostare da una località all'altra gli appassionati delle discipline sportive che però non aumenteranno né per numero (inferiore ai 3 milioni e mezzo, escludendo le ciaspole) né per giornate di pratica sportiva (in media di 7,2 giorni per inverno). Decisamente più interessante seguire il filone dei nostri connazionali che, negli ultimi anni, hanno scoperto la montagna bianca come luogo di piacere, quindi dove poter trascorrere qualche giorno - o qualche fine settimana - in compagnia di amici, mixando la pratica «leggera» dello sci per i propri figli, alcune ore al centro benessere, le serate in ristoranti tipici, un po' di sole nei rifugi, qualche ora di shopping, una ciaspolata: in sostanza, godere pienamente di questi pochi giorni concessi alla famiglia e all'amicizia. Sono questi i valori che possono convincere una quota assai consistente d'italiani a trascorrere le vacanze invernali nelle nostre Alpi o sui nostri Appennini: è soprattutto nell'inverno 2016/2017, anche a causa di una situazione internazionale instabile e scarsamente sicura, che potrebbe avvenire la «consacrazione» della montagna bianca come luogo di vacanza leisure e non solo di vacanza per sciatori/sportivi, facendo entrare di diritto località come Corvara, Madonna di Campiglio, Cortina d'Ampezzo, Ortisei, Courmayeur, Bormio nella competizio-

**I SERVIZI
ACCESSORI RICHIESTI
DAI TURISTI DIVENTANO
IL FULCRO NELLA SCELTA
DELLA VACANZA
SUPERANDO L'ASPETTO
SPORTIVO**

ne «alla pari» con le città d'arte europee e le crociere. Non parliamo di cifre insignificanti, tutt'altro: questo target d'italiani (famiglie con bambini che viaggiano in almeno due nuclei) che nell'inverno prossimo potrebbero dirigersi verso le località montane capaci di garantire servizi lifestyle sono 1 milione 180 mila, per potenziali 3 milioni 900 mila presenze. Denominate EfinEf (families in friendship) queste famiglie fanno sì praticare lo sci ai propri figli e alcuni genitori, ma ciò che ricercano è un luogo dove vivere esperienze piacevoli. Il loro soggiorno medio è pari a 3,3 notti (in pratica restano nella località per quattro giorni, dal giovedì alla domenica) e, elemento molto importante, possono diventare clienti altamente fedeli se vedono esaurite tutte le loro esigenze. Oltretutto, per loro è importante che i figli imparino a sciare, perché sta tornando a essere trendy, e così si struttura una nuova generazione di sciatori, clienti delle località di montagna nei prossimi trent'anni. Se le località di montagna saranno in grado di conquistare le EfinEf, potremmo assistere a una crescita dei praticanti di discipline sportive invernali di complessivi circa 12 punti percentuali entro i prossimi dieci anni. Famiglie con bambini, quindi, ma non solo rientranti in questa categoria di «non sciatori prevalenti»: infatti le famiglie con bambini rappresentano il core del sistema turistico della Montagna Bianca Italiana. Di questo se ne sono rese conto tutte le località e gli operatori, che lavorano sempre di più su un concetto di marketing tanto elementare quanto essenziale: massima offerta per i bambini (kinderheim, corsi di vario genere, animazione, didattica, baby club negli alberghi e sulle piste, piste tematiche, aree bob e slittini) per poter liberare i genitori dall'impegno quotidiano (e poter quindi essere liberi per fare altre attività: discipline slow ma anche shopping, percorsi benessere, etc.).

