

# FAMILY FIRST

**PER GUADAGNARE  
QUOTE DI MERCATO  
I COMPENSORI DEVONO  
ATTEZZARSI AMPLIANDO SERVIZI  
E STRUTTURE PER I BAMBINI,  
VERO E PROPRIO MOTORE  
DEL TURISMO BIANCO**



**M**ai come quest'anno vi saranno ingenti novità nell'offerta della montagna bianca italiana: non si tratta solo di nuovi impianti di risalita, di ampliamento delle aree con neve garantita o di una migliore qualità nei servizi in pista, ma anche di più servizi ristorativi, ristrutturazioni di alberghi, nuovi kindergarden, ampliamento dei servizi forniti dalle scuole sci. In particolar modo, tutti gli ambiti turistici presteranno una particolare attenzione al target primario, che è quello delle famiglie con bambini, e ciò anche grazie all'acquisita conoscenza del mercato e delle richieste della clientela. Infatti, se si vogliono non solo mantenere ma conquistare nuove quote di mercato su questo target, serve dedicare loro spazi e servizi e ciò deve avvenire nella località, sulle piste e nelle strutture ricettive.

Sarà quindi per il fatto che le famiglie con bambini rappresentano il target primario (53,1%) delle destinazioni montane italiane, sarà perché i bambini sino a 12 anni rappresentano ben il 65,9% dei clienti delle scuole di sci nazionale, nell'imminente stagione invernale tutte le destinazioni andranno a caccia di famiglie. Famiglie che scelgono, in prevalenza, sulla base di due criteri:

- ▶ servizi e attenzioni dedicate ai figli
  - ▶ rapporti personali con le scuole di sci e i maestri
- oltre, naturalmente, alla possibilità di promozioni dedicate al «nucleo familiare».

Per questo segmento di mercato conta più il servizio kinderheim sulle piste e attività di animazione serale dedicata in hotel, una scuola di sci dove i maestri abbiano ottimo savoir-fair con i figli e la possibilità di skipass agevolati che non una molteplicità di locali di intrattenimento o shopping.

Famiglie che si muovono sempre più in nuclei familiari aggregati: la vacanza in montagna è, soprattutto, condivisione di esperienza tra famiglie di amici, che possono così ritrovare tempo per stare in compagnia in montagna. Basti pensare che circa una famiglia su tre (esattamente il 28,9% delle attuali famiglie che frequentano la montagna nel periodo invernale) decidono il periodo di soggiorno in base alla disponibilità di almeno un'altra coppia. Famiglie che, come già indicato, scelgono dando priorità ai servizi ad hoc per i figli: non si tratta solo di avere kinderheim sulle piste o in hotel, ma sempre di più vengono richiesti servizi quali, ad esempio, il trasporto a/r dei figli «da casa» sino alle piste di sci da parte dei maestri, eventi - anche extra sci - dedicati ai piccoli ospiti.

E, ancora: il valore del rapporto umano con i maestri di sci. Sono loro, infatti, i veri ambasciatori delle località di montagna. A seconda del rapporto che si instaura con la scuola di riferimento e il maestro, la famiglia sceglie se poi tornare in quella località o meno. Inoltre è interessante notare come se il maestro cambia la scuola per la quale lavora, anche la famiglia cambia (seguendo il maestro).

Da ultimo le promozioni: ogni località, ogni scuola e ogni operatore del settore ricettivo promuove sconti e agevolazioni per conquistare quote di mercato familiare. Non solo. Anche le regioni si muovono in questa direzione: Veneto e Piemonte hanno indetto, ambedue per le giornate dal 15 al 17 febbraio, le giornate/settimana dello Sport, con l'obiettivo di promuovere il turismo invernale e le attività legate allo sport e al benessere. Iniziativa lungimirante, che avvicina i bambini e le famiglie alla montagna bianca italiana.

