

CHE INVERNO!

Una stagione, quella in chiusura, che ha portato risultati positivi a quasi tutte le destinazioni alpine e appenniniche, con indici di crescita – sia in termini di presenze che di fatturato – che in alcuni casi hanno raggiunto i 20 punti percentuali. Piste perfette e innevamento naturale costante, avvio di stagione anticipata e una chiusura pasquale ottima sono stati i fattori primari che hanno portato gli operatori della filiera della montagna bianca a chiudere col sorriso. In attesa del consuntivo definitivo di fine stagione, Skipass Panorama Turismo – l'Osservatorio della Montagna Bianca Italiana – ci ha fornito indicatori circa le tendenze che hanno contraddistinto questa stagione invernale.

► **forte richiesta di appartamenti:** la crescita del sistema di affitti brevi che è esplosa anche in Italia grazie ad Airbnb, Halldis e una molteplicità di altri portali di home hospitality, ha offerto un'indubbia opportunità ai proprietari di appartamenti e seconde case. Una tendenza, quella dell'incremento della vacanza «staycation», che continuerà il suo trend almeno per il prossimo triennio, perché garantisce la possibilità quasi «metafisica» di socializzare con i residenti;

► **ricerca di nuove opzioni outdoor:** il freddo non fa più paura. Gli italiani hanno confermato il desiderio di trascorrere più tempo all'aria aperta, anche con temperature sotto la norma. In questo contesto hanno ricercato nuove opportunità outdoor, soprattutto – ma non solo – di tipo sportivo;

► **ricerca dei luoghi-luoghi:** nell'inverno appena terminato si è confermata una tendenza segnalata a inizio anno, con la sempre più marcata ricerca di destinazioni reali, dove sia viva un'identità, un legame con il territorio, dove si possano vivere le tradizioni locali e vi siano una storia e una cultura da scoprire;

► **la sicurezza, un'esigenza:** una tendenza, questa, che si è manifestata come primaria. Sicurezza, però, non significa chiusura, ma garanzia di tranquillità e serenità. È aumentata quindi la ricerca di luoghi rassicuranti, anche a causa di un ambiente sociale ancora difficile per fattori legati a instabilità politica e sociale, all'immigrazione, al malessere sociale;

► **opzioni multitasking:** avere l'opportunità di fare molto, se non tutto, anche se poi non si ha il tempo materiale per usufruire delle molte opzioni. Questo è il concetto base che ha sottinteso questo tipo di esigenza;

► **friendly per tutti:** sono aumentate le richieste di servizi e attenzioni da parte di clienti non standard. Le tendenze hanno segnato un incremento di richieste da parte di clienti che cercano opzioni a loro dedicate: che si tratti di famiglie, pet, lgbt, nuclei multigenerazionali, disabili... ognuno ha proprie precise esigenze;

STAGIONE DA RECORD, QUELLA CHE SI STA CONCLUDENDO, AGEVOLATA DALLE ABBONDANTI NEVICATE CHE HANNO AIUTATO A INCREMENTARE I FATTURATI DI TUTTI I COMPARTI DELLA MONTAGNA BIANCA

► **conoscenze random:** si è innalzata la quota di coloro che vogliono acquisire, anche durante uno short break, una conoscenza rapida e random. Al di fuori della motivazione primaria del soggiorno, interessa in particolar modo tutto ciò che è «dolce vita»: corsi rapidi di degustazione di birra artigianale locale, cooking class con chef stellati, percorso di scoperta dei vini, seminari di mindfulness;

► **desiderio di wellbeing:** non è propriamente una nuova tendenza quanto piuttosto una conferma – la richiesta appunto di servizi legati al benessere – ma vi è stata anche l'evoluzione legata alla ricerca di destinazioni del benessere non solo all'interno di una struttura o in una beauty farm ma in tutta la destinazione con luoghi di relax, movimento slow, servizi di bellezza e rigenerazione.

Tra tutte le tendenze, quella che esploderà nei prossimi anni sarà quella dello snow festival: musica di qualità e festa tra i boschi, in altitudine e sotto la neve, il tutto esplosivo tra diverse location, dagli igloo agli après ski sino ai rifugi. Non una semplice festa, ma un vero unconventional party sulla neve. Vi è inoltre una tendenza che, però, non può più essere considerata tale – in quanto rappresenta ormai un elemento strutturale di ogni tipologia di soggiorno, sia essa settimana bianca, long weekend o short break – relativa all'utilizzo della rete web e dello smartphone e tablet in ogni fase di «pianificazione e consumo» del soggiorno, vale a dire:

- nel momento di raccolta delle informazioni;
- nella fase di prenotazione dei soggiorni;
- durante la vacanza, per ottenere informazioni;
- al termine della stessa, per recensire.

Le località che non sono state in grado di garantire un facile accesso hanno perso opportunità: infatti tutti gli ospiti della montagna bianca vogliono sempre di più «dialogare, condividere, trasmettere» informazioni della struttura nella quale alloggiano, manifestare palesemente le proprie capacità sulle piste, comunicare una serata speciale trascorsa in una baita davanti al fuoco di un camino.

Quest'anno si è infatti affermata una condizione/esigenza: gli ospiti non si accontentano più di prendere visione – tramite mobile – delle opportunità del territorio e di effettuare la prenotazione prima della partenza. Essi vogliono utilizzare più strumenti di informazione e comparazione, dialogare on line in real time e avere, sempre, una relazione personale e diretta – tailor made – con il territorio, soprattutto nel momento di «consumo» della vacanza.

