



Inverno 2010/2011

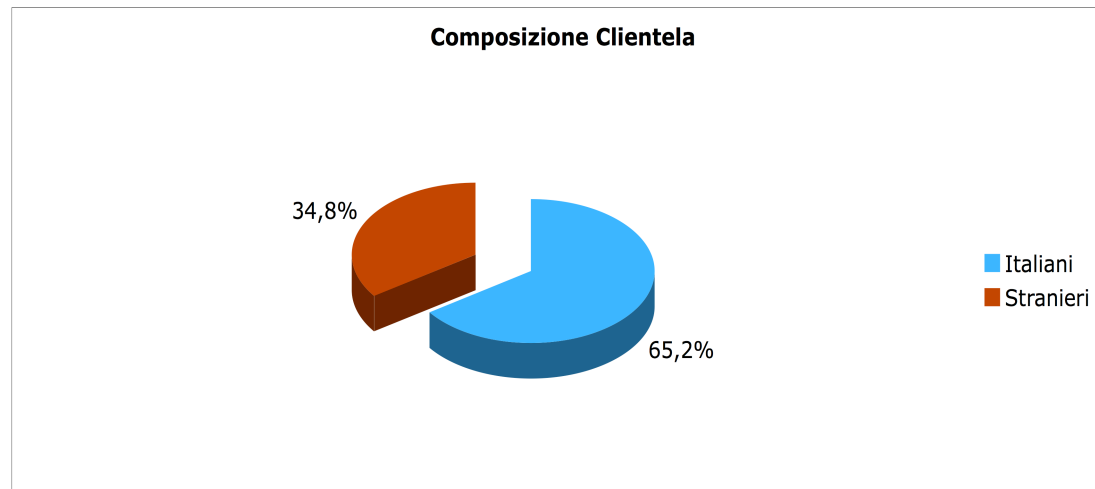
Osservatorio della Montagna emiliano-romagnola

L'OFFERTA NEVE REGIONALE



Cosa è successo lo scorso inverno

La clientela della montagna bianca: italiani vs stranieri



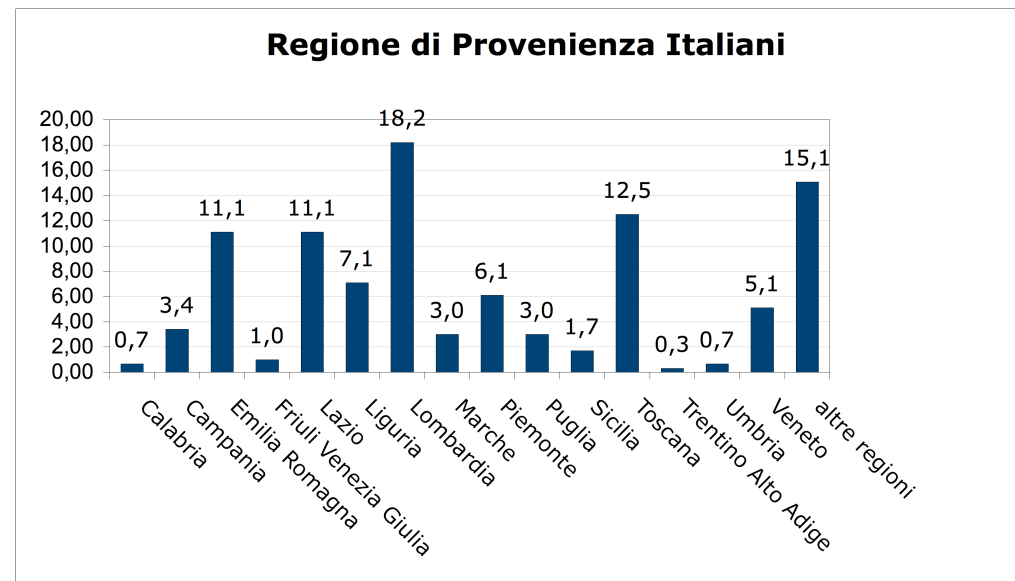
A livello nazionale la clientela italiana rappresenta il 65,2% del totale e quella straniera il **34,8%**.

Nelle destinazioni appenniniche la quota della clientela straniera scende al **4,4%**.

A livello regionale la quota di clientela estera si attesta all'**8,7%**.

IL LIVELLO NAZIONALE

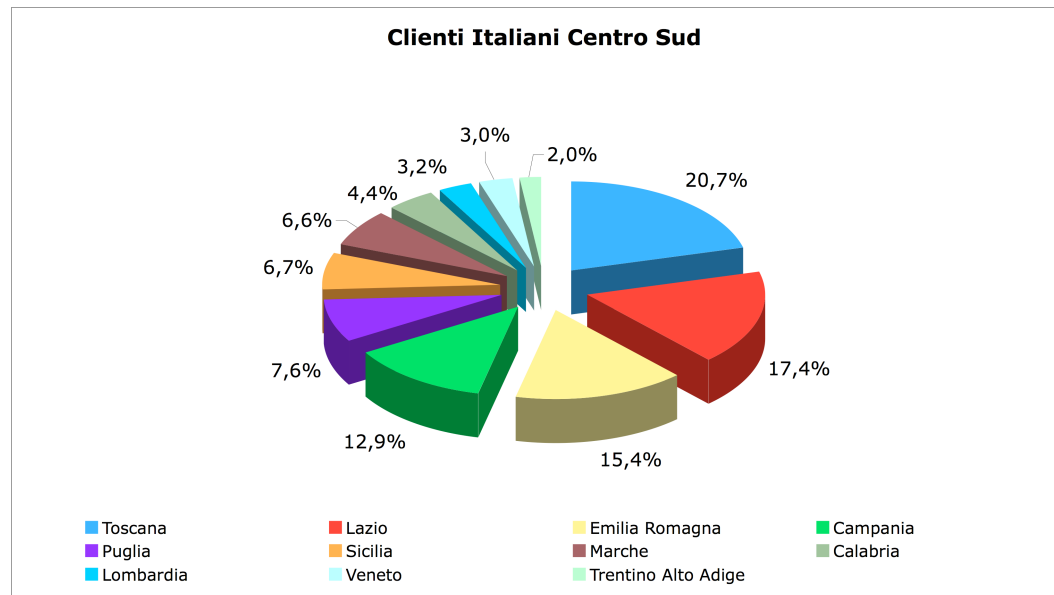
la clientela italiana: aree di provenienza



A livello nazionale la clientela italiana è residente in prevalenza in Lombardia, Toscana, Emilia Romagna e Lazio.

LE DESTINAZIONI APPENNINICHE

la clientela italiana: aree di provenienza



1. il **53,3%** proviene da Toscana, Lazio ed Emilia Romagna (34,7% il dato nazionale)
2. Campania e Puglia rappresentano un ulteriore **20,5%** (6,4% il dato nazionale)

LE LOCALITA' APPENNINICHE EMILIA ROMAGNA

profilo della clientela italiana

Nel periodo invernale, nella totalità delle destinazioni appenniniche dell'Emilia Romagna:

- il **37,5%** degli ospiti è residente in Regione,
- il **32%** proviene dalla Toscana,
- il **7%** dalla Lombardia,
- il **4,4%** dal Lazio,
- il **3,5%** dalla Liguria.

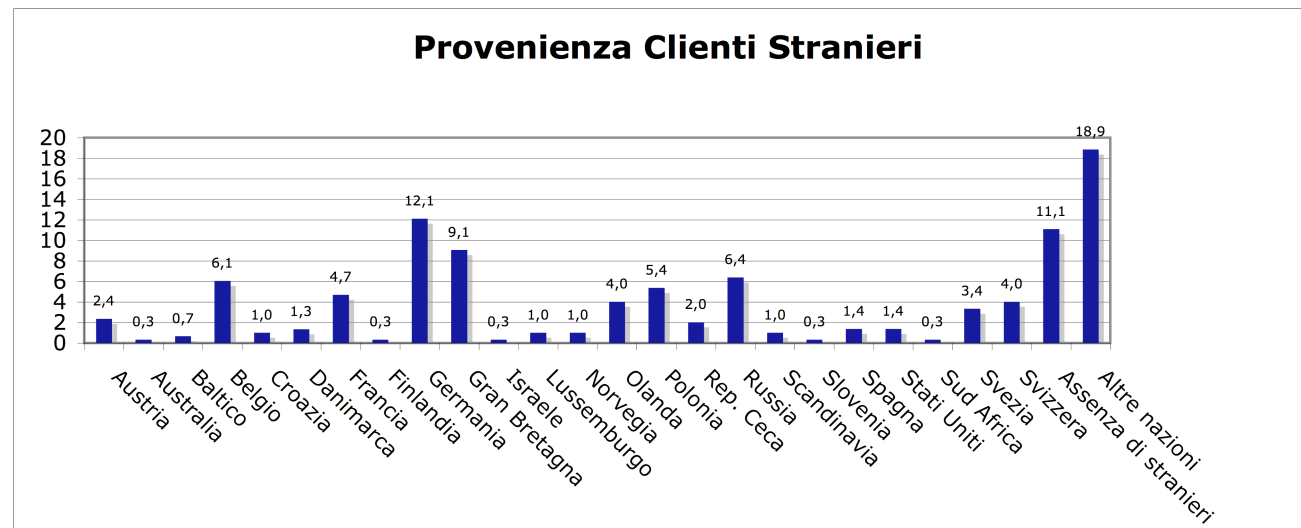
Il mese nel quale si riscontra il maggior numero di presenze di italiani è **gennaio**; da solo genera il **28,8%** del totale delle presenze di italiani nelle destinazioni appenniniche regionali.

Per quanto riguarda i periodi di soggiorno (dicembre/marzo):

- i **residenti** in Regione frequentano le nostre località appenniniche in ogni periodo,
- il 68% degli ospiti **toscani** viene in Emilia Romagna tra gennaio e febbraio,
- i residenti in **Lombardia** prediligono il mese di dicembre e marzo,
- il 38% degli ospiti **laziali** frequenta il nostro appennino bianco nel mese di febbraio.
- il 67% degli ospiti **liguri** viene in Emilia Romagna tra febbraio e marzo.

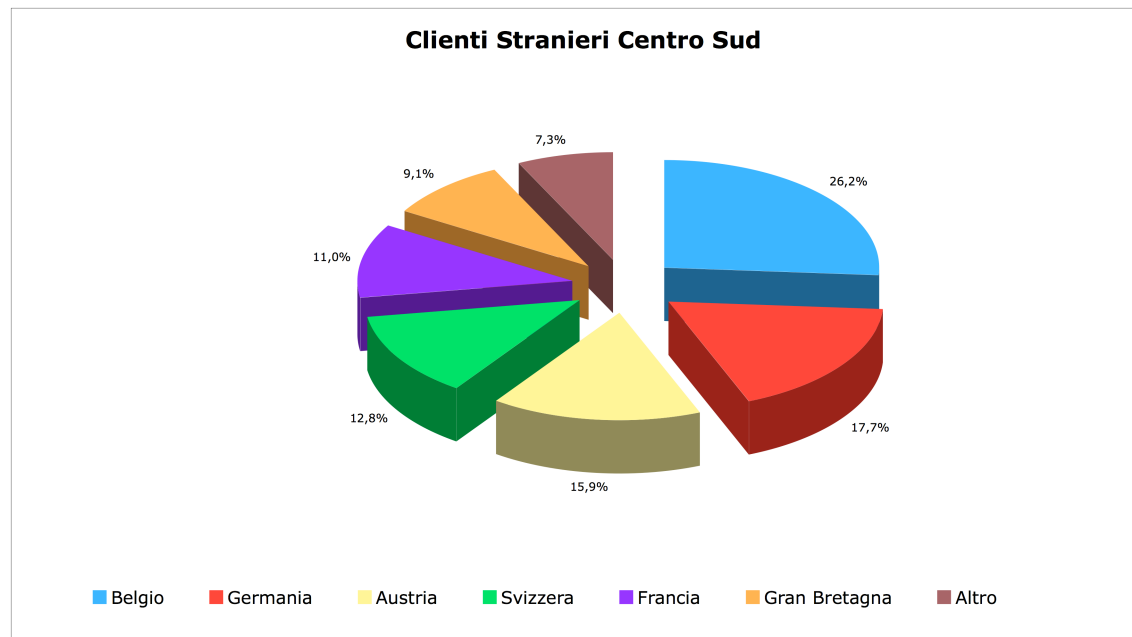
IL LIVELLO NAZIONALE

gli stranieri: Paesi di provenienza



A livello nazionale la clientela straniera primaria proviene da Germania, Gran Bretagna, Russia, Belgio, Polonia ed Olanda.

LE DESTINAZIONI APPENNINICHE gli stranieri: Paesi di provenienza



1. il **59,8%** proviene da Belgio, Germania ed Austria (20,6% il dato nazionale)
2. più svizzeri e francesi nelle destinazioni appenniniche rispetto alla media nazionale (**23,8%** contro 8,7%): stessa quota di turisti dalla Gran Bretagna (**9,1%**)

LE LOCALITA' APPENNINICHE EMILIA ROMAGNA

profilo della clientela straniera

Nel periodo invernale, nella totalità delle destinazioni appenniniche dell'Emilia Romagna:

- il **24,6%** degli ospiti stranieri proviene dalla Germania,
- il **16,8%** proviene dalla Francia,
- il **15,7%** dalla Polonia,
- il **6%** dalla Svizzera e Liechtenstein,
- il **3,6%** dal Regno Unito,
- il **3,1%** dal Belgio.

Per quanto riguarda i periodi di soggiorno (dicembre/marzo):

- i **tedeschi** frequentano le località appenniniche dell'Emilia Romagna in ogni periodo,
- anche per i **francesi** la frequentazione è suddivisa in maniera equa in ogni periodo,
- i **polacchi** invece prediligono il mese di febbraio,
- gli **svizzeri**, al contrario, preferiscono i mesi di dicembre e gennaio;
- il mese di dicembre è invece quello che prediligono gli **inglesi**.

Cosa succederà nel prossimo inverno

INDICATORI E TENDENZE NAZIONALI INVERNO 2010/2011

ELEMENTI DI CONSUMO DELLA VACANZA INVERNALE 2010/2011:

- Sostituibilità
- Infedeltà
- Miscellanea
- Luoghi conformi
- Ricerca di solidità

TENDENZE DELLA VACANZA INVERNALE 2010/2011:

- Short break vs settimane bianche
- Destinazione vs opportunità
- Entertainment e leisure vs solo sci
- Low vs luxury

INDICATORI E TENDENZE NAZIONALI INVERNO 2010/2011

ALTRI FATTORI CONDIZIONANTI LA VACANZA INVERNALE 2010/2011:

- Divaricazione tra esigenze di sciatori "specialisti" e "amatoriali"
- Aumento delle richieste di nuove discipline
- Nuovi pionieri delle emozioni

DIVENTANO ELEMENTI STRUTTURALI:

- L'utilizzo del web per conoscere e per prenotare (+16% di presenza sui sistemi di booking online rispetto al 2009/2010)
- La ricerca di convenienza
- La prenotazione sotto data
- La ricerca di autenticità
- La riduzione della permanenza media (sotto le 5 notti)
- La crisi delle seconde case

INDICATORI E TENDENZE NAZIONALI INVERNO 2010/2011

I PREZZI:

- *Settimane bianche*: prezzi invariati
- *Week end*: incrementi tra il 4 ed il 12%
- *Strutture ricettive*: incremento nazionali del 2,5% (nord-ovest dell'1,8%, nord-est del 3,5%, appennino 2,2%)
- Leggero incremento per gli *skipass*
- Invariati i prezzi degli *altri servizi*

Ma soprattutto aumenta la pratica degli sconti e delle offerte promozionali!

I MERCATI:

- *Italia*: sostanziale stabilità degli ospiti
- *Italia*: forte incremento degli escursionisti day by day
- *Europa*: incremento da Polonia e Repubblica Ceca, Belgio e Danimarca
- *Europa*: diminuzione dei turisti inglesi e tedeschi
- *Mercati lontani*: aumento dei russi (solo per alcune location) e leggero incremento dei turisti americani

IL MERCATO NAZIONALE INVERNO 2010/2011

1.380.000 gli sciatori "specialisti"

1.340.000 gli sciatori "amatoriali"

760.000 gli "ego-sciatori"



Di questi **3.480.000** italiani:

- il **66,8%** pratica sci da discesa
- l'**8,2%** pratica sci da fondo
- il **20,8%** pratica lo snowboard
- il **4,2%** si dedica alle nuove discipline

a questi si aggiungono ulteriori

320.000 "turisti della neve"

Età	Percentuale
Sotto i 18 anni	6,5%
Tra i 18 ed i 30 anni	35,3%
Tra i 31 ed i 40 anni	29%
Tra i 41 ed i 50 anni	19,7%
oltre 51 anni	9,5%

FATTURATO A LIVELLO NAZIONALE INVERNO 2010/2011

NATALE/CAPODANNO

- *Incremento del fatturato complessivo pari a 3 punti percentuali*

STAGIONE INVERNO 2010/2011

- *Riduzione del fatturato complessivo del sistema neve tra i 4,5 ed 6 punti percentuali*

DOVUTO A:

- *Stabilità delle presenze degli italiani, ma contrazione della spesa*
- *Aumento di circa il 5% delle presenze straniere, ma solo leggero incremento di fatturato*

INDICATORI DESTINAZIONI APPENNINICHE INVERNO 2010/2011

- il 20% delle strutture ricettive dell'Appennino bianco rischia l'estinzione
- la vendita delle settimane bianche diminuisce ulteriormente, aumenta la richiesta di week end
- aumenta il fenomeno dell'escursionismo
- incremento dell'arrivo di turisti stranieri, ma solo per chi sperimenta
- si segnala un buon interesse da parte dei Tour Operator
- vengono effettuati forti investimenti sui servizi

**E nelle destinazioni della montagna bianca
dell'Emilia Romagna?**

I COMPRESORI CIMONE E CORNO ALLE SCALE

I **prezzi** nei comprensori del **Cimone** e **Corno alle Scale**:

- la settimana bianca in hotel costa in media 290 euro,
- un giorno in mezza pensione in hotel varia dai 24 agli 72 euro (escluso Capodanno).

I servizi più richiesti nei comprensori del **Cimone** e **Corno alle Scale** sono:

- i servizi in pista: servizi per bambini, nuove piste (snowboard, discesa e fondo), servizio noleggio delle attrezzature, incremento delle aree ristoro e dei rifugi, nuovi servizi come passeggiate con le ciaspole, winter trekking, etc.;
- i servizi nella località: servizi per bambini - tra cui anche piste attrezzate, servizi per il leisure (dalle discoteche, locali serali, ristoranti, ma anche il cinema), servizi sportivi - come la pista di pattinaggio ed il tennis coperto, ma anche centri benessere e servizio di transfert; si raccomanda la tutela dell'ambiente;
- i servizi nelle strutture: si va dalla richiesta di aree benessere ai servizi e spazi dedicati ai bambini; dalla richiesta di accesso ai cani al deposito sci, sino parcheggio per le auto.

I COMPRENSORI CIMONE E CORNO ALLE SCALE

OBIETTIVO:



rappresentare il "primo luogo" della montagna bianca, un punto di arrivo per tutto il centro-sud Italia

INDICATORI:

1. aumenteranno gli sciatori "specialisti": più preparati ed esigenti
2. esplose l'esigenza di operare su nuove discipline (freestyle), ma soprattutto su quelle "libere" dagli impianti (ciaspole, sci alpinismo con le pelli, etc.)
3. aumenta l'esigenza di certezze sui servizi di innevamento e di nuove forme di leisure

MERCATI



turisti dell'Est Europa, Belgio
residenti nel raggio di 100 km.



clienti tedeschi
ospiti del nord-est Italia

TARGET



clienti individuali
famiglie con bambini



gruppi "tradizionali"
turismo scolastico

I COMPENSORI

CIMONE E CORNO ALLE SCALE

NECESSITA':

- più relazione e collaborazione tra gli operatori che compongono il "sistema neve"
- creazione di pacchetti e promozioni "free", senza date obbligate
- rafforzare la collaborazione fra i due comprensori; anche con l'Abetone
- più snellezza nelle pratiche per investimenti strutturali "speciali" (wellness, piscine, etc.)

LE ASPETTATIVE DEGLI OPERATORI LOCALI:

- buone aspettative per gli operatori dei due comprensori, anche grazie:
 - alla nuova società di gestione degli impianti a Corno alle Scale
 - alla condizione meteo, che lo scorso anno è stata pessima per Natale e Capodanno

LE PARTICOLARITA':

- richieste da parte di clienti spagnoli
- interesse dagli studenti stranieri che frequentano le Università di Bologna e Firenze
- avvio di relazioni commerciali con Tour Operator russi e rumeni

LE STAZIONI "MINORI"

CERRETO LAGHI, SCHIA E CAMPIGNA

I **prezzi** nelle destinazioni **Cerreto Laghi, Schia** e **Campigna**:

- la settimana bianca in hotel costa in media 265 euro,
- un giorno in mezza pensione in hotel varia da 22 a 85 euro (escluso Capodanno).

I servizi più richiesti nelle stazioni di **Cerreto Laghi, Schia** e **Campigna** sono:

- i servizi in pista: campi scuola, nuove impianti e piste di sci da discesa, fondo e snowboard, nuovi servizi come passeggiate con le ciaspole, aumento del numero dei maestri di sci, un maggior numero di punti di ristoro, servizi igienici (Schia);
- i servizi nella località: attività sportive collaterali - tennis coperto, pattinaggio, ma anche servizi immateriali come cartine unitamente a servizi più strutturali (bancomat, edicola, farmacia: Schia);
- i servizi nelle strutture: zone relax, centri benessere e piscina, servizio internet, ospitalità per cani, servizio lavanderia.

LE STAZIONI "MINORI"

CERRETO LAGHI, SCHIA E CAMPIGNA

OBIETTIVO:



non solo garantire "servizi", ma diventare "destinazioni" della montagna bianca con un parallelo aumento di notorietà ed appeal; ci si deve porre come location valide per il binomio economicità/vicinanza

INDICATORI:

1. aumenteranno gli escursionisti day by day
2. la permanenza media non supererà le 2,5 notti
3. aumenta la richiesta di servizi, soprattutto dedicati agli sciatori (noleggi, rifugi, scuole, maestri preparati, etc.)

MERCATI



residenti nel raggio di 100 km.
pochissimi stranieri

TARGET



piccoli gruppi
famiglie con bambini

LE STAZIONI "MINORI"

CERRETO LAGHI, SCHIA E CAMPIGNA

NECESSITA':

- avere almeno un punto di eccellenza ed unicità territoriale
- garantire i servizi basici, come ad esempio il campo scuola per i principianti
- lavorare per un posizionamento forte sulla pratica di discipline non condizionate dagli impianti (ciaspole, winter trekking, nordic walking sulla neve, etc.)
- incremento delle strutture ricettive

LE ASPETTATIVE DEGLI OPERATORI LOCALI:

- buone le aspettative per gli operatori di Cerreto Laghi (se vi sarà neve e bel tempo)
- ci si attende una sostanziale stabilità per per gli operatori della Campigna
- si prevede un leggero aumento di arrivi a Schia (dove sono stati apportati miglioramenti alle piste)

LE PARTICOLARITA':

- aumentano le richieste da parte dei residenti in Liguria (Schia)
- da un alto il mercato richiede già ora skipass, dall'altro alcuni operatori non hanno ancora definito le promozioni e le offerte

IN SOSTANZA: DOVE AGIRE PER DIFFERENZIARSI

- **Sulle discipline:** posizionarsi come innovatori sulle nuove discipline, anche con maestri specializzati, come pure sulle piste da fondo
- **Sulle tematiche:** sci-benessere (la montagna dove “star bene”), snow-bellness (che non richiede impianti, da fare con lentezza), etc.
- **Sui mercati:** sperimentare i mercati esteri con più convinzione, in particolar modo quelli dell’Est Europa; in Italia, forzare la comunicazione soprattutto sulle regioni della fascia centrale; su tutti i mercati, rafforzare i rapporti con i TO
- **Sui target:** i TO segnalano l’esigenza di una più forte attenzione alle famiglie con bambini; non disperdere energie e risorse per gruppi “tradizionali” e studenti
- **Sulle offerte:** promozioni speciali per piccoli gruppi, puntare su offerte estremamente flessibili e sugli short break
- **Sulla comunicazione:** rafforzare il concetto che i prezzi sono rimasti invariati rispetto allo scorso anno (alcuni servizi di noleggio lo sono da 10 anni)

“la vera novità è rappresentata da Sestola, località con sempre maggiore richiesta da parte della clientela del centro Italia”

LA METODOLOGIA

- elaborazione su base 56 operatori e/o referenti di strutture ricettive alberghiere, residence, campeggi, affittacamere, consorzi, iat, associazioni di categoria, società di gestione degli impianti, società di servizi (noleggio, scuole di sci, etc.) localizzati nei 5 comprensori/destinazioni della montagna bianca dell'Emilia Romagna;
- elaborazione su dati SKIPASS PANORAMA TURISMO costituito da: 718 interviste telefoniche ad italiani che hanno frequentato la montagna per sciare almeno tre volte negli ultimi due anni; 620 strutture ricettive distribuite in 28 località della montagna bianca italiana; 54 tra Apt, uffici IAT, Consorzi ed Agenzie di incoming; 16 Tour Operator nazionali; 43 direttori e/o presidenti di associazioni di categorie e associazioni albergatori delle destinazioni montane, referenti degli impianti di risalita, etc.;
- ricerche e data base AAVV.

Osservatorio della Montagna emiliano-romagnola



L'Osservatorio delle Montagna emiliano-romagnola è curato da JFC srl, Via XX settembre, 29 - 48018 - Faenza. Tel 0546.668557, fax. 0546.663448 - www.jfc.it.

Tutti i diritti di riproduzione, utilizzo, memorizzazione e archiviazione dei dati, anche parziale, sono riservati e possono essere autorizzati solo previa richiesta all'indirizzo di posta elettronica info@jfc.it.

