



Neve italiana verso l'estero

Risparmio
e flessibilità
le richieste
di un mercato
da 9,9 miliardi

facili. I player della montagna, infatti, reduci da una stagione estiva pesante, non hanno effettuato grandi investimenti, ma si sono orientati in principal modo su due assi commerciali che producano maggiore sicurezza sul ritorno economico.

I DATI DI SKIPASS PANORAMA TURISMO EVIDENZIANO UNA MAGGIORE ATTENZIONE AGLI STRANIERI

Un mercato potenziale di 115 milioni di clienti.

Questi sono i numeri degli sciatori a livello mondiale: un bacino enorme, la maggior parte dei quali sceglie di trascorrere le proprie vacanze 'bianche' proprio sulle Alpi. Il comprensorio alpino è infatti il leader indiscusso fra le montagne sciistiche mondiali, con il 45 per cento di share sul totale dei turisti.

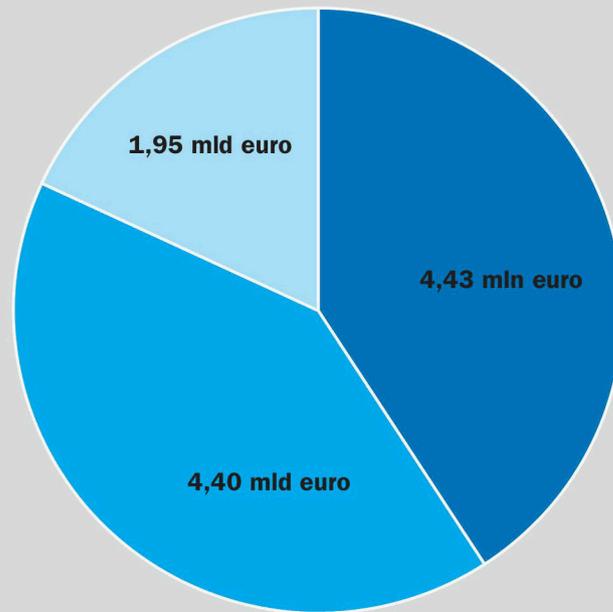
Non tutti arrivano in Italia: il comparto del turismo invernale rappresenta l'11,3 per cento del complessivo sistema del turismo della Penisola. Ma i numeri di fatturato sono comunque significativi. Per la stagione 2014-2015, infatti, Skipass Panorama turismo, l'osservatorio realizzato da Jfc per Skipass Modena, prevede un fatturato complessivo del sistema turismo neve di circa 9,9 miliardi di euro. Il sistema ricettivo porta a casa circa metà di questa torta, con un giro d'affari di 4 miliardi e 400 milioni, mentre altri 4 miliardi e 430 milioni vanno nelle tasche dei servizi sciistici. Un miliardo e 95 milioni sono invece appannaggio degli altri servizi, dalla ristorazione alle attività ricreative di divertimento.

La stagione, dice ancora lo studio Skipass, non sarà delle più

Da un lato la promozione, che quest'anno è stata orientata soprattutto sui mercati internazionali per recuperare quote di mercato. Secondo gli operatori, infatti, i flussi italiani saranno ancora in affanno, mentre bacini come la Germania o la Francia, che sono il 1° e il 3° player in termini di numero di sciatori nel mondo, rispettivamente con 15 e 12 milioni di praticanti, offrono maggiore sicurezza. Dall'altro lato, si assiste a un rafforzamento del rapporto con l'intermediazione commerciale delle Olta e dei tour operator, per aprire nuovi canali di vendita. Tanto è vero che ci si attende un incremento fino al 245 per cento delle prenotazioni effettuate attraverso le Olta, e fino al 14,8 per cento di quelle attraverso il tour operating. Le prenotazioni dirette scendono sotto la metà del complessivo.

Per quanto riguarda le tendenze di mercato, si prevede una ricerca sempre più incisiva di risparmio, una prenotazione ormai non last minute ma day-time, nonché la sempre maggiore richiesta di soggiorni destrutturati con arrivi e partenze a richiesta e non più a giorni o ore fisse.

FATTURATO



■ Servizi sciistici

■ Servizi diversi (ristoranti ecc.)

■ Alberghi e ricettivo

CANALI DI PRENOTAZIONE

