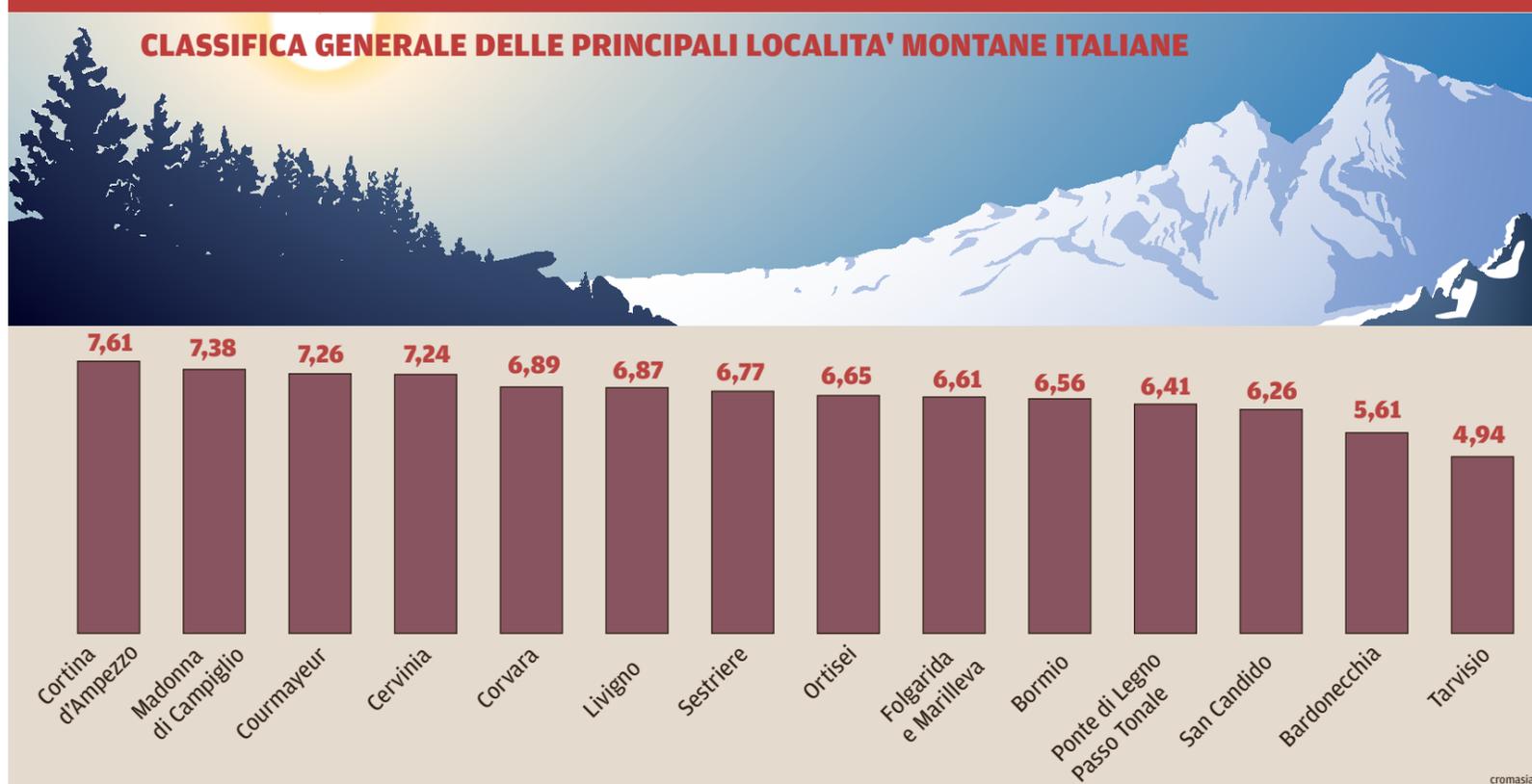


# OSSERVATORIO SKIPASS

## CLASSIFICA GENERALE DELLE PRINCIPALI LOCALITA' MONTANE ITALIANE



# La regina dello sci è ancora Cortina

Lo studio colloca la conca al primo posto davanti a Campiglio e Courmayeur. Ma è indietro nelle classifiche che riguardano gli alberghi e gli impianti

di **Stefano Vietina**  
CORTINA

Cortina vive, e bene, del suo mito, di un fascino che va ben oltre i servizi che sa offrire. Un patrimonio d'immagine costruito nel tempo e che non va dilapidato, ma sul quale si deve continuare a investire se si vuole restare nell'élite delle destinazioni montane del nostro paese.

I numeri spesso sono capaci di dare una spiegazione razionale a una sensazione. Ed è quanto fanno le classifiche espresse nella ricerca sulla "Situazione congiunturale della Montagna bianca italiana, Inverno 2016/2017 - Previsioni e tendenze", condotta da JFC srl per conto di Skipass Panorama Turismo nel periodo settembre/ottobre 2016.

Fare una vacanza a Cortina e sciare sulle sue piste, nella cornice unica della Conca ampezzana, resta ancora in cima ai desideri degli italiani, ma è anche vero che la perla delle Dolomiti è cara, che gli impianti di risalita non sono al top e che raggiungerla non è semplice con l'attuale sistema viario.

Era il 1956 quando Cortina ospitò i VII Giochi olimpici invernali, all'interno dei quali si svolsero anche i Mondiali di sci. Sono proprio gli anni Cinquanta il momento storico in cui nacque il mito della perla delle Dolomiti. Grazie ai Giochi Olimpici, infatti, Cortina divenne in breve tempo meta privilegiata delle vacanze invernali per tutte quelle perso-

» Conferma anche la leadership che ha da anni per quanto riguarda la località più famosa: l'indagine mette in rilievo però le carenze che la fanno retrocedere in altri ambiti

nalità che animavano la Dolce Vita di quegli anni. Il Grand Hotel Miramonti diventa con gli anni un set cinematografico, imprenditori e politici scelgono Cortina come la sede del-

le loro vacanze, sia estive che invernali. Avere casa a Cortina divenne un vero e proprio status symbol. Oggi non è da meno, il fascino resta immutato.

Lo dicono le classifiche delle località invernali italiane, con Cortina che si conferma anche per la stagione invernale in arrivo in testa alla classifica generale delle mete montane più ambite, con un punteggio complessivo di 7,61 punti. Al secondo posto si posiziona Madonna di Campiglio con 7,38 punti, poi Courmayeur con 7,26 punti; seguono Cervinia, Corvara, Livigno, Sestriere, Ortisei, Folgarida e Marille-

va, Bormio, Ponte di Legno/Passo Tonale, San Candido, Bardonecchia e Tarvisio.

Nel dettaglio, Cortina conferma la leadership degli ultimi due anni come località più famosa e quindi riconoscibile (con un punteggio di 9,10), seguita da Courmayeur e da Madonna di Campiglio. Quest'ultima va in testa, però, nella classifica delle località "trendy", ovvero alla moda o più desiderate, seguita da Cortina e Courmayeur. Cambia la posizione se si analizzano i servizi, a partire dai migliori alberghi: in questa specifica classifica emerge San Candido, segui-

» Per quanto riguarda le piste si piazza al quarto posto mentre scende al nono per gli impianti di risalita, graduatoria dominata da Plan de Corones e Alta Badia

ta da Corvara e da Livigno, mentre Cortina risulta appena al decimo posto. In merito alla qualità delle piste, Cortina risale al quarto posto nella classifica guidata da Sestriere, Cervi-

nia e Corvara; ottima posizione anche in quella legata alla quantità dei servizi presenti nella località, che vede Cortina al secondo posto dopo Corvara e seguita da Ortisei.

Nella graduatoria dei comprensori sciistici con almeno 100 km di piste da discesa, che rappresentano - per gli sciatori italiani - i luoghi più desiderati nei quali praticare la disciplina sportiva preferita, Cortina è solo al nono posto. Quarto posto per la "regina" fra le piste considerate migliori, ma si scende ancora al nono per quanto concerne i migliori impianti di risalita, classifica dominata ancora, nell'ordine, da Plan di Corones, Alta Badia e Val Gardena. Infine, quinto posto per quanto riguarda la garanzia di poter trovare piste sempre innevate, mentre si scende al nono per la sicurezza sulle piste e all'undicesimo per i prezzi più convenienti.

Dall'insieme dei risultati di questa indagine basata sulla percezione degli italiani, Cortina resta ancora la destinazione montana più famosa, con uno scarto tale rispetto alle altre da consentirle di vincere anche la classifica generale, pur se penalizzata dal settore ricettivo. Come comprensorio sciistico, poi, ci sono margini di miglioramento, sia per gli impianti di risalita che per la sicurezza delle piste. La perla delle Dolomiti deve dunque lavorare in particolare su questi aspetti per consolidare la sua leadership ed i Mondiali del 2021 rappresentano in tal senso un'opportunità unica.

## Calano gli snowboarder, boom dello sci alpinismo

BELLUNO

Continua, nell'inverno 2016/2017, la richiesta sia di discipline "free", per le quali non serve "spendere" né per l'acquisto dello skipass né per il maestro di sci, come le ciaspole e il nordic walking, sia delle discipline "adrenaliniche", come il freeride. Inoltre grande spazio allo Ski-safari/tour, un percorso coinvolgente e sviluppato tra piste "importanti". Grande sviluppo anche per le esperienze sportive che possono essere vissute in maniera slow, senza competizione e a fondo valle, come nordic walking, ciaspole e sci di fondo. Ma il prossimo inverno sarà caratterizzato anche da altri trend, come l'utiliz-



Una gara di scialpinismo

zo generalizzato della GoPro, per riprendere ogni momento della pratica sportiva e condividerla; le fat bike, ovvero le bici con le "gomme grasse", anche quelle con la pedalata assistita, per le discese sulle piste e non

solo; il rinnovato interesse da parte delle scolaresche; i corsi continuativi in più week-end durante la stagione; l'utilizzo delle piste, dei rifugi e degli snow park per l'organizzazione di eventi per il divertimento.

Intanto dalla ricerca Skipass Panorama Turismo emerge come sia in crescita il numero complessivo degli sciatori che praticano la disciplina sportiva in maniera attiva, con una periodicità costante negli anni e durante l'inverno, i cosiddetti "seriali". Fra questi cala lo snowboard (-5,3%), mentre crescono sci da discesa (+1,8%) con un incremento di 38 mila nuovi praticanti; sci di fondo, +3,7%, 11 mila nuovi praticanti; sci alpinismo (+26,4% e nuo-

vi 19 mila adepti); il freestyle (+5,4%, 7 mila freestyler italiani in più); le ciaspole (+0,7%, raggiungendo quota 506.500 praticanti della disciplina); le altre discipline (154 mila italiani praticano nordic walking, biathlon, snowcrossboard paraski, airboard, skifox, hammerhead, eliski, safari ski).

Lo sci da discesa detiene il 56,6% dell'intero sistema sportivo sulla neve, ma sono in costante crescita freeride e sci alpinismo, che raccolgono sempre maggiore interesse, sia da parte degli italiani che degli stranieri. Due discipline accomunate da un elemento fondamentale, che è quello di poter vivere la montagna, e la neve, in libertà. (s.v.)





# Le tre richieste del turista che fanno la differenza: piacere, benessere, cucina

Spa, beauty center e terme sono fondamentali nelle scelte, ma importante è anche il settore enogastronomico che punta soprattutto sui piatti tipici

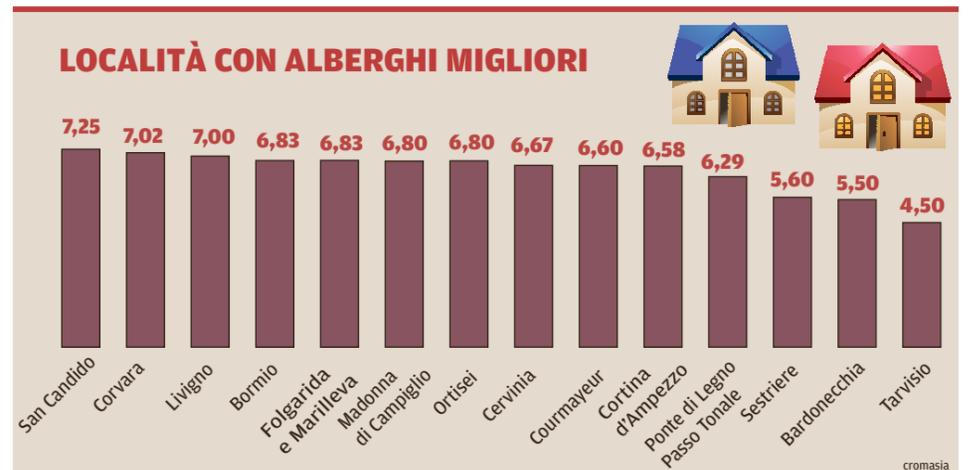
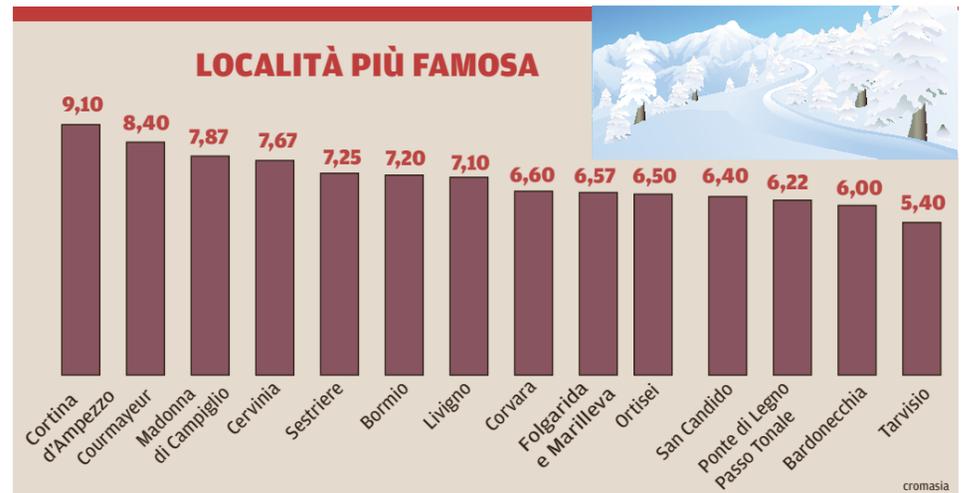
► BELLUNO

Gli operatori della filiera turistica della "Montagna bianca" sono fiduciosi anche in vista della stagione invernale, dopo un'estate che ha segnato indici di crescita per tutti i comparti del turismo nazionale. La tendenza degli italiani continuerà a essere orientata verso un maggiore "consumo" della vacanza entro i confini nazionali, condizionata però - secondo la ricerca di Skipass Panorama Turismo - da tre precisi fattori: la ricerca del piacere, il wellbeing (o benessere) e la convenienza.

«Gli italiani», spiegano gli esperti, «cercano luoghi di vacanza dove vi sia la certezza di poter godere in maniera assolutamente personale di quanto offre la località. In questo contesto devono essere soddisfatti tutti i sensi: gustare prodotti tipici e alta cucina; vedere luoghi belli e piacevoli; sentire rumori non comuni, e anche il silenzio è tale; odorare i profumi tipici della montagna e respirare aria buona; toccare con mano, quindi sperimentare direttamente».

Piacere, dunque, e poi la ricerca di luoghi dove vi sia la certezza di trascorrere momenti di benessere, «intendendo come tale non solo la Spa o il centro termale, ma anche uno "star bene" più ampio, per il fisico e la mente. Wellbeing è uno stato di grazia che si percepisce quando in una località ci si trova pienamente a proprio agio, perché lì si raggiunge uno stato mentale di totale equilibrio, in un ambiente confortevole ed estremamente piacevole, con relazioni umane autentiche, gente ospitale ed accogliente, oltre ad una serie di opzioni per il benessere fisico (Spa, beauty center, Thermo, etc.)». Quindi accoglienza, ospitalità genuina, esperienze ritenute autentiche.

Il terzo fattore non può poi



## IL VENETO VICINO AL COMPARTO

### Le scuole "regalano" una settimana

La Regione Veneto, sottolinea la ricerca Skipass Panorama Turismo, "regala" agli operatori della Montagna Bianca una settimana di vacanza scolastica in più, con un'interessante novità legata al calendario delle lezioni scolastiche, di ogni ordine e grado. Si tratta della "settimana dello sport", che si sviluppa nel periodo di chiusura delle

vacanze di Carnevale (dal 27 febbraio al 1° marzo), al quale vengono "agganciate" altre tre giornate (2, 3 e 4 marzo) dedicate «in orario scolastico e alla presenza degli insegnanti ad attività finalizzate a far conoscere le diverse discipline sportive presenti nel territorio». Un altro modo per essere vicini a un comparto che si mostra sempre più in salute.

che riguardare la "convenienza", ovvero una spesa corrispondente al servizio, «luoghi "sinceri" anche nel prezzo, dove ciò che si paga deve essere realmente in linea con quanto si ottiene». Non si tratta tanto di un limite alla spesa, ma della certezza di aver ottenuto un trattamento personale, fatto su misura e non standardizzato, e che per questo motivo può essere considerato conveniente.

Vacanza invernale in montagna oggi significa anche "enogastronomia", ovvero cucina tipica, ma anche eventi

dedicati ai vini e ai prodotti tipici, degustazioni in quota e ristorazione stellata, appuntamenti da "masterchef". La maggior parte delle destinazioni montane punta, quindi, sull'enogastronomia e ogni località, ormai, ha nel proprio programma di animazione una serata con lo chef stellato, momenti di degustazione in baita o un evento in centro legato a questo tema. «Non basterà quindi, nell'inverno 2016/17, essere semplicemente "convenienti" per aumentare quote di clientela: servirà offrire di più», sottolinea la ricerca, «maggiori servi-

zi, più opzioni gastronomiche, più benessere, più luoghi aggregativi, più momenti di socializzazione, più centri vacanza ed opportunità di animazione per i piccoli ospiti».

Perché pur essendo fondamentali le piste da sci, l'innervamento, le pratiche sportive, da sempre al centro di questo settore turistico, alla fine il lifestyle, per la maggior parte dei vacanzieri, andrà a prevalere sulla motivazione puramente sportiva nella scelta della destinazione montana.

(s.v.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# Montagna, fatturato da 10 miliardi

Previsioni positive per l'inverno che sta iniziando: + 3,8% negli arrivi

► BELLUNO

Le previsioni dal punto di vista economico di Skipass Panorama Turismo parlano, per la stagione invernale 2016/2017, di un incremento degli arrivi, nel comparto nazionale della "Montagna bianca" italiana, del +3,8%; soggiorno medio degli ospiti pari a 4,3 notti, con maggiori indici di crescita dai mercati esteri (+5,7%) rispetto a quello nazionale (+1,9%), condizionato come sempre dalle condizioni meteo.

Il turismo della neve (ricettività alberghiera ed extralberghiera, impianti di risalita, attività ricreative e di intrattenimento, ristorazione, noleggio attrezzature, corsi) rappresenta a livello nazionale l'11,3% del sistema del turismo italiano. Le previsioni per il 2016-2017 parlano di 4 miliardi 450 milioni di euro per il fatturato del sistema ospitale (alberghi, villaggi, B&B, residence, baite, agriturismo, case vacanza, alloggi in affitto); di 4 miliardi 391 milioni di euro per il fatturato dei servizi (noleggio attrezzature, maestri di sci, skipass ed impianti di risali-

ta vari); 1 miliardo 113 milioni di euro per l'ulteriore fatturato generato da altri servizi quali ristorazione, commercio, attività ricreative e di divertimento. Il fatturato complessivo del sistema si avvicinerà a quota 10 miliardi di euro, generando nell'inverno 2016/2017 circa 9 miliardi di 954 milioni di euro, comprensivi anche dei costi di viaggio per raggiungere le destinazioni di montagna.

Per quanto riguarda i prezzi, poi, Skipass Panorama Turismo valuta che negli alberghi camere e servizi cresceranno, a livello nazionale, del +3,4%; le

settimane bianche del +4,2%; week end +2,9%; scuole di sci nazionali +2,7%; gli impianti di risalita, a fronte di forti investimenti in un settore che sostiene l'intero sistema della montagna bianca italiana, aumenteranno del +2,3% rispetto ai prezzi dell'ultima stagione.

Si calcola, dunque, che per trascorrere una settimana di vacanza in montagna, un italiano spenderà in media 1.015 euro a persona; spesa che diventa pari ad euro 2.450 per un nucleo familiare composto dai genitori e da un figlio di età inferiore agli 8 anni; 350 euro, invece, la spesa



Il campanile simbolo di Cortina

media a persona per trascorrere un fine settimana sulla neve in Italia; spesa che diventa pari ad euro 806 per un nucleo familiare composto dai genitori e da un figlio di età inferiore agli 8 anni.

Nell'inverno 2016/2017 i dipendenti che lavoreranno nel comparto della montagna bian-

ca italiana saranno 373.520. I posti letto complessivi oltre 682 mila; 31.614 tra ristoranti, pizzerie, e 29.799 tra bar, enoteche, pub. Inoltre ci saranno ben 405 scuole sci con oltre 10 mila maestri di sci e sarà possibile sciare scegliendo tra 3.968 piste da discesa, per un totale di 7.618 km di piste.

(s.v.)