

theALPS Media Summit 2016: gruppo di ricercatori internazionali presenta risultati importanti per il turismo invernale nell'area alpina

Nel quadro del progetto di ricerca "Turismo invernale nelle Alpi" un gruppo di ricercatori di cinque paesi dell'area alpina ha analizzato i dati attuali di questo settore economico in base a diverse fonti¹ statistiche. Secondo MCI Tourismus (dati 2015) i paesi alpini registrano complessivamente circa 386 milioni di pernottamenti di turisti paganti, pari al 14,4% del totale dei pernottamenti dei 28 stati membri dell'UE. Altri 126 milioni di pernottamenti si contano nell'ambito delle dimore secondarie e delle abitazioni di villeggiatura. Nel complesso dei 28 paesi UE, quindi,² quasi un pernottamento su cinque appartiene alla regione alpina.

Turismo invernale nelle Alpi – un fattore economico importante

Nella regione alpina l'8,2% dei pernottamenti³ nei 28 paesi UE si registra tra novembre e aprile. Nelle Alpi in particolare la stagione invernale riveste una grande importanza, coprendo il 43,3% dei pernottamenti commerciali. Secondo BAK Basel, gli stati alpini dispongono complessivamente di oltre 7,5 milioni di posti letto a uso commerciale. Nella regione alpina solo un posto letto su due è commerciale e uno su sei è di tipo alberghiero.

Attualmente, con 158 milioni di giorni sciabili per 48,2 milioni di sciatori attivi, quasi la metà (45%) di tutti i giorni sciabili a livello mondiale ricade nella regione alpina: di questi un terzo è da ascrivere alla sola Austria (51 milioni di giorni sciabili) e un ulteriore 30% (48 milioni di giorni sciabili) alla Francia. Seguono l'Italia (29 milioni di giorni sciabili), la Svizzera (25 milioni di giorni sciabili), la Germania (4 milioni di giorni sciabili) e la Slovenia (1 milione di giorni sciabili).

Come risulta dalla relazione di Laurent Vanat "2016 International Report on Snow & Mountain Tourism", l'86% di tutte le località sciistiche maggiori con oltre un milione di visitatori per stagione si trova nelle Alpi, dove si contano 10.080 tra funivie e skilift, pari al 38% di tutti gli impianti mondiali. MCI Tourismus di Innsbruck ha inoltre rilevato che attualmente le 2.174 scuole di sci presenti nelle Alpi rappresentano l'84% del totale mondiale.

¹ La ricerca ha essenzialmente elaborato dati statistici rilevati da Eurostat (2016), BAK Basel (2016), Bundesamt für Statistik Schweiz (2016), DESTATIS Statistisches Bundesamt (2016), ISTAT Istituto nazionale di statistica (2016), Comité Régional de Tourisme - Provence-Alpes-Côte d'Azur (2016), Rhone-Alpes Tourisme (2016), Republic of Slovenia Statistical Office (2016), Statistik Austria (2016) e Vanat (2016).

² pernottamenti commerciali e non commerciali

³ pernottamenti commerciali e non commerciali

Tre grandi sfide per il turismo invernale

Nel corso dell'evento theALPS Media Summit che si è svolto a Innsbruck il 19 novembre 2016, illustrando le “tre grandi sfide per il turismo invernale 2030”, i ricercatori Harald Pechlaner, Ralf Roth e Hubert Siller hanno presentato altri risultati chiave del progetto di ricerca “Turismo invernale nelle Alpi”.

1. Il fattore economico neve

“L'esperienza della neve è unica e quindi insostituibile”, ha esordito Hubert Siller di MCI Tourismus di Innsbruck presentando la sfida denominata “The Snow Experience Economy”. “Il fatto che sotto questo aspetto le Alpi possiedano un'elevata competenza si evince dalla straordinaria soddisfazione degli ospiti”. Dallo studio del profilo del settore montagna condotto nel 2014 da MCI è emerso per esempio che il 62,5% di tutti gli ospiti tedeschi è “molto soddisfatto” della propria vacanza in montagna nelle Alpi, con un ulteriore 29,7% che si dichiara “soddisfatto”. L'elevato grado di soddisfazione trova conferma nell'analisi degli attuali Net Promotor Scores (NPS) di varie regioni vocate agli sport invernali, che registrano valori superiori a 50 (= eccellente).

Per molte regioni alpine il “fattore economico neve” costituisce una colonna portante sia dal punto di vista economico sia da quello sociale. Questo vale in particolare per il Tirolo, il Salisburghese, il Vorarlberg, i Grigioni e il Vallese, dove almeno i due terzi del valore aggiunto generato dal turismo sono da attribuire alla stagione invernale. Poiché la spesa media giornaliera invernale è superiore del 30% circa rispetto a quella estiva, il turismo invernale si configura come *il* motore che fa girare gli investimenti di imprese e località turistiche.

In questo quadro la neve è l'elemento basilare e al contempo un fattore decisivo nell'esperienza della vacanza: recenti studi di marketing, analizzati dai ricercatori in un'ampia azione di screening della letteratura in materia, dimostrano che le associazioni positive degli ospiti in relazione al turismo invernale nelle Alpi sono costituite da movimento, svago attivo nel clima invernale e aria pura.

Per Siller la sfida più grande per la crescita della “Snow Experience Economy” risiede nel formare, in modo efficace e sostenibile, future generazioni di appassionati di sport invernali,

soprattutto in considerazione della rapidità con cui si evolvono le strutture sociali nei principali mercati di provenienza.

2. Turismo sostenibile sotto il segno dei cambiamenti climatici

Gli esperti, come confermano i risultati del vasto lavoro di screening della letteratura in materia, concordano sul fatto che negli ultimi decenni il clima sia sensibilmente cambiato anche nella regione alpina. Stando agli scenari riconosciuti dal mondo scientifico, si suppone che entro il 2100 la temperatura media dell'aria nella regione alpina aumenterà di circa 2°C. Tuttavia, "soprattutto per l'immediato futuro non è possibile prevedere le condizioni generali che riguardano gli sport invernali e sono determinate dalla posizione geografica, quali temperatura, precipitazioni atmosferiche e durata del manto nevoso", ha puntualizzato Ralf Roth nel presentare la sfida "Sustainability & Climate Change". Per il turismo invernale nell'area alpina servirebbero quindi uno sviluppo qualitativo equilibrato e una crescente gestione del rischio mediante offerte complementari. È inoltre un dato di fatto che gli investimenti nella gestione sostenibile di risorse quali energia, acqua e territorio hanno un ritorno economico e possono tradursi in un vantaggio competitivo nel turismo internazionale.

La gran parte degli ospiti invernali proviene dagli stessi paesi alpini, quali Svizzera (55% svizzeri), Italia (65% italiani) e Francia (70% francesi). Solo Austria e Andorra generano la maggior parte dei giorni sciabili grazie agli stranieri. I ricercatori sono d'accordo: la sostituzione del turismo invernale nelle Alpi con viaggi a lungo raggio, vacanze sun & beach o crociere comporterebbe un significativo peggioramento dell'impronta climatica del turismo. Quella del traffico motorizzato individuale è però una delle grandi sfide del turismo invernale e proprio per questo richiede soluzioni di mobilità ancora più innovative tra smart cities e località sciistiche.

Il gruppo di ricerca si è occupato in particolare anche della questione della sostenibilità sociale del turismo invernale: escursionismo, sci di fondo, slittino, ma anche la pratica regolare dello sci da discesa riducono sensibilmente i fattori di rischio malattie nella popolazione, promuovendo così la salute, l'efficienza e il benessere. Afferma Roth: "Sappiamo che il tipo di attività fisica che si pratica in inverno favorisce la funzionalità dell'organismo contribuendo a prevenire le malattie a carico della mobilità. Le attività invernali sono utili per lo sviluppo dei bambini, rafforzano le difese immunitarie, la salute mentale e il benessere psichico, oltre ad avere - e questo va sottolineato in maniera particolare - una funzione di integrazione sociale". È inoltre dimostrato che le attività ricreative di movimento, come appunto gli sport invernali, hanno un maggiore e più duraturo effetto sulla salute rispetto ad altre forme di svago passivo.

3. Ringiovanimento del prodotto nel segno del Change Management

Con la formula classica “Vacanze sugli sci in montagna” i paesi alpini hanno lasciato un segno senza pari a livello internazionale. Negli anni passati si è provveduto soprattutto a un aggiornamento tecnico, per offrire agli ospiti un’esperienza d’eccezione nella pratica degli sport invernali. La sfida per il futuro del turismo invernale nelle Alpi è costituita oggi dal fine tuning, dall’ampliamento dei prodotti classici e dall’elaborazione emozionale, come ha spiegato Harald Pechlaner nell’esempio della sfida “Product Rejuvenation”.

“L’iniziativa imprenditoriale è imprescindibile quando si tratta di innovazione del prodotto”, afferma Pechlaner. “Tuttavia, anche e soprattutto nelle località turistiche, fattori come un buon collegamento in rete tra le strutture, la creazione di sinergie a tutti i livelli e la definizione di precise responsabilità sono fattori decisivi per continuare a essere competitivi”.

Secondo Pechlaner sono tre le sfere strategiche per il futuro del turismo invernale: la mobilità, che attiene all’elevata qualità delle infrastrutture e degli impianti di risalita, seguita dalla capacità di attrazione di servizi e prodotti innovativi, soprattutto nell’ambito degli sport invernali; il potenziale di sviluppo maggiore, però, è da ricercarsi nella sfera dell’esperienza vissuta, dove si tratta di enfatizzare le emozioni e l’atmosfera della montagna sia d’estate sia d’inverno.

I risultati dell’indagine Delphi e i pareri degli esperti intervistati possono essere considerati un chiaro segnale rivolto all’industria del turismo nella regione alpina: l’investimento continuativo nella qualità del turismo invernale nelle Alpi è, insieme al costante impegno per il gradimento degli stakeholder nazionali e locali, a una profonda comprensione per l’ospite e a un’intensa interazione con quest’ultimo, il provvedimento migliore e più efficace per garantire anche nei prossimi anni la prosperità di questo settore economico così importante per tante vallate alpine. Per questo sono necessarie iniziativa imprenditoriale, flessibilità e capacità di adattamento.

Informazioni generali relative all'incarico di ricerca

Nel 2016 l'associazione AlpNet si è dedicata al tema "Futuro del turismo invernale nelle Alpi", essenziale per il turismo e ha commissionato una ricerca incentrata sostanzialmente sul seguente quesito: in che modo il turismo invernale nelle Alpi può restare competitivo nell'ambito della concorrenza generale, così da preservare al tempo stesso la vita e l'economia nello spazio rurale mantenendone anche la qualità?

Approccio interdisciplinare esteso a tutta l'area alpina

L'obiettivo dichiarato di AlpNet era e rimane quello di applicare, con questo progetto di ricerca, un approccio interdisciplinare che abbracci il più possibile tutta la regione alpina, andando quindi oltre i classici sport invernali. La ricerca non era pertanto concentrata solo su questioni riguardanti gli sport invernali, ma comprendeva anche argomenti quali innovazione, sviluppo e gestione delle destinazioni, salute, sostenibilità, cambiamenti climatici, mobilità, abitudini di viaggio e consumo e altro ancora.

Esecutore dell'incarico di ricerca dell'associazione AlpNet è l'associazione Future Mountain International. Da molti anni Future Mountain si occupa a fondo del futuro dell'esperienza in montagna. Quale piattaforma per lo scambio tra scienza e pratica, alla quale attualmente aderiscono membri di Austria, Svizzera, Germania e Alto Adige, risulta perfetta come snodo vitale del progetto in questione.

Collaborazione di ricercatori di cinque paesi dell'area alpina

Per il progetto "Turismo invernale nelle Alpi", nell'ambito dell'associazione Future Mountain International è stato istituito un gruppo di esperti (Experts' Circle) i cui principali rappresentanti parleranno al simposio:

- FH-Prof. Mag. Hubert Siller, MCI Tourismus di Innsbruck, Austria (direttore gruppo di progetto)
- Prof. Dr. Ralf Roth, Direttore dell'Istituto per lo Sport Naturale e l'Ecologia dell'Istituto superiore per lo sport tedesco di Colonia, Germania
- Prof. Dr. Harald Pechlaner, EURAC Research di Bolzano, Italia

Ha inoltre partecipato il Prof. Dr. Thomas Bieger, Institut für Systemisches Management und Public Governance dell'Università di San Gallo, Svizzera. Per il mercato francese è stato

fatto affidamento sull'expertise di Willy Fux (LHM Conseil) e del professor Philippe Bourdeau dell'Istituto di geografia alpina dell'Università di Grenoble Alpes.

Tre colonne portanti del progetto di ricerca

Nel periodo compreso tra marzo e agosto 2016 il gruppo di ricercatori, nell'ambito di un ampio lavoro di screening dei documenti in materia, esteso a tutto il territorio alpino, si è occupato a fondo del tema "Futuro del turismo invernale nelle Alpi". Per la prima volta, adesso è quindi disponibile un risultato sul livello delle conoscenze globali nell'ambito di questo importante tema, che contempla tutta la regione alpina. Nello screening sono concretamente confluiti circa 250 documenti, pubblicati e non pubblicati, facenti parte della letteratura scientifica, di relazioni annuali di gestione, della documentazione di esperti, di presentazioni e contributi tecnici ecc. Il periodo dell'indagine è stato fissato nell'arco di tempo 2010-2016, con eccezioni in caso di particolare idoneità contenutistica. I documenti analizzati sono redatti per lo più in lingua tedesca e inglese, in parte però anche in francese e italiano. Particolare attenzione è stata prestata a garantire, anche sotto l'aspetto geografico, la più estesa copertura possibile dell'area alpina.

Nel periodo luglio – agosto 2016, nella regione alpina, è stato condotto uno studio Delphi con esperti accademici e tecnici sul tema "Futuro del turismo invernale nelle Alpi". Nella predisposizione del questionario sono confluite le principali conoscenze dello screening (cfr. 3a). Complessivamente sono stati invitati a partecipare a questo studio Delphi circa 90 esperti e tecnici provenienti da cinque paesi dell'area alpina (A, D, CH, F e I). Al sondaggio hanno preso parte 33 esperti e tecnici, di cui 12 provenienti dall'ambito accademico e 21 da quello scientifico (12 austriaci, 6 svizzeri, 8 tedeschi, 1 francese, 6 italiani).

La terza colonna del progetto di ricerca consiste in un abbozzo delle "Challenges 2030" ("Sfide 2030") per la salvaguardia del modello commerciale "Turismo invernale nelle Alpi" da parte dei ricercatori ed esperti rappresentati nel gruppo di competenza.

Avvertenza per le domande:

Segreteria generale AlpNet
c/o HMC, Mag. Bettina Haas
Falkstr. 8, A-6020 Innsbruck
Tel.: +43 512 567148
Cell.: +43 650 6067004
office@the-alps.eu
www.thealps.travel

Contatto media:

pro.media kommunikation gmbh
philipp jochum
maximilianstrasse 9 | a-6020 innsbruck
t +43 512 214004-18
m +43 664 3876606
promedia.jochum@pressezone.at
www.pressezone.at

