



Supplemento alla rivista "Poster Trentino"
 Provincia Autonoma di Trento
 Rivista "Poster Trentino"
 Piazza Dante, 15
 38100 TRENTO
 Direttore Responsabile: Alberto Faustini

Monitur

MONITORAGGIO DEL TURISMO IN TRENTINO



Supplemento n° 1 al n. 1/2007 di Poster Trentino

ANNO III - n. 11 - MAGGIO 2007

La stagione invernale 2006/07. Una valutazione

Andamento della stagione invernale

Nel periodo dal 18 al 25 aprile 2007 è stata attivata un'edizione di Monitur rivolta al gruppo di interlocutori presenti nell'indirizzo con l'esclusione degli operatori del Garda. Oggetto di questa edizione di Monitur era una valutazione a consuntivo della stagione invernale 2006/2007. Le risposte valide sono state 202.

La prima domanda chiedeva agli intervistati come valutavano l'andamento, dal punto di vista economico, della stagione invernale appena conclusa. Se non si considerano gli esercizi chiusi durante la stagione invernale (circa il 5% del totale risposte), una maggioranza pari al 60% esprime una moderata soddisfazione. Tra costoro una piccola percentuale (4%) è addirittura entusiasta dell'andamento della stagione invernale. La quota rimanente del 40% si dichiara poco o per nulla soddisfatta.



Valori sopra la media di soddisfazione sono espressi dagli operatori della Val di Fassa e della Val di Fiemme unitamente agli operatori della Rendena.



Archivio Servizio Turismo (L.Tomaselli)

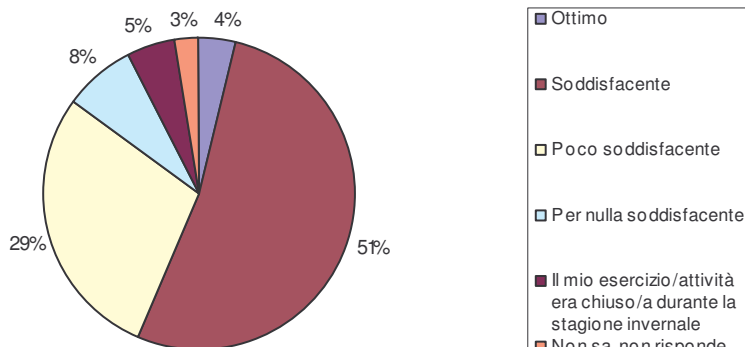
Gli operatori della Val di Sole si collocano sul valore medio provinciale, mentre qualche difficoltà maggiore sembrerebbero esprimere gli operatori degli Altipiani Trentini e della Paganella.

Il secondo quesito era volto a verificare quanto, secondo il parere e l'esperienza dell'intervistato, l'assenza di neve avesse condizionato le presenze in azienda o nell'ambito territoriale di appartenenza.

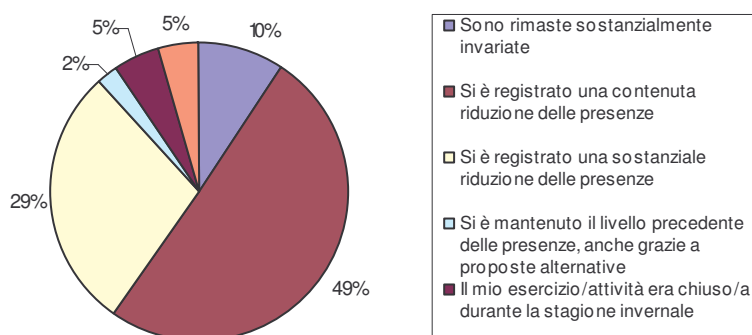
Circa un terzo o poco meno denuncia una sostanziale riduzione delle presenze, a fronte di

una metà circa di interlocutori che hanno riscontrato invece una riduzione contenuta.

Dal Suo punto di vista ed in virtù della Sua esperienza personale e professionale, come valuta l'andamento, dal punto di vista economico, della stagione invernale appena conclusa?



Secondo la Sua esperienza, quanto l'assenza di neve ha condizionato le presenze nell'azienda o nel territorio nel quale Lei opera?



La quota rimanente dichiara un ammontare di presenze sostanzialmente rimasta invariata rispetto allo scorso anno.

Gli interlocutori di Monitor confermerebbero quindi dalle loro risposte una perdita complessiva di presenze nella trascorsa stagione invernale, ma tutto sommato si sarebbe trattato di una perdita contenuta.

Maggiormente penalizzati sembrerebbero essere stati gli operatori della Valle di Sole e della Paganella e la stessa Rendena, nonostante che questi ultimi avessero espresso nella domanda precedente una valutazione sostanzialmente positiva dell'andamento delle stagioni.

Uno scarso condizionamento in termini di presenze per l'assenza di precipitazioni nevose sembrerebbero aver subito invece la Val Fassa e la Val di Fiemme, cui si uniscono gli Altipiani Trentini di Folgaria, Lavarone, Luserna, che denunciano soltanto "una contenuta riduzione delle presenze".

I primi dati ufficiali forniti dal Servizio Statistica su un campione di strutture alberghiere evidenziano una contrazione degli arrivi (-2,1%) e delle presenze (-3,6%) nel periodo dicembre 2006 - marzo 2007 rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Rispetto invece allo stesso periodo dell'inverno 2004/2005 gli arrivi invernali di quest'anno sarebbero stati addirittura leggermente superiori (+0,1%) a fronte però di una contrazione nel numero di pernottamenti (-1,4%).

Considerate le premesse dovute allo scarso innevamento si può quindi affermare che la stagione invernale ha tenuto.

Una domanda di Monitor indagava

sulle possibili motivazioni di questa tenuta.

Quasi il 40% dei rispondenti è convinto che tra gli ospiti della montagna invernale ci sia la consapevolezza che l'innevamento per le piste da sci è garantito.

Accanto a costoro quasi un quinto di interlocutori imputa al turismo intermediato, specialmente quello proveniente dall'estero, assai frequentemente dai paesi dell'Est Europa, la causa principale di questa tenuta: contratti stipulati in anticipo e difficoltà nelle disdette avrebbero contribuito a salvare la stagione invernale.

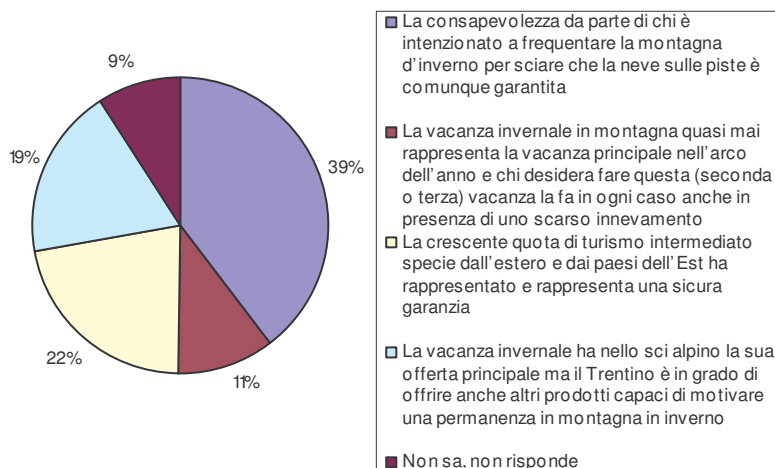
Un altro quinto circa di interlocutori ritiene invece che il Trentino sia in grado di offrire anche altri prodotti capaci di motivare una permanenza in montagna durante il periodo invernale. E' una percentuale inferiore alle altre due sopra richiamate, ma non certo esigua.

Un altro 10% afferma che la vacanza invernale, nel corso dell'anno, non è quasi mai l'unica vacanza e la si effettua ugualmente, anche in caso di scarsità di neve.

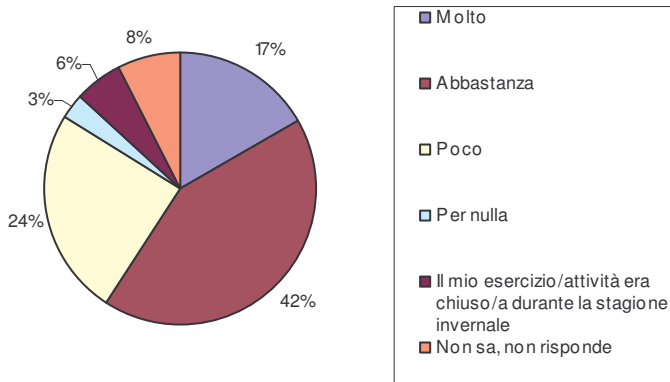
Quasi altrettanti sono coloro che non sanno rispondere a questo quesito.

Da queste valutazioni sembrerebbe di cogliere la convinzione da parte degli interlocutori di Monitor che - una volta garantita la possibilità di innevamento artificiale - la stagione invernale non

Nonostante la scarsità di neve, i primi dati acquisiti per quanto riguarda arrivi e presenze nelle strutture alberghiere della provincia mostrano una sostanziale tenuta. A suo parere quale è stato il principale fattore di tenuta?



In quale misura le attività e le opportunità alternative o affiancanti la pratica dello sci sono state importanti o gradite agli ospiti presenti nell'azienda o nel territorio?



dovrebbe soffrire più di tanto anche in presenza di scarse precipitazioni nevose.



Fototeca Trentino SpA

Da queste risposte, tutto sommato tranquillizzanti, sembrerebbe quindi di capire che il principale problema per una tenuta della stagione invernale è semmai ravvisato nella eventuale scarsità d'acqua e nelle alte temperature anche in montagna, tali da impedire l'uso dei cannoni da neve.

Si chiedeva poi in quale misura le attività e le opportunità alternative o affiancanti la pratica dello sci siano state importanti o gradite agli ospiti presenti nell'azienda o nel territorio.

Poco meno dei due terzi giudica queste attività molto o abbastanza importanti, con una decisa prevalenza di quest'ultima valutazione, quasi ad affermare che non si tratta di attività che possono essere

totalmente sostitutive allo sci da discesa. Circa un terzo valuta invece queste attività di scarsa o addirittura per qualcuno di importanza nulla.

Un'importanza decisamente superiore alla media è assegnata dagli operatori del Primiero e parzialmente anche dagli operatori della Valle di Fassa e della Paganella. Non si può dire altrettanto per gli altri ambiti dotati di impianti di risalita, soprattutto per la Valle di Fiemme.

Con un successivo quesito si andava a chiedere un azzardo sulla prossima stagione invernale. La possibilità che si ripeta l'anno prossimo o per più stagioni invernali un inverno ancora scarso di

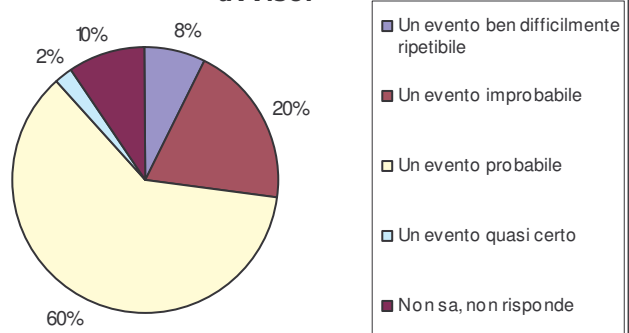
precipitazioni nevose è risultata così interpretata dai rispondenti.

Circa i due terzi degli interlocutori, quindi una significativa maggioranza, lo ritiene un evento probabile, anche se non certo (solo il 2,0% dà questa risposta).

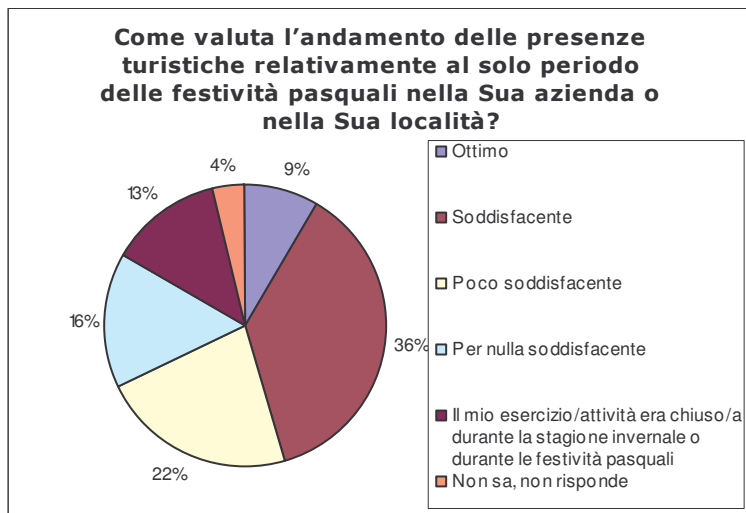
Uno su cinque ritiene invece la scarsità di innevamento come quella appena vissuta una eventualità improbabile, e quasi altrettanti reputano che un inverno così sia difficilmente ripetibile. Quasi il 10% preferisce non pronunciarsi, una percentuale certamente non trascurabile, probabilmente frutto anche dell'oggettiva difficoltà del quesito.

La stagione invernale ha di norma una sua conclusione nel periodo delle festività pasquali. Ma nel contempo la Pasqua significa per alcuni ambiti (si pensi ad esempio al Garda e alle altre destinazioni lacuali) l'apertura di una nuova stagione dopo l'interruzione dell'attività durante i mesi invernali. Monitur chiedeva perciò una valutazione sull'andamento delle presenze

Le chiediamo un azzardo sulla prossima stagione invernale. Secondo Lei la possibilità che si ripeta l'anno prossimo o per più stagioni invernali un inverno ancora scarso di precipitazioni nevose è a Suo avviso:



turistiche, relativamente al solo periodo delle



festività pasquali, nell'azienda di pertinenza o nella località nella quale si opera. Senza considerare gli esercizi già chiusi per la conclusione della stagione invernale (poco più del 10% degli interlocutori) circa un 45% ritiene l'andamento pasquale soddisfacente, e circa il 10% lo valuta addirittura ottimo. Poco più dei due terzi valuta invece l'andamento delle presenze poco o addirittura per nulla soddisfacente.

Solo agli operatori del comparto ricettivo, poi, è stata somministrata una domanda inerente le prenotazioni per la stagione estiva 2007. Gli altri interlocutori (complessivamente circa un quarto del totale), lo si precisa, dovevano rientrare nella percentuale di coloro che non rispondevano al quesito.

Circa un 20% dei rispondenti dichiara di avere già raccolto prenotazioni estive corrispondenti ad un valore compreso tra il 30 ed il 50% dei posti letto disponibili in azienda. Circa un terzo dichiara invece di avere già prenotazioni per un volume compreso tra il 10 ed il 30%. Altrettanti hanno raccolto poche prenotazioni, inferiori al 10% dei posti letto, e circa



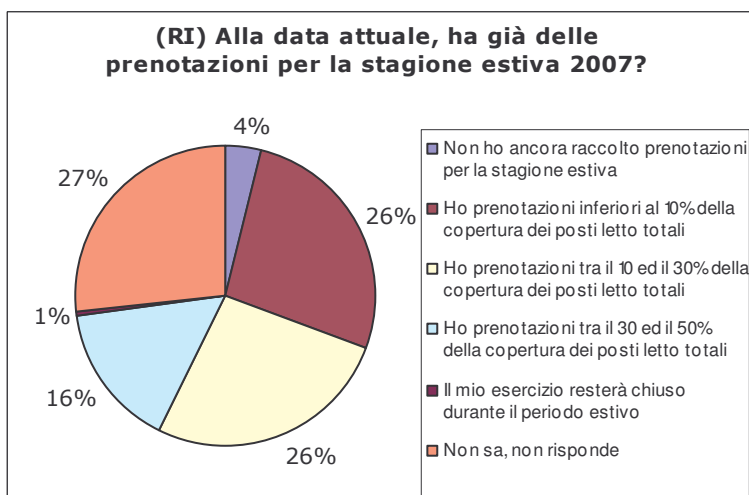
Fototeca Trentino SpA

un 5% dichiara di non avere alcuna prenotazione per la prossima estate.

Rispetto ai singoli ambiti, quasi nessuno pare discostarsi in modo significativo da queste percentuali. Con l'unica eccezione della Valle di Fassa, che presenta percentuali di prenotazioni inferiori al dato medio, forse in parte giustificabili con il fatto che molti esercizi, all'atto della rilevazione, non avevano ancora concluso la stagione invernale.

Spunti di riflessione...

Le risposte aperte vertevano in particolare sulle tematiche oggetto di dibattito, anche sulla stampa locale, in questi ultimi mesi; soprattutto il tema dell'adeguata comunicazione al mercato dell'esistenza di piste innevate pur in assenza di precipitazioni nevose, accompagnato nel contempo dalle difficoltà di veicolare una proposta di vacanza invernale in presenza di un ambiente decisamente



primaverile; fino alle preoccupazioni per la possibile scarsità d'acqua necessaria all'innevamento programmato e artificiale. Un altro tema posto all'attenzione degli interlocutori di Monitur riguardava le politiche di prezzo praticate, soprattutto nei confronti dell'intermediato.

Premesso che alcuni (tre segnalazioni) hanno rilevato l'opportunità di attrezzarsi con un *crisis management*, particolarmente utile per gestire al meglio frangenti come questa stagione invernale, il primo aspetto rilevato dal maggior numero di intervistati (87 segnalazioni) riguarda la necessità di una promozione efficace.

Una pubblicità tempestiva e mirata, volta - soprattutto - a informare i media "che la neve c'è", e si scia ottimamente, evitando allarmismi e timori. "Far sapere anche agli ospiti che le cose sono andate e vanno bene è essenziale per una buona promozione".

Anche se il passaparola, come afferma un intervistato, è sempre la miglior formula promoinformativa... Tanto più che *“la neve c’era e gli ospiti, informati di questo, erano soddisfatti di quello che hanno trovato!”* (17 segnalazioni).

Richiedere lo stato di calamità per il settore, a causa dello scarso innevamento, “è stato un boomerang”, soprattutto nei confronti degli ospiti potenziali, oltre che per la categoria (quattro segnalazioni). Non mancano coloro che puntano il futuro a rafforzare gli impianti di per il innevamento (tre segnalazioni).

La promozione deve essere fatta *“rafforzando la rete fra soggetti diversi”* (nove segnalazioni).

E questa maggiore necessità di fare sistema, introduce un secondo aspetto particolarmente avvertito dagli interlocutori di Monitur. Quello della necessità di un migliore coordinamento tra soggetti diversi, di un rapporto migliore tra le Istituzioni: l’Ente Provincia, la Trentino SpA, le APT di ambito, i Consorzi delle Pro Loco. Alcune testimonianze evidenziano la necessità di un ripensamento e di una riformulazione di questi rapporti (nove segnalazioni).

Non mancano anche gli auspici di una migliore intesa (*“anche in termini di lobby”*) fra le Regioni dell’arco alpino.

Un tema connesso al coordinamento è anche quello della commercializzazione (ancora nove segnalazioni), che può riguardare eventualmente soggetti pubblici o misti, di carattere privatistico. Talvolta si tratta di mancato ascolto, ma spesso è una “semplice” questione di promozione del territorio o della singola destinazione, nonché di una ben più “sorprendente” richiesta di sorveglianza in merito al livello dei prezzi, che da più parti si vorrebbero limitati nella possibilità di scendere troppo in basso (non mancherebbero poi rimbalzi di competenze tra soggetti...). *“Si deve stare fermi con i prezzi e dare più qualità, più servizi, più ospitalità”* (quattro citazioni). *“Il posizionamento del Trentino è in discesa. L’offerta magari è buona, ma i prezzi sono troppo popolari”* (tre citazioni). *“Si abbassa la redditività delle aziende. Inoltre, la concorrenza si fa sempre più serrata”* (tre citazioni).

“Arrivi e presenze sono certamente indicatori, ma sono quantitativi e non dicono quello che potrebbe mostrare un bilancio di un’impresa ed in qualche modo l’effetto indotto sul sistema” (quattro citazioni).

E’ il grande tema della commercializzazione, che

ritorna in più contributi e soprattutto del rapporto con l’intermediazione. C’è innanzitutto il pericolo di sven dita da parte di alcuni operatori, soprattutto con i T.O. Alcuni alberghi a quattro o cinque stelle, si afferma, si propongono in certi casi a 25-30 euro, un prezzo che neppure i tre stelle possono praticare e *“così si rovina il*

mercato”. Si richiede l’intervento di un prezzo minimo garantito e di un controllo in merito alla scelta della clientela, che può avere anche, come nel caso degli ospiti provenienti dai mercati dell’Est, comportamenti non accettabili in azienda (29 segnalazioni).

I rapporti con i T.O. vengono peraltro ritenuti da qualcuno assai utili (quattro citazioni), se non indispensabili, per riempire periodi meno facili da



Fototeca Trentino SpA



Fototeca Trentino SpA



Fototeca Trentino SpA

vendere oppure per garantire all'azienda ricettiva una base sicura sulla quale poter contare.

Poi si tocca il rapporto con i mercati "classici": qualcuno ha voglia di recuperare i mercati di un tempo, a cominciare dalla Germania (cinque citazioni), rivedendo quindi, o invitando a rivedere, le linee della strategia promozionale. E per converso i rapporti con i mercati dell'Est Europa: come dosare i vari bacini esteri tra loro, come far fronte a problematiche - vere o presunte - di compatibilità/incompatibilità fra mercati diversi?

E' un rapporto complesso quello con i mercati dell'Est, sia perché - errando - qualcuno li vede come un blocco unico, sia perché è assai frequente in questi turisti una bassa propensione alla spesa.

Non mancano, come già in passato, le segnalazioni di comportamenti ritenuti



Fototeca Trentino SpA

inaccettabili, possibile causa di "rigetto" da parte di altri bacini di utenza, a cominciare dai tedeschi (13 citazioni).

Per gli impiantisti un marketing rivolto agli sciatori dell'Est va bene, perché acquistano gli skipass, ma "per gli alberghi e le strutture ospitanti in genere non è la stessa cosa che per loro..." (quattro segnalazioni).

Non mancano però anche coloro che auspicano politiche di prezzo più flessibili, "a seconda dei periodi, delle località, delle formule proposte..." (tre citazioni).

Un altro gruppo di considerazioni si possono interpretare come la sottolineatura e l'esigenza di attrezzarsi per un'offerta più ampia ed - anche - alternativa allo sci, rivolta quindi sia agli sciatori sia a chi li accompagna ed a coloro che comunque non sono nella località per sciare ma che hanno però la possibilità di vivere una piacevole vacanza, con relax, wellness, cultura, sport, enogastronomia, socializzazione, shopping, eventualmente facile accesso ad Internet, passeggiate segnalate anche durante la stagione



Fototeca Trentino SpA

invernale, anche sulla neve battuta (73 segnalazioni).

Secondo alcuni in futuro si potrà accogliere un flusso turistico invernale anche con le "sole" motivazioni "non-sci", per "staccare" comunque dal quotidiano, con una vacanza davvero ritemprante e stimolante.

Queste considerazioni sono rafforzate da una serie di osservazioni circa la difficoltà nel riuscire a proporre anche in futuro lo sci alpino in mancanza di neve: "Non basta una pista, pur ben innevata, in un ambiente privo di neve!" (sette segnalazioni).

"La neve, in futuro, mancherà facilmente, ed anche la possibilità di avere acqua per pro-durla è a rischio" (nove segnalazioni).

"Senza neve sono davvero problemi; la si produce comunque, è vero, ma..." (17 segnalazioni).

“Innevare costa molto” (tre citazioni). *“Sciare costa parecchio e sempre di più”* (due citazioni).

Di contro alla tentazione di utilizzare in modo sconsiderato la leva del prezzo, più di un interlocutore ravvisa la necessità di puntare sulla qualità (*“La qualità paga sempre, così come la professionalità. Non si deve scendere sotto certi livelli”*) curando maggiormente i servizi e la qualità generale dell’offerta: da quella della località a tutte le altre di contorno, come la cultura, ecc... (12 citazioni). Si tratta di privilegiare azioni di adattamento al mercato, ma soprattutto di lavorare per anticipare



Fototeca Trentino SpA



Fototeca Trentino SpA

delle tendenze puntando sempre di più su differenziazione e specializzazione (nove segnalazioni).

Si deve curare maggiormente l’ambiente (sei citazioni), e qualcuno aggiunge di essere decisamente contrario alle ipotesi di nuovi impianti di risalita.

Su questo tema qualche interlocutore auspica anche interventi di tipo urbanistico, con utilizzi diversi degli spazi, e per recuperare l’aspetto

di “villaggio” che in alcune realtà si è perso quasi irrimediabilmente.

Prestare maggiore attenzione al target famiglie *“proponendo pacchetti per famiglie con bambini ed infrastrutture dedicate”* (quattro citazioni). Valorizzare al meglio l’opportunità data da una elevata fidelizzazione (*“perché ottengono ad un giusto prezzo un ottimo trattamento”*) sia degli italiani ma anche di stranieri (tre citazioni).

Da parte di questi testimoni privilegiati si esprime anche la consapevolezza di un incremento sia delle permanenze più brevi della classica settimana bianca che delle prenotazioni last minute.

[gb, mf]

Tendenze e prospettive della vacanza invernale. Una ricerca in corso

L'Osservatorio provinciale per il turismo ha in corso una ricerca sulla vacanza invernale.

Obiettivi

Approfondire le tematiche della stagione invernale, cogliendo dalla domanda e dagli operatori andamenti e possibili prospettive future, in particolare sulla vacanza attiva connessa al prodotto neve.

Modalità e tempi

E' stata prevista un'indagine quantitativa ad un campione di un migliaio di turisti presenti in Trentino durante la stagione invernale 2006/2007.

A questa è stata affiancata un'indagine qualitativa ad un panel di interlocutori privilegiati (società impiantistiche, strutture alberghiere, scuole di sci...).

Le due indagini si sono concluse nel mese di aprile 2007.

Accanto a queste due indagini di campo si prevedono alcuni approfondimenti riguardanti: la nascita e l'affermarsi dell'industria della neve in Trentino e nell'arco alpino; problematicità e andamenti recenti del mercato dello sci e di altre modalità di vacanza connesse al prodotto neve; benchmarking di alcune destinazioni turistiche invernali dell'arco alpino ed evidenziazione di alcune situazioni di eccellenza, comprese le diverse modalità di comunicazione adottate.

Risultati

I primi risultati saranno disponibili nell'estate 2007.

E' previsto un Report finale di ricerca.

Aderisci a Monitur

Il progetto "Monitur" è un'operazione di monitoraggio che, senza pretendere di avere una significatività statistica, affronta il tema della ricerca coinvolgendo in forma diretta imprenditori e soggetti collegati alle dinamiche turistiche per cogliere il loro punto di vista riguardo tematiche volta a volta individuate.

Il progetto punta sulla velocità di esecuzione e di elaborazione, e sono più di 600, tra pubblici e privati, imprenditori ed operatori, singoli o associati, i soggetti che hanno accettato di far parte di questo panel di interlocutori privilegiati, che formano una vera e propria rete di "sensori" sul territorio. Questi soggetti, grazie all'esperienza maturata nei vari campi d'azione, esprimono percezioni, dati e informazioni in loro possesso, mettendole a disposizione del sistema "Monitur" attraverso le risposte fornite. Il sistema elabora le risposte, mettendo chi collabora nelle condizioni di conoscere in tempo reale la distribuzione percentuale delle varie risposte, anche con rappresentazioni grafiche. All'interno dell'Osservatorio provinciale per il turismo prosegue poi l'elaborazione e l'interpretazione delle risposte, giungendo alla formulazione di considerazioni interpretative che verranno messe a disposizione di chi, interessato alla dinamica del "sistema" Trentino, vorrà approfondirne la conoscenza.

Periodicità

Inverno: previsioni sull'andamento della stagione invernale rispetto alle festività natalizie (gennaio) e valutazione dell'andamento dell'intera stagione (dopo le festività pasquali)

Estate: previsione ad apertura di stagione (luglio) e consuntivo finale (metà settembre).

In altri periodi sono possibili MONITUR su tematiche specifiche.

Modalità

I testimoni privilegiati ricevono un invito tramite messaggio SMS e via e-mail a visitare la pagina web WWW.MONITUR.IT dove possono entrare con la propria password (assegnata con l'adesione all'iniziativa) per esprimere il loro punto di vista e fornire le risposte ai quesiti formulati.

Adesione al progetto MONITUR

E' possibile aderire al progetto Monitor in qualsiasi momento e diventare un interlocutore privilegiato dei diversi sondaggi. Basta collegarsi al sito WWW.MONITUR.IT e, compilando i dati richiesti, si riceverà una password riservata per l'accesso al sito.

L'adesione è volontaria e non vincolante.