



# Turismo montano e turismo della neve: tendenze e prospettive per le Alpi e per gli Appennini

Alessio Liquori  
ORTAM – CAI sez. Roma  
Università di Cassino – Facoltà di Economia

Aggiornamento Nazionale TAM  
Leonessa (RI), 18 settembre 2010

Prima parte

# **CRISI E RILANCIO DEL TURISMO MONTANO**

# Un po' di economia del turismo: fatti stilizzati

Dagli anni '80 a oggi le caratteristiche del mercato turistico (domanda e offerta) sono cambiate:

1. Diversificazione dell'offerta
2. Diminuzione dei costi di trasporto
3. Affinamento dei gusti e nuove motivazioni
4. Riduzione della durata media della vacanza
5. Invecchiamento demografico

# Ancora un po' di economia: fatti stilizzati sul turismo montano

Dagli anni '80 a oggi anche il turismo montano ha subito profonde trasformazioni:

1. Crisi di domanda dello sci di pista
  - i. Meno praticanti
  - ii. Riduzione della durata media della vacanza su neve
  - iii. Invecchiamento demografico
  - iv. Concentrazione sulle stazioni più attrattive
2. Crisi di domanda del turismo montano estivo
  - i. Nuovi prodotti turistici in stretta competizione

# Dai fatti stilizzati una premessa metodologica...

...il turismo montano , soprattutto quello dello sci, vive ormai da più di un ventennio una crisi di tipo strutturale, alla quale non si può che reagire con interventi altrettanto strutturali.

Agli elementi di crisi generali e globali si aggiungono specificità nazionali e locali (positive o negative).

In Italia la situazione di contesto è particolarmente critica, a causa della scarsa competitività della “industria turistica” italiana e di altri fattori interni.

# Turismo montano. Fondamenti.

- Dall'esplorazione illuminista alla *sensucht* dei *wanderer* romantici: la nascita del mito alpino
- Clima, salute e "lotta all'alpe": il turismo alpino tra ottocento e novecento
- L'avvento dello sci di pista e il turismo invernale di massa: la *golden age* degli anni '60
- La maturità del "prodotto sci", le difficoltà della montagna estiva e le nuove strategie di rilancio

# Turismo alpino e turismo appenninico

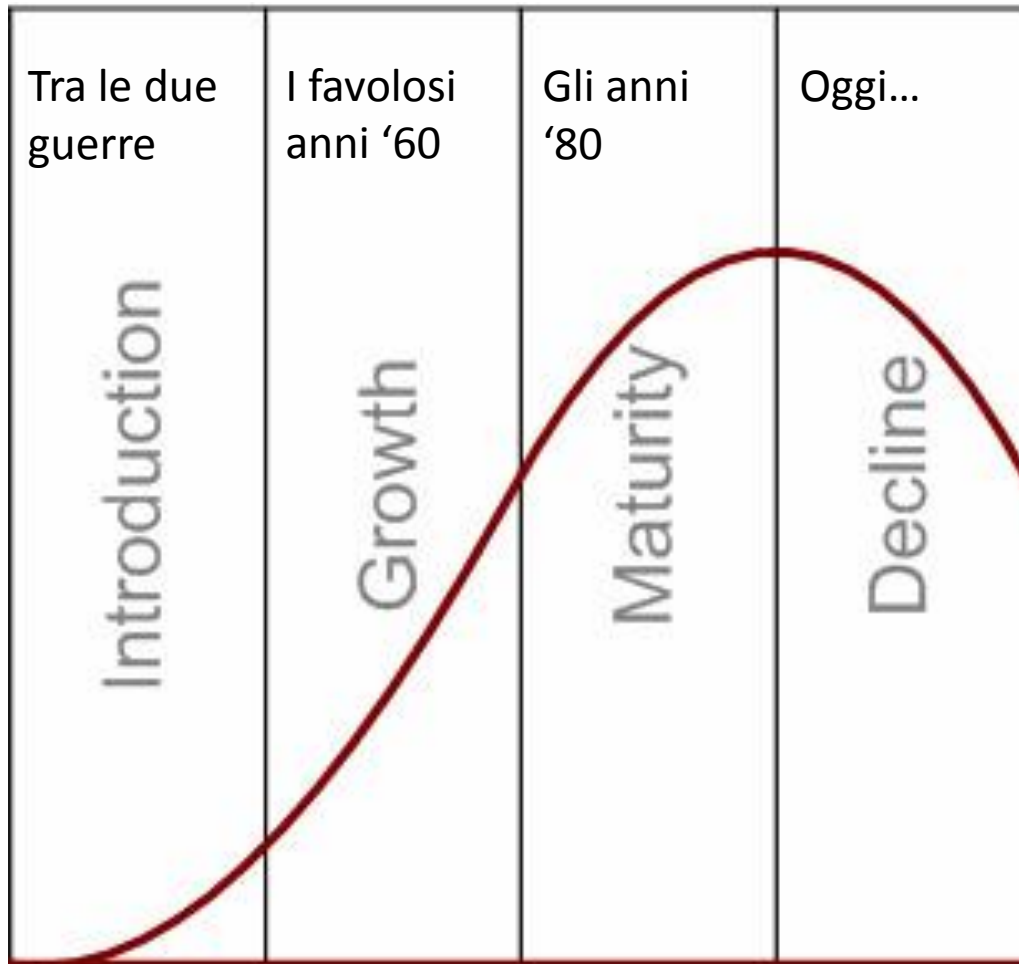
- Il turismo montano nasce sulle Alpi, è turismo *alpino*
- Primi passi del turismo sugli Appennini negli anni '30, ma la fase di sviluppo si colloca negli anni '60
- Quale sviluppo? Vengono replicati i modelli alpini, soprattutto per il turismo della neve
- La crisi di quei modelli, avvenuta sulle Alpi a partire dagli anni '80, sugli Appennini non può che essere ancora più grave

# Alpi vs. Appennini: perché sono diversi

- Le differenze morfologiche e geografiche sono evidenti: orogenesi, geologia di base, esposizione prevalente, idrografia, altitudine media, latitudine, climatologia, ecologia, ecc.
- Le differenze geo-economiche sono altrettanto importanti:
  1. Centralità europea del bacino alpino vs. perifericità degli Appennini
  2. Internazionalità vs. italianità
  3. Collocazione nella macroregione europea più ricca vs. collocazione (almeno parziale) in aree a ritardo di sviluppo
  4. Bacino di domanda turistica ampio e differenziato vs. bacino di domanda turistica ristretto



# Lo sci di pista: dall'età dell'oro, alla maturità, al declino



(Butler, 1980  
e Keller, 2000)

# La “golden age” dello sci di pista: motivi e caratteristiche

- Da parte della domanda:
  - Aumento dei redditi e della classe media
  - Novità
  - Moda
  - Standardizzazione
- Da parte dell’offerta:
  - Allungamento della catena del valore
  - Ampliamento del valore aggiunto in ogni fase
  - Grandi investimenti infrastrutturali

Fine della marginalità?

# Turismo “fordista” di massa: analogie tra mare e neve

- Consumatori tutti uguali, tutti “medi”
- Offerta standardizzata
- Grandi numeri
- Infrastrutture e meccanismi spersonalizzanti (stabilimenti balneari, residence della neve, ecc.)
- Falsa “tipicità” (baite tirolesi a Roccaraso, palme a Rimini)

«È il *boom*, bellezza!»

# Lo sci in “discesa libera” e la crisi generale del turismo montano

- Fenomeni strutturali: clima, demografia, globalizzazione, nuove tendenze della domanda
- Fattori locali: turismo italiano poco competitivo, l'eccesso di offerta per lo sci (di bassa qualità e, spesso, sussidiata: un problema italiano!)
- Le difficoltà di riconversione (anche solo d'immagine), soprattutto dove gli investimenti sono stati più invasivi
- Il numero degli sciatori in Italia era pari a 3.210.500 nel 1997; nella stagione 2004-2005 erano 2.440.000, con una diminuzione del 24% rispetto al 1997
- Un solo fattore espansivo riconosciuto: l'apertura ai nuovi flussi di domanda dell'Est europeo (con qualche problema gestionale...)

# La crisi del turismo montano: qualche dato recente - 1

I viaggi di vacanza degli italiani per tipologia - anni 1998 e 2008

	1998		2008		Var. % 1998-2008	Dinamica
	V.A. (.000)	%	V.A. (.000)	%		
Mare	23956	44,2%	30095	42,9%	25,6%	Stabilità
Crociera	-	-	708	1,0%	-	-
Lago	1064	2,0%	1421	2,0%	33,6%	Stabilità
Montagna	10302	19,0%	11768	16,8%	14,2%	Contrazione
Campagna, collina	2623	4,8%	2759	3,9%	5,2%	Contrazione
Agriturismo	223	0,4%	1072	1,5%	380,7%	Espansione
Giro turistico	6322	11,7%	7646	10,9%	20,9%	Contrazione
Città o località d'arte	5886	10,9%	7359	10,5%	25,0%	Stabilità
Vacanza studio	801	1,5%	733	1,0%	-8,5%	Contrazione
Vacanza sport	1307	2,4%	1405	2,0%	7,5%	Contrazione
Altro tipo (a)	1733	3,2%	5216	7,4%	201,0%	Espansione
<b>Totale</b>	<b>54217</b>	<b>100,0%</b>	<b>70182</b>	<b>100,0%</b>	<b>29,4%</b>	-

Note:

- La voce 'Altro tipo' include anche gita scolastica, vacanza enogastronomica e viaggio di nozze

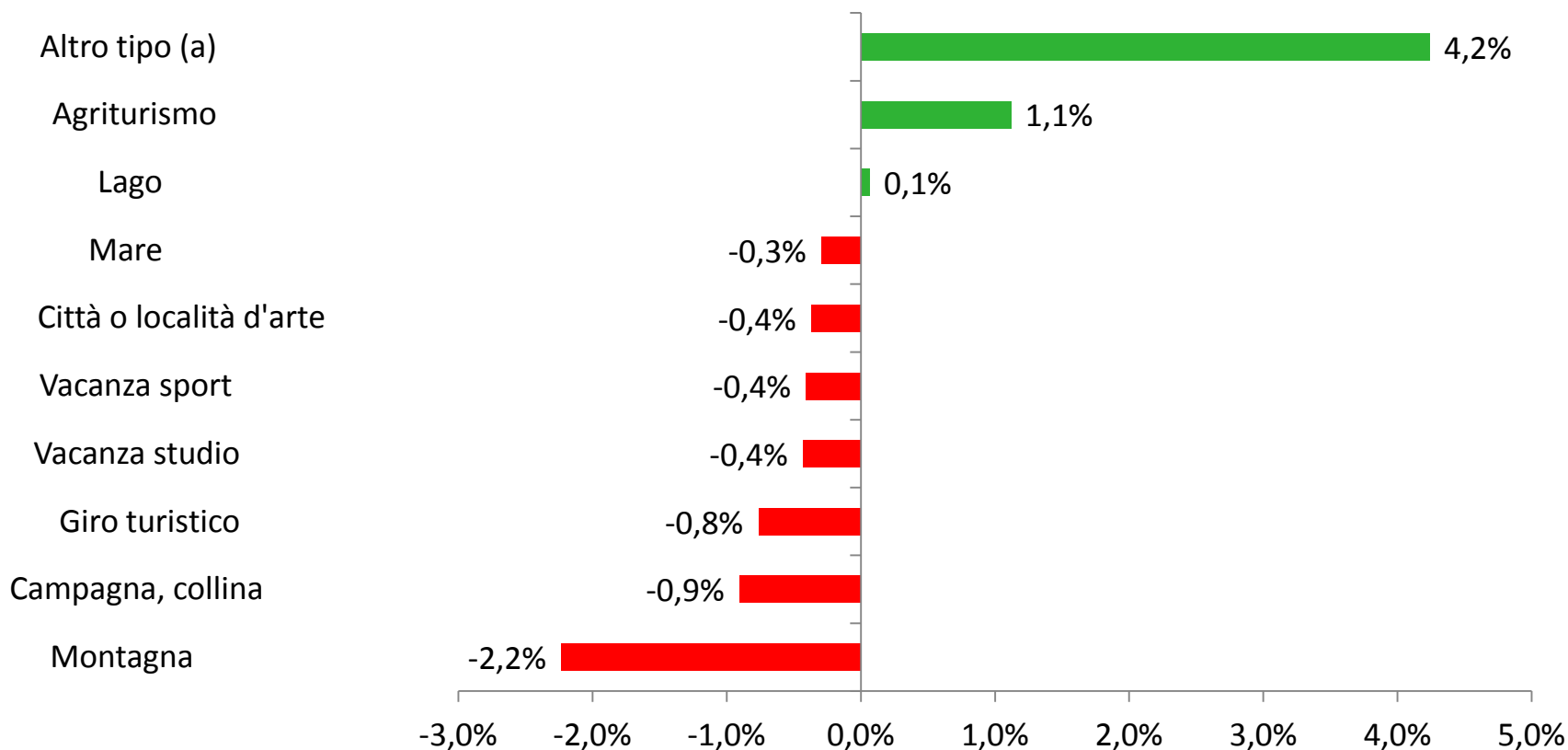
- Le voci 'Mare' e 'Crociera' nel 1998 erano accorpate

Fonte: ISTAT e ns. elaborazioni

# La crisi del turismo montano: qualche dato recente - 2

## I VIAGGI DEGLI ITALIANI

Variazione del peso percentuale della tipologia di vacanza dal 1998 al 2008



# Il declino lascia cicatrici, economiche e ambientali

- 180 impianti falliti e abbandonati solo nel nord Italia
- 4.000 tralicci
- 600.000 metri di funi di acciaio
- Costruzioni di servizio, alberghi, residence, ecc.
- Sbancamenti, deforestazione, dissesto idrogeologico, ecc.

(Rumiz)



Per l'Appennino non si hanno ancora stime credibili.

# Fattori specifici di declino del turismo dello sci in Appennino

- I fattori di crisi visti in precedenza valgono anche per gli Appennini. Inoltre:
  - Caratteristiche ambientali e geomorfologiche: la questione non è banalizzabile al problema “c’è o non c’è la neve...”
  - Caratteristiche della domanda: per i periodi lunghi si va sulle Alpi, per i periodi brevi si va nelle poche stazioni davvero appetibili (indice di competitività della stazione: rapporto raggiungibilità/qualità del demanio sciistico)



# Investire sullo sci... Dove e quando? La fattibilità economica *prima* della sostenibilità ambientale

- a) La tecnologia attuale degli impianti di risalita consente indubbiamente un impatto ambientale meno gravoso che nel passato (tema, o alibi, del recupero ambientale)
- b) Non è comunque garantito che l'ampliamento del demanio sciabile produca effetti benefici al turismo dell'area. In molti casi i fattori critici di un declino turistico sono altri, ma si preferisce attribuire poteri taumaturgici a drastici interventi sulle aree sciabili.
- c) Nelle piccole stazioni un ampliamento delle piste o degli impianti può significare ben poco in termini di competitività; i costi degli interventi e le condizioni di ammortamento incidono invece pesantemente per anni.

(Macchiavelli A., 2004)

# Le nuove strategie di rilancio del turismo montano alpino

- L'integrazione delle risorse
- La destagionalizzazione
- La flessibilità dell'offerta: personalizzazione e pluralismo
- La qualità ambientale
- La tipicità (vera e presunta)
- Il marketing

# Strategie di marketing a confronto

Lo sci, una volta: sport e “modernità”



La neve, oggi: ritorno alla natura e personalizzazione



Seconda parte

# **UN CASO DI STUDIO PER GLI APPENNINI: IL “TERMINILLO SUPERSKI”**

# I numeri del “Terminillo superski”

- 36 km di nuove piste, che sommati ai 6 km attuali portano il bacino a 42 km di piste da discesa
- 12 nuovi impianti + 1 grande funivia di scavalco della cresta sommitale (dai 4 esistenti a un totale di 17 impianti)
- Sistema di innevamento artificiale lungo tutti i 42 km di piste, da costruire *ex-novo*
- 125 milioni di euro di spesa prevista, solo per gli interventi infrastrutturali

# La finanza allegra del “superski”

<b>Valore attuale investimento (costo previsto delle sole opere)</b>	<b>Anni</b>	<b>Tasso di interesse (1)</b>	<b>Ricavi annui necessari</b>	<b>Skipass giornaliero max (2)</b>	<b>N° di giornalieri da vendere in più ogni anno</b>
<b>125.807.798,00</b>	<b>30</b>	<b>3,95%</b>	<b>7.231.373,58</b>	<b>33,00</b>	<b>219.133</b>

**Note:**

**(1) IRS ufficiale a 30 anni del 17 novembre 2009**

**(2) Costo di uno skipass giornaliero stagione 2009-2010 a Roccaraso (benchmark)**

**P.S. Nel 2008 il totale delle spese finali (correnti e in c.c.) di tutte le Province italiane nel settore “Turismo, sport e tempo libero” è stato pari a 277 milioni di euro. Il progetto della Provincia di Rieti comporterebbe uno sforzo finanziario pari al 45,1% di quanto spendono tutte le province per l’intero settore in un anno.**

# L'impatto ambientale del “superski”

- Impatto sul paesaggio, in particolare sui profili di alta quota
- Abbattimento di alberi e sbancamento di terra e roccia
- Impatto sul regime idrogeologico nel sottosuolo e nel soprassuolo
- Impatto sui biotopi della montagna (i boschi, le praterie aride d'alta quota, i ghiaioni e gli ambienti rocciosi, ecc.) con la conseguente perdita di biodiversità (vegetale e animale) e di forme del paesaggio
- Enorme costo energetico e ambientale dell'innevamento artificiale
- Interventi in aree ZPS e SIC: quasi inevitabile la bocciatura in sede di VIA (come avvenuto per altri progetti)

# Costi certi, benefici incerti

- Costi finanziari (realizzazione)
- Costi gestionali (esercizio)
- Costi manutentivi (esercizio)
- Costi ambientali
- Costi opportunità (usi alternativi delle medesime risorse)
- Domanda attesa...?
- Benefici per l'economia locale in fase di realizzazione: parziali e incerti
- Benefici per l'economia locale in fase di esercizio: dipende dal primo punto!
- Sussidi pubblici...?



# Allora, perché? Ritardo culturale e interessi localizzati

- Popolazioni locali e visioni dello sviluppo
- Differenze culturali ataviche: differenze tra Alpi e Appennini
- Differenze culturali recenti: autonomia vs. intervento straordinario
- Le visioni speculative
- Ciclo politico: le alternative di *policy* “pagano” meno e più lentamente in termini di consenso

# Quale *policy* per il turismo montano in Appennino? Guardare alle Alpi, ma...

- Integrazione delle risorse e delle filiere
- Differenziazione e personalizzazione dell'offerta
- Marketing territoriale "targettizzato"
- Investimenti infrastrutturali mirati e proporzionati (*anche* sullo sci, dove già esiste)
- Puntare sui segmenti in crescita (ecoturismo, benessere, sport *en plein air*, ecc.)
- Dimenticare il turismo di massa...

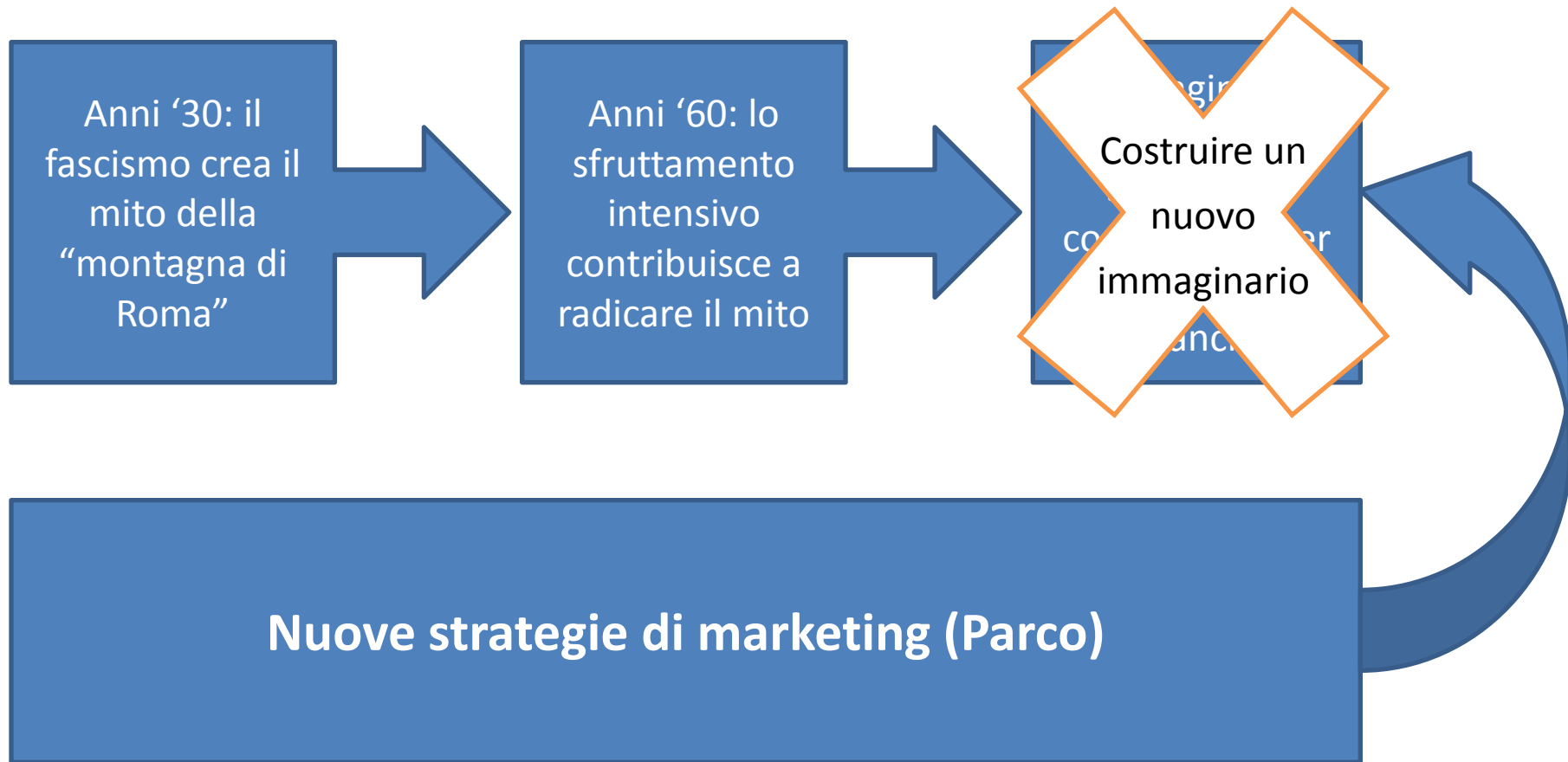
# Nuove *policy* per il Terminillo: il Parco come chiave di volta della strategia

- Il Parco come *strumento* di valorizzazione integrata:
  - dalla semplice protezione passiva (ZPS e SIC) alla valorizzazione in chiave turistica
  - l'effetto “etichetta” e il marketing territoriale
  - i tematismi e le filiere integrate (sport e natura, S. Francesco, la “via del sale”, il termalismo, ecc.)
  - il *networking* con le altre aree protette e la programmazione di scala vasta (club di prodotto, itinerari compositi di ampio raggio, ecc.)
  - la politica di qualità

Intercettare segmenti di domanda turistica in espansione (turismo verde), abbandonando il miraggio della “monocoltura” dello sci.

Acquisire consapevolezza delle potenzialità, ma anche dei limiti strutturali dello sviluppo turistico locale.

# L'importanza dell'immaginario e il marketing





«Hanno una tale  
sfiducia nel  
futuro che fanno  
progetti per il  
passato».

(E. Flaiano)

# Bibliografia essenziale

- Andreotti E., Macchiavelli A., *L'innovazione nelle destinazioni turistiche alpine. Riferimenti teorici e buone pratiche*, Franco Angeli editore, Milano, 2008
- Butler R.W., *The concept of a tourism area cycle of evolution: implications for managements of resources*, Prentice Hall Hemel, Hempstead, 1980
- Cioccarelli G., *Turismo alpino e innovazione*, Giuffrè editore, Milano, 2003
- Ciset – Centro Italiano per lo Studio dell'Economia Turistica, *Il turismo montano in Italia. Modelli, strategia, performance*, Roma, 2009.
- CRESA – Centro regionale di studi e ricerche economico-sociali, *La montagna italiana tra marginalità e sviluppo*, L'Aquila, 2002
- Liquori A., *Il Parco Regionale del Terminillo e dei Monti Reatini. La valorizzazione integrata delle risorse ambientali, culturali e turistiche per lo sviluppo della montagna reatina*, 2009, mimeo.
- Macchiavelli A. (a cura di), *Il turismo della neve*, Franco Angeli editore, Milano, 2004
- Macchiavelli A. (a cura di), *Il turismo montano tra continuità e cambiamento*, Franco Angeli editore, 2006
- Pechlaner H., Manente M. (a cura di), *Manuale del turismo montano*, Touring University Press, Touring Club Italiano, Milano, 2002