

1 Ottobre 2014

Sci, la rivincita delle piccole stazioni

Come un'efficace comunicazione, servizi su misura e il contatto costante attraverso i social network possono far rinascere il turismo in montagna



In un mercato sciistico saturo come quello alpino la concorrenza aumenta e le piccole stazioni si trovano a competere con i grandi comprensori che moltiplicano i servizi per attrarre nuovi clienti. Le piccole località, grazie al web e alla comunicazione, possono però inventarsi nuove stagioni e valorizzare la loro dimensione più autentica. Sulle Alpi, dalla Francia a Livigno fino ai nostri Piani di Bobbio-Valtorta (che molti davano per morti dieci anni fa), non mancano esempi virtuosi. E, per una volta, Svizzera e Trentino non sono da prendere a modello, come mostrano alcuni casi presentati in occasione del Forum Alpinum di Darfo Boario Terme, in occasione del workshop “Piccoli comprensori sciistici: come essere competitivi in un mercato maturo”, moderato dal professore Andrea Macchiavelli, direttore del CeSTIT (Centro Studi per il Turismo e l'Interpretazione del Territorio) dell'Università di Bergamo.

Valtorta - Piani di Bobbio

Bus dal centro di Milano e ski-pass on line, così si conquistano i turisti di giornata

Il comprensorio diffuso dei Piani di Bobbio-Valtorta è la terza stazione sciistica lombarda nonostante la sua capacità

ricettiva rasenti lo zero. «Non abbiamo neanche un posto letto, non raggiungiamo alte quote eppure grazie al turismo di giornata e di prossimità registriamo record di presenze, soprattutto nel fine settimana - spiega Massimo Fossati, ad di Itb (Imprese Turistiche Barzesi) Valsassina e presidente Anef Lombardia -. La nostra posizione ci consente di rivolgerci ad un bacino enorme di visitatori come quello lombardo: 10 milioni di persone che possono raggiungere le nostre montagne in poco tempo». In questi anni il comprensorio diffuso Piani di Bobbio- Valtorta ha lanciato un servizio navetta da Piazza Castello nei fine settimana con lo slogan "La neve più vicina a Milano siamo noi!": «Abbiamo portato sulle nostre piste con pacchetti vantaggiosi e orari comodi, come il rientro a Milano alle 17, oltre 3mila persone lo scorso anno - continua Fossati -. Lavoriamo molto sulla comunicazione in tempo reale del meteo e delle condizioni delle piste, fattori fondamentali per il turista di passaggio. Nonostante le Prealpi siano sempre a rischio per lo stato della neve, in quattro giorni grazie all'investimento in impianti di innevamento siamo in grado di imbiancare la maggior parte del comprensorio. Grazie a Facebook e ai social network siamo in costante contatto con i nostri clienti». Oltre alle rassicurazioni su meteo e neve, il fattore tempo per chi si muove in giornata è fondamentale: «Diamo la possibilità di acquistare ski-pass on-line e di ricaricare le tessere già in possesso, così si evitano code in biglietteria».

Il comprensorio diffuso è a misura di famiglia, cliente-target dei Piani di Bobbio- Valtorta, le cui esigenze hanno ridisegnato impianti e piste: «Tutti si lamentano della scarsità di piste nere, ma in realtà la maggior parte opta per le rosse. Il nostro obiettivo è quello di fare sciare famiglie e bambini senza rischi. Ai Piani di Artavaggio abbiamo sostituito skilift con tappeti che garantiscono anche a chi non abbia mai preso gli impianti di raggiungere la quota. Grazie a questa scelta il sabato e la domenica contiamo su una media di 1.200 presenze. L'area dei Piani di Ernia, vicina al Lago di Lecco, è stata convertita per la sua posizione in un paradiso per gli amanti delle ciaspole. L'integrazione con il lago può rappresentare un atout vincente anche in futuro». Il record di presenze giornaliere rende il comprensorio particolarmente appetibile per le aziende che ruotano attorno allo sci, dall'abbigliamento alle attrezature: «Realizziamo moltissimi eventi e iniziative promozionali con le più importanti aziende di sci attratte dal forte passaggio che registriamo ogni week-end». E con le loro piste adatte anche ai neofiti i Piani di Bobbio sono diventati il comprensorio di riferimento degli sciatori cinesi, provenienti in gran parte da Milano. «Le presenze a stagione si aggirano attorno alle 5mila unità, con punte di 400 sciatori cinesi a giornata. La nostra stazione ha conquistato anche questa particolare clientela poco avvezza alla neve e con scarsa dimestichezza con sci e scarponi, che si affida ad agenzie cinesi per l'organizzazione delle trasferte. Il cinese è un ottimo cliente: noleggia attrezzi da capo a piedi e non si fa mancare nulla, dal pranzo al ristorante all'assistenza del maestro di sci».

France Montagnes

Valorizzate autenticità e proposte di nicchia

Non esistono solo Chamonix e Courchevel: «Le piccole stazioni sciistiche hanno un ruolo fondamentale perché è proprio qui che si impara a sciare e ci si appassiona o si abbandona presto questo sport, che in Francia si pratica più che in tutto il resto d'Europa, con 53,5 milioni di sciatori siamo secondi solo agli Stati Uniti. La montagna crea economia: 150mila posti di lavoro non delocalizzabili», spiega Jean Marc Silva, direttore di France Montagnes, associazione nata quattro anni fa che raccoglie 350 stazioni sciistiche francesi dall'arco alpino alla Corsica. Fare sistema crea vantaggi per tutti: «La necessità di una promozione turistica forte si fece sentire alla fine del 1989: quell'anno non c'era neve e i comprensori decisero di creare l'agenzia di promozione Pam. Nel 2001 i comprensori fecero un ulteriore passo avanti, siglando un "patto assicurativo": le stazioni sciistiche che avevano neve in abbondanza aiutano quelle alle prese con cattive condizioni metereologiche». Le piccole località francesi mostrano grandi strategie di marketing, grazie soprattutto al web: «Internet consente a tutti, anche alle località piccole, di esistere e di creare emozioni, eventi, specializzarsi in sport di nicchia, oltre che valorizzare le proprie bellezze paesaggistiche e la loro dimensione più autentica. Non bisogna più comunicare i chilometri di piste, ma la qualità della neve». Con lo slogan "Sainte Foy, J'y crois" e una forte campagna di promozione il piccolo comune della Savoia resiste alla concorrenza delle vicine e più famose Tignes e Val d'Isere: «Ha

La Rassegna

<https://www.larassegna.it/sci-la-rivincitadelle-piccole-stazioni/>

scelto di restare piccola e di innalzare la qualità del comprensorio sciistico, creando ad esempio molti fuori pista sicuri. Ha fatto della sua dimensione autentica e immersa nella natura una destinazione per una clientela d'alta gamma e prevalentemente straniera, con oltre il 60% di villeggianti dal Regno Unito». Autrans, tra le prime stazioni francesi per gli appassionati di sci di fondo è riuscita ad attrarre un maggior numero di visitatori grazie alla scelta del comprensorio diffuso, esteso all'Altopiano Vercors, alla creazione di eventi e a percorsi per altre attività nordiche. Sainte Pierre de Chartreuse ha invece puntato sulla corsa in montagna, tanto da diventare la prima in Europa per il trail e tra le prime 15 nel mondo.

Mottolino (Livigno)

Divertimento e adrenalina riportano i giovani in quota

Livigno, nel cuore delle Alpi, lontano da grandi centri e autostrade, resta una delle località più apprezzate, in grado di contare un milione di presenze in media ad ogni stagione invernale. In quest'area, dal versante opposto ai grandi alberghi e alle vetrine del centro, il comprensorio di Mottolino è riuscito a diventare, grazie ad un'abile operazione di marketing, una delle destinazioni irrinunciabili per i giovani e gli appassionati di free-style provenienti da ogni angolo del mondo. «Abbiamo creato uno dei principali snow park d'Europa che d'estate si trasforma in un'area per i biker più spericolati - spiega Marco Rocca, amministratore delegato di Mottolino Spa Livigno, mentre scorrono le immagini adrenaliniche del grande castello costruito per essere sfidato da free-styler con acrobazie ed evoluzioni in quota -. Dal 1999 ospitiamo eventi internazionali e non mancano manifestazioni culturali, come l'Ice Party con grandi concerti in quota. Ogni anno nel nostro comprensorio lo Sporting Spirit Ski Team promuove l'attività sciistica con attrezzature speciali per disabili e persone con problemi motori che possono conquistare la neve sugli sci». L'obiettivo di riportare i giovani in montagna con lo slogan Mottolino Fun Mountain si può dire più che mai riuscito: «Dal 1999 ad oggi abbiamo visto crescere le presenze del 20%, con un incremento del 75% degli stranieri, e, nonostante la crisi, negli ultimi quattro anni registriamo un + 10% sulle nostre piste. Il turismo estivo, specialmente legato alle mountain bike, ma anche alle famiglie con il Larix Park, un parco avventura in legno, inizia a farsi avanti. Le presenze fino agli anni scorsi erano davvero risibili, ma grazie alla comunicazione e al marketing siamo riusciti ad inventare una nuova estate per il Mottolino».

Svizzera non sempre felix

«In Ticino un futuro ancora tutto da scrivere»

La Svizzera - per quanto riguarda il cantone italiano del Ticino - non è per una volta da prendere ad esempio nella gestione delle micro-stazioni sciistiche. L'unico modello da seguire in quest'area è Monte Tamaro: «Ha smantellato gli impianti invernali ed è diventata una meta estiva in grado di intercettare molti turisti, attratti anche dalla Chiesa Santa Maria degli Angeli progettata da Mario Botta, oltre che da eventi, percorsi e parchi», spiega Charles Barras, vice direttore Ticino Turismo. Per le altre stazioni, in costante perdita, il futuro è invece tutto da scrivere: «È da diversi anni che si stanno facendo analisi e che Governo e Parlamento discutono progetti. Due studi economici sono giunti alla stessa conclusione: le stazioni lavorano in perdita e i "buchi" pesano sull'intera regione. È difficile pensare ad uno sviluppo delle stazioni: sono in concorrenza tra loro, fanno fatica data la bassa altitudine ad avere neve anche a Natale e hanno un'offerta per il turista davvero limitata». Risanare la situazione richiede un investimento di 56 milioni di franchi, smantellare gli impianti ne costa 11,5 milioni e concentrare gli interventi solo su una stazione 44,5 milioni. «Si è optato per salvare una stazione, ma in questi anni il Parlamento ha allargato ad altre località l'intervento, mentre il Governo invitava a concentrare risorse. In questo continuo braccio di ferro si è arrivati persino a pensare di obbligare le scuole a trascorrere le settimane bianche in Ticino... Il risultato è che non si è deciso nulla e le stazioni continuano a perdere denaro».