



# Successo e competitività del turismo alpino

(Sintesi)



Richard Kämpf  
Christian Hunziker

# Impressum

## **Editore**

BAK Basel Economics su incarico di:

Segreteria di Stato dell'economia (SECO), Settore Turismo  
Società svizzera di credito alberghiero (SCA)  
Cantone Grigioni  
Canton Berna  
Canton Ticino / Ticino Turismo  
Canton Vallese  
Canton Vaud

## **Direzione del progetto**

Richard Kämpf

## **Redazione**

Richard Kämpf  
Christian Hunziker

## **Produzione**

Benno Gasser

## **Indirizzo postale**

BAK Basel Economics  
Güterstrasse 82  
CH-4002 Basel  
Tel. +41 61 279 97 00  
Fax +41 61 279 97 28  
bak@bakbasel.com  
<http://www.bakbasel.com>

## **Copyright ©**

Tutti i diritti per la ristampa e la riproduzione di quest'opera sono riservati a Basel BAK Economics AG. È vietata la trasmissione integrale o parziale del rapporto a terzi.

---

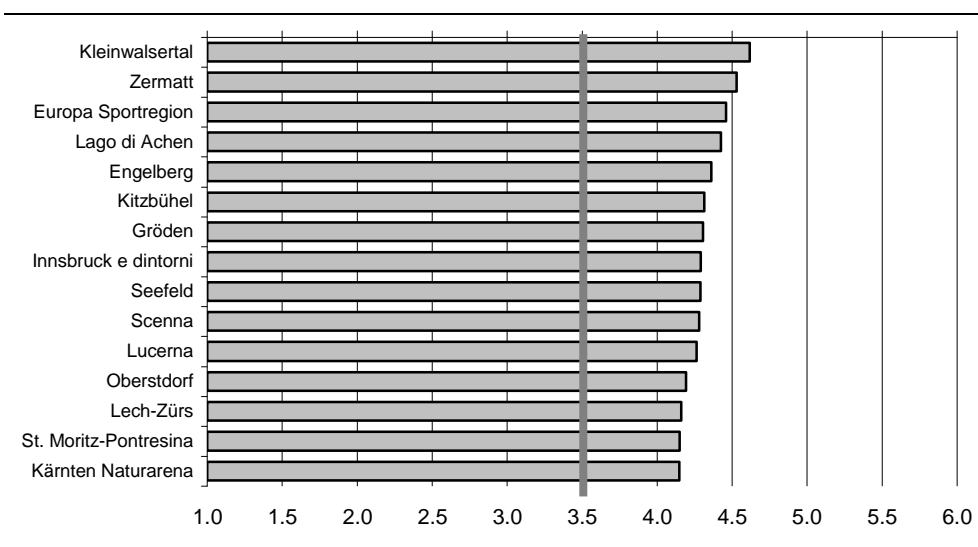
# Sintesi

## Le mete preferite dell'arco alpino europeo

Nell'ambito del progetto "Rapporto di benchmarking internazionale per il turismo svizzero", il BAK Basel Economics ha analizzato la performance media di oltre 100 destinazioni dell'arco alpino europeo<sup>1</sup>. Per misurare il successo delle destinazioni e confrontarlo a livello internazionale, il BAK Basel Economics utilizza il "BAK TOPINDEX", un indice che considera l'evoluzione della domanda, il numero di presenze e il prezzo degli alberghi.

### Grafico 1: Le 15 mete preferite dell'anno turistico

BAK TOPINDEX, anno turistico, media arco alpino = 3.5 punti



Fonte: BAK Basel Economics

Campione: 77 destinazioni

Per quanto riguarda l'anno turistico complessivo, spicca su tutte la Kleinwalsertal, che fa parte delle mete predilette sia in inverno che in estate. Distaccata di poco segue Zermatt, la beniamina del turismo elvetico. Grazie alla fama internazionale, Zermatt può sfruttare a pieno le sue capacità durante tutto l'anno e il suo bilancio è nettamente positivo. Europa Sportregion, nella regione di Salisburgo è terza classificata. "Europa Sportregion" occupa i primi posti della classifica almeno in parte grazie alle condizioni favorevoli dell'ambiente naturale: lo straordinario connubio di lago e ghiacciai costituisce un'allettante offerta turistica.

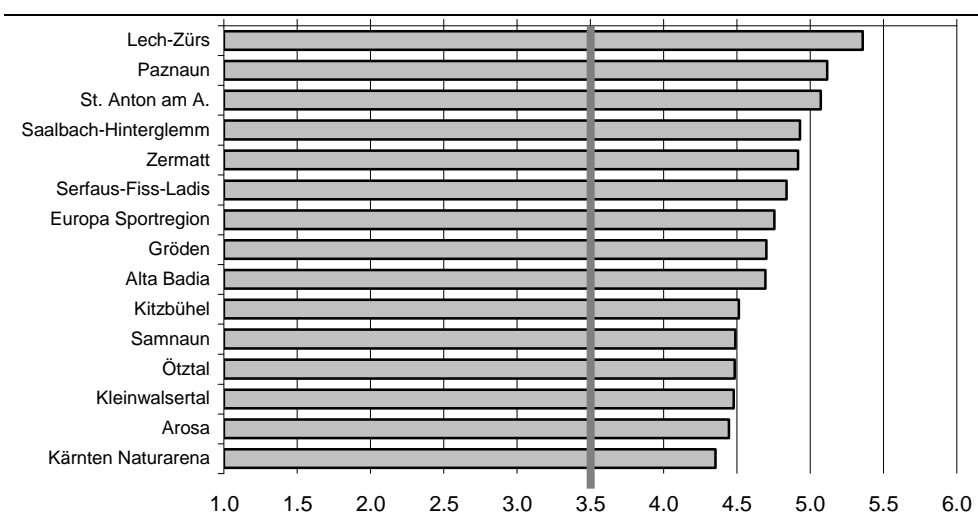
<sup>1</sup> Vengono pubblicate le 15 destinazioni migliori nelle quali ogni anno si calcolano almeno 150 000 pernottamenti in albergo.

Dalla prima pubblicazione del BAK TOPINDEX nel 2005, la Kleinwalsertal e Zermatt sono rimaste sempre tra le prime in classifica. Le migliori: Engelberg, Kitzbühel e “Kärnten Naturarena”.

Tra le 15 località più gettonate se ne contano quattro svizzere, otto austriache, due italiane e una tedesca. La ripartizione delle 15 mete preferite su regioni e territori nazionali diversi dell’arco alpino europeo mostra che il successo del turismo alpino è possibile anche in contesti differenti. In classifica si trovano quattro località che godono di una lunga tradizione e di grande prestigio internazionale. Grazie alla loro fama e alle loro attrattive, queste destinazioni possono permettersi di applicare prezzi superiori alla media del mercato, pur registrando un’elevata percentuale di presenze. Mete come Kleinwalsertal, il lago di Achen o Engelberg sono tra le prime classificate, ma non eguagliano la notorietà di Zermatt, St. Moritz o Kitzbühel.

## Grafico 2: Le 15 mete preferite in inverno

BAK TOPINDEX, semestre invernale, media arco alpino = 3.5 punti



Fonte: BAK Basel Economics

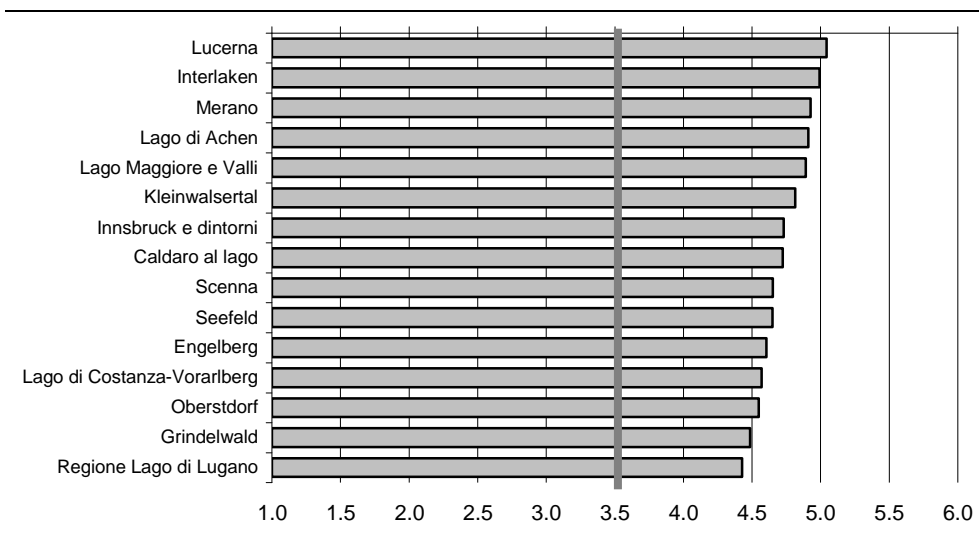
Campione: 77 destinazioni

Come già negli anni scorsi, Lech-Zürs, Paznaun e St. Anton am Arlberg sono le mete predilette della stagione invernale. Grazie alla fama internazionale e all’esclusività, queste destinazioni possono applicare prezzi superiori alla media, pur registrando un’elevata percentuale di presenze. Famosissime mete degli sport invernali come Saalbach-Hinterglemm, Zermatt, Sefaus-Fiss-Ladis, Europa Sportregion, Gröden, Alta Badia e Kitzbühel spiccano per le numerose presenze e l’elevata redditività, classificandosi tra il 3° e il 10° posto. Ötztal, Arosa e Samnaun (le due punte di diamante dei Grigioni), Kleinwalsertal e Kärnten Naturarena si

attestano tra l'11° e il 15° posto. Tra le 15 mete invernali predilette se ne contano dieci austriache, tre svizzere e due italiane.

### Grafico 3: Le 15 mete preferite in estate

BAK TOPINDEX, semestre estivo, media arco alpino = 3.5 punti



Fonte: BAK Basel Economics

Campione: 77 destinazioni

Le due perle dell'estate si trovano in Svizzera: sia Lucerna che Interlaken godono di fama internazionale e sono particolarmente apprezzate dai mercati emergenti asiatici. Tra le prime 15 posizioni anche tre località del Sudtirolo. Tutte queste destinazioni, incluse Lucerna e il lago di Achen, registrano il picco di massime presenze in estate. Tra le benamate dei turisti figurano il lago di Achen, Innsbruck, Seefeld e tre località tirolesi. Kleinwalsertal (Voralberg), Voralberg (lago di Costanza), Lago Maggiore e Valli, Regione Lago di Lugano, Engleberg, Oberstdorf e Grindelwald completano il quadro delle 15 mete preferite.

## Fattori determinanti della competitività

Uno degli obiettivi principali di questo rapporto consiste nel conoscere le cause dei diversi sviluppi delle singole località. Elemento determinante per il successo o l'insuccesso di una meta è la competitività. Sono state perciò esaminate diverse determinanti della competitività. Sulla base di riflessioni teoriche, ricerche, studi empirici e contributi di esperti si sono individuati i fattori importanti, misurabili quantitativamente e legati all'offerta, che sono decisivi per la competitività. Grazie ad un'analisi statistica (analisi di regressione multipla) è stato misurato l'impatto dei singoli fattori decisivi sulla competitività e dunque sul successo. Si sono così differenziati i fattori decisivi indispensabili, molto importanti e importanti della competitività.

Il grafico seguente riassume e illustra i risultati più importanti di questo rapporto.

### Grafico 4: Importanza dei fattori determinanti della competitività

Valutazione dei fattori determinanti

	Fattore determinante	Valutazione inverno	Valutazione estate
Fattori determinanti generali	Alberghi di prima classe e di lusso	"molto importante"	"molto importante"
	Quota del ramo alberghiero	"molto importante"	"molto importante"
	Dimensione dell'attività	"importante"	"importante"
	Intensità turistica	"molto importante"	"importante"
	Dimensione meta	"importante"	"importante"
Fattori determinanti invernali	Attrattive sciistiche	"indispensabile"	
	Sport & divertimento	"molto importante"	
	Snowboard	"importante"	
	Fondo	"importante"	
	Passeggiate invernali	"importante"	
Fattori determinanti estivi	Varietà dell'offerta		"molto importante"
	Sport & scoperta		"importante"
	Benessere & gusto		"importante"
	Passeggiate		"importante"
	Avventura & famiglia		"importante"

Fonte: BAK Basel Economics

## **Fattori determinanti generali della competitività**

Un fattore importante della competitività è la **percentuale di alberghi di prima classe e di lusso**. Le strutture di questo tipo possono sfruttare meglio la loro capacità e ottenere così maggiori entrate. Aumenta di conseguenza il numero medio di presenze nella regione. Le strutture di questa categoria costituiscono spesso il punto di riferimento per una data meta: contribuiscono notevolmente allo sviluppo dell'offerta e sono spesso il biglietto da visita dell'intera regione. Per questo sono fondamentali per costruire l'immagine e la reputazione delle località. Inoltre, una struttura alberghiera con un'elevata offerta nel segmento della prima classe e del lusso ha il vantaggio di attirare solitamente clienti con elevato potere d'acquisto e così possono trarne profitto anche le strutture turistiche esterne al settore alberghiero.

La competitività delle mete alpine è inoltre influenzata dalla **quota del ramo alberghiero** sul settore alberghiero. Quanto più i posti letto vengono gestiti in modo intensivo e professionale, tanto più si può sfruttare la capacità turistica. Quando viene utilizzato solo un numero limitato di posti letto, la conseguenza è che numerose case rimangono vuote per buona parte dell'anno e questo nuoce all'immagine della località. Se la richiesta di posti letto è ridotta, oppure troppo elevata, i costi dell'infrastruttura aumentano poiché l'infrastruttura di base deve essere orientata all'alta stagione.

Il terzo fattore decisivo per la competitività nel settore alberghiero riguarda la **dimensione dell'attività**. Le grandi strutture turistiche hanno la possibilità di ottenere rendimenti di scala (economies of scale). Aumentando la percentuale di quantità prodotta è possibile produrre a costi inferiori, accrescendo la competitività delle strutture turistiche e dunque della località.

Oltre ai fattori determinanti che riguardano il settore alberghiero, anche quelli relativi alla dimensione della destinazione e alla densità turistica (**intensità turistica**) influiscono sulla competitività delle mete alpine. Nelle grandi destinazioni ad elevata intensità turistica i cosiddetti vantaggi di agglomerazione portano a un incremento della produttività e dunque a vantaggi competitivi. Le conoscenze specifiche del turismo e dei mercati del lavoro più attrattivi generano esternalità positive sulle relazioni di fornitura, influenzando positivamente la competitività. Un grande centro può essere considerato più facilmente un mercato turistico se dispone di molti fornitori.

## Fattori determinanti invernali della competitività

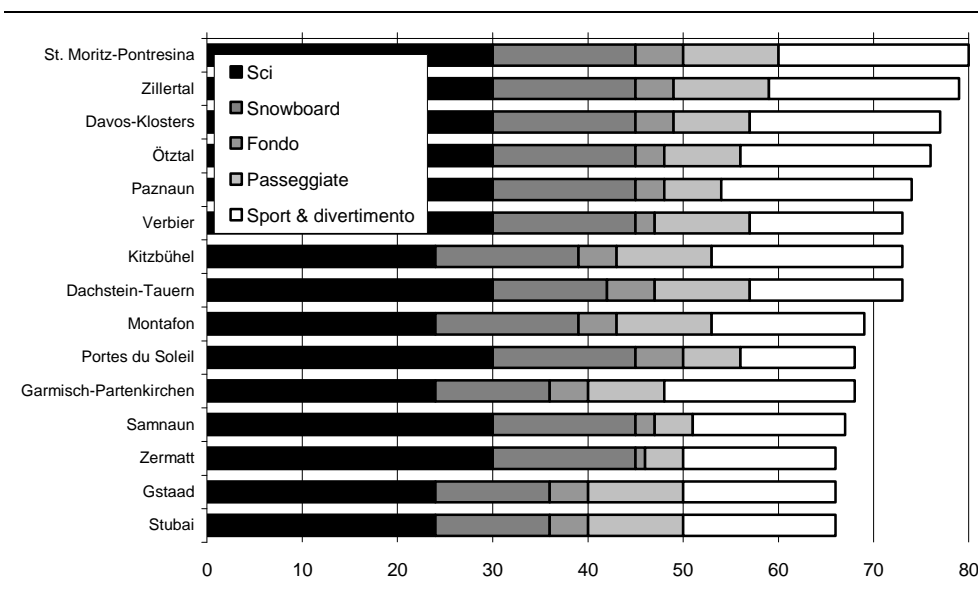
Il fattore in assoluto più determinante per la competitività delle località in inverno è l'**attrattiva degli impianti sciistici**. Impianti di trasporto moderni, vasta offerta diversificata di piste e sicurezza della neve sono le parole chiave della competitività invernale.

Oltre all'attrattiva degli impianti sciistici, anche altre offerte hanno un effetto positivo sulla competitività. **Offerte alternative agli sport sulla neve** (sport & divertimento), come ad esempio piscine, centri benessere, impianti sportivi e palazzi del ghiaccio oppure possibilità di uscite e di shopping contribuiscono allo sviluppo positivo delle località. L'offerta degli sport invernali rimane comunque indiscussa.

L'attrattiva dell'offerta di una destinazione in inverno è ulteriormente caratterizzata da offerte specifiche come le passeggiate, il fondo e lo snowboard. Sulla base degli elementi dell'offerta invernale menzionati, il BAK Basel Economics ha sviluppato un indicatore che misura l'attrattiva dell'offerta invernale. Il seguente grafico mostra le 15 destinazioni alpine con l'offerta invernale più attrattiva. Le destinazioni svizzere sono in cima alla vetta dell'attrattiva invernale. Tra le prime 15 si contano più di 6 località svizzere.

### Grafico 5: Le 15 mete più attrattive in inverno

Indicatore BAK dell'attrattiva invernale: punteggio massimo = 80, campione medio = 54 punti



Fonte: BAK Basel Economics

Campione: 77 destinazioni

## Fattori determinanti estivi della competitività

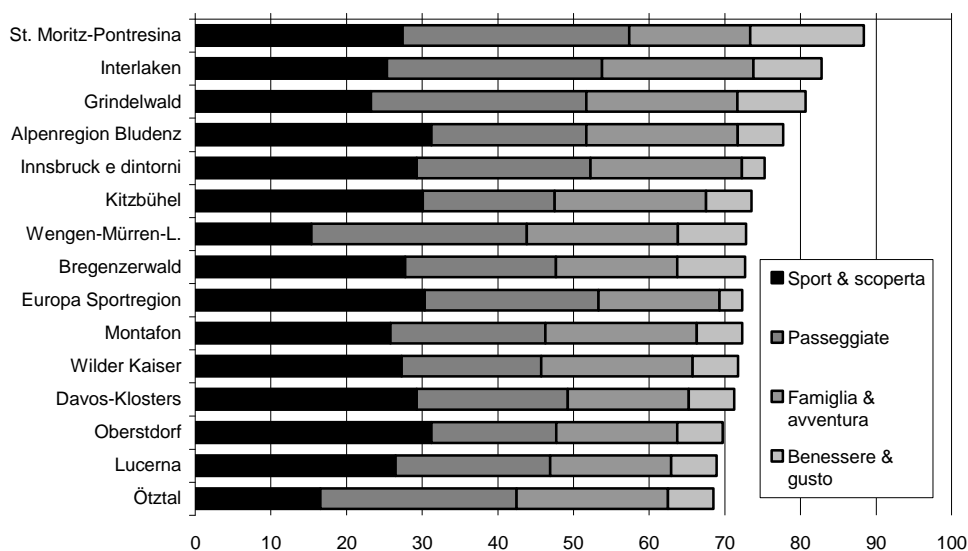
Le ricerche sui fattori decisivi della competitività estiva indicano che in estate, come in inverno, i fattori che determinano la domanda sono estremamente vari. Specialmente nei centri maggiori, i turisti si aspettano un'offerta molto vasta. La **varietà dell'offerta** e dunque la possibilità di poter scegliere diverse opzioni viene considerata molto positivamente dai turisti e costituisce un elemento centrale della competitività estiva.

Oltre al numero effettivo di offerte, anche la loro attrattiva influisce positivamente sulla competitività delle destinazioni alpine. Quest'ultima può essere suddivisa in diverse componenti: un particolare influsso sull'attrattiva di una destinazione in estate è esercitato dalle offerte del tipo "sport e scoperta", "passeggiate", "avventura e famiglia" e "benessere e gusto". La combinazione di questi elementi costituisce infine l'**attrattiva estiva** e influisce così positivamente sulla competitività di una destinazione.

Anche in estate, St. Moritz-Pontresina resta al vertice della classifica. La seconda e la terza posizione vanno a Interlaken e Grindelwald, le due località dell'Oberland bernese.

### Grafico 6: Le 15 mete più attrattive in estate

Indicatore BAK dell'attrattiva estiva: punteggio massimo = 100, campione medio = 53.2 punti



Fonte: BAK Basel Economics

Campione: 77 destinazioni

## Il turismo dell'arco alpino

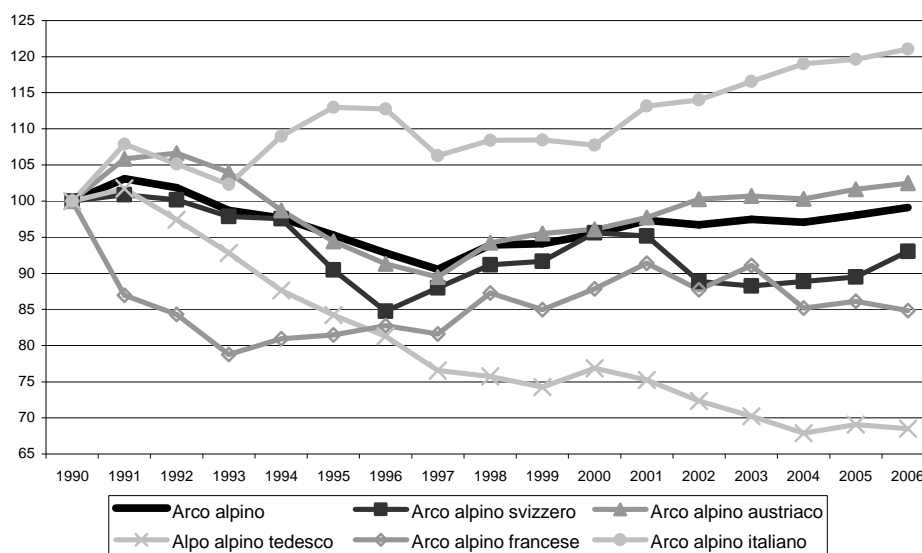
Con una quota di mercato del 4%, l'arco alpino<sup>2</sup> è una delle maggiori mete turistiche mondiali per numero di turisti dall'estero. Secondo una stima del BAK Basel Economics, nel 2005 il numero dei pernottamenti nell'arco alpino è stato di 475 milioni, di cui il 30% imputabile al settore alberghiero. L'arco alpino francese detiene la maggiore quota di mercato con quasi 137 milioni di pernottamenti. Per l'arco alpino svizzero sono stati registrati circa 102 milioni di pernottamenti.

Complessivamente, nell'arco alpino sono stati occupati 7 milioni di posti letto nel 2005. La percentuale di posti letto nelle strutture alberghiere ammontava purtroppo a solamente il 17%. Soprattutto in Francia, in Svizzera e in parte dell'arco alpino italiano gli alberghi dispongono di pochissimi posti letto. Quasi la metà dei posti letto dell'arco alpino sono dovuti alle residenze secondarie.

La crescita dei pernottamenti in albergo nell'arco alpino si è fermata nel periodo dal 1990 al 2006, mentre nel resto del mondo si sono registrati tassi di crescita elevati. Nel periodo di tempo considerato, solamente l'arco alpino italiano ha registrato un netto sviluppo positivo.

### Grafico 7: Andamento dei pernottamenti in albergo nell'arco alpino

Numero di pernottamenti in albergo 1990-2006, indice 1990 = 100



Fonte: BAK Basel Economics

<sup>2</sup> La definizione di arco alpino del BAK Basel Economics comprende 24 regioni dei Paesi alpini: Svizzera, Germania, Austria, Francia e Italia.