



*Vocazione*  
*benessere*

MARKETING FEASIBILITY STUDY  
Febbraio 2006



Il presente studio di fattibilità è stato realizzato dalla società TEAMWORK di Rimini. Può essere utilizzato e riprodotto purchè sia espressamente citata la fonte.

Si ringraziano tutti gli operatori turistici pubblici e privati che hanno contribuito al buon risultato dell'indagine rispondendo ai quesiti dei ricercatori.

Responsabile del progetto

Ricerca di mercato

Proiezioni di conto economico

Editing

Organizzazione e coordinamento

**Mauro Santinato**

**Stefano Lombardini**

**Fabiola Sfodera**

**Elisa Cimatti**

**Luigi Dalprato**

## Summary

---

### Sintesi dei principali punti emersi dall'analisi di mercato

- ❖ *Nel territorio del Comune di Premia e, più in generale, nelle valli della provincia del Verbano Cusio Ossola sono operanti numerose imprese turistiche, attive nell'offerta di ospitalità alberghiera ed extralberghiera, servizi di complemento alla ricettività turistica, infrastrutture sportive, ambientali e termali.*
- ❖ *La vocazione turistica dell'area è totalmente caratterizzata in senso leisure, basandosi sul prodotto neve e sul climatismo estivo. La stagionalità è molto accentuata. Il profilo di clientela è di tipo familiare-terza età nel periodo estivo e giovanile-famigliare nel periodo invernale. I bacini della domanda sono tutti di prossimità.*
- ❖ *La qualità dell'offerta è di livello standard, con punte di eccellenza per quanto attiene gli impianti sciistici e i Parchi naturali. Il termalismo, coniugato alle formule wellness e benessere, rappresenta un prodotto interamente da sviluppare, ma che si coniuga in modo coerente con le risorse del territorio.*

- ❖ *Le tappe di questo progetto prevedono la realizzazione di impianti termali e servizi specialistici. Il posizionamento del prodotto non riguarda però solo le Terme di Premia, ma l'intero territorio, che può trovare proprio nel tema del salutismo e del benessere una parola chiave più distintiva ed efficace.*
  
- ❖ *Lo stabilimento termale si inserisce in un eccellente contesto ambientale. In loco non si registra presenza di altre strutture termali e di servizio (anche di intrattenimento) che abbiano le medesime caratteristiche.*
  
- ❖ *Le Terme di Premia possono far leva su una naturale e immediata capacità di attrazione esercitata dalle fonti di acqua che sgorga ad una temperatura di 45°C. C'è un passaparola già avviato grazie alle vasche di acqua termale esistenti in zona e utilizzate da anni dalla gente del luogo, e non solo.*
  
- ❖ *La destinazione registra al momento una scarsa notorietà e dovrà fare i conti con un mercato italiano piuttosto saturo di offerta. Il problema principale è però rappresentato dall'assenza di strutture alberghiere qualificate e orientate sulla nicchia benessere. Gli*

*alberghi dell'area si collocano su una fascia di mercato essenzialmente economy e budget. Il tessuto extralberghiero si basa sulle seconde case.*

- ❖ *L'allestimento di una struttura termale può costituire il volano di una più precisa vocazione turistica dell'area, più mirata e convincente di quella attuale, che risulta troppo generica, e può determinare la nascita di attività economiche nel comparto dei servizi turistici.*
- ❖ *La vocazione del complesso termale di Premia va orientata su una direttrice salutistica e leisure per un pubblico di residenti, cioè potenziali utenti della zona che non pernottano nelle strutture ricettive, mentre le prospettive di uno sviluppo turistico nella nicchia benessere sono vincolate alla nascita di strutture alberghiere di buon livello e coerenti con gli standard di mercato.*
- ❖ *In ogni circostanza sarà decisivo un approccio di tipo manageriale, anche per le fasi di promozione e pre-avviamento dell'attività produttiva.*

# Metodologia

---

## Raccolta di dati e informazioni

La compilazione del presente report si è sviluppata attraverso l'acquisizione di dati statistici e di informazioni qualitative secondo i seguenti passaggi:

- *sopralluoghi sul territorio;*
- *colloqui con amministratori pubblici;*
- *contatti con funzionari pubblici di assessorati di enti locali;*
- *colloqui con operatori del settore, anche di località diverse;*
- *analisi delle banche dati Teamwork;*
- *acquisizione diretta di dati alla fonte presso Enti del turismo, Camere di Commercio, pubbliche amministrazioni;*
- *esame della pubblicistica corrente, articoli e interviste apparsi sulla stampa specializzata;*
- *consultazione di materiale informativo, cataloghi, brochure e siti internet delle aziende, dei consorzi turistici e delle località dell'area.*

## Premessa

---

Il sistema turistico locale è davanti a un traguardo rilevante, quello di consolidarsi in modo definitivo come comparto che diversifica e alimenta l'economia locale. Questo obiettivo dipende dal fatto che il turismo può teoricamente sviluppare occupazione e investimenti.

In questo senso tutte le realtà locali cercano di riflettere sulla propria vocazione turistica. Ma in tale prospettiva, per essere realistici e convincenti, occorre adottare un'ottica di marketing.

Che significa un'ottica di marketing? Significa che non è automatico che un territorio sia sempre e immediatamente già un prodotto turistico.

Non tutti i territori hanno identiche potenzialità perché il turista acquista sempre meno un territorio, nel senso generico di un luogo da visitare, e sempre di più una motivazione, acquista prodotti che garantiscano un uso ragionato del tempo libero.

Il termalismo e il benessere sono oggi giorno relevantissime opzioni nel processo di acquisto del viaggio e della vacanza. Il patrimonio idrotermale del VCO e delle sue valli costituisce, in tale contesto, un elemento da valorizzare appieno, per una ricaduta sul territorio di consumi generati dalla domanda di nuovi prodotti turistici.

Questo studio è un'indagine socio-economica e di marketing turistico, completa di analisi economico-finanziaria a supporto delle scelte di sviluppo delle Terme di Premia.

Sarà perciò possibile individuare nella presente relazione tutta una serie di elementi per ottimizzare ulteriormente i contenuti per i programmi dello stabilimento.

L'analisi del bacino di utenza, dei flussi turistici, delle strutture ricettive, l'osservazione qualitativa delle tendenze di scenario su scala macroeconomica, possono favorire una valutazione più precisa delle soluzioni organizzative e strutturali da adottare. Non solo. Possono fornire anche una chiave di lettura per le scelte decisionali in termini di gestione del centro.

La realizzazione di questo studio di fattibilità è orientata a individuare elementi di conoscenza e valutazione per:

- 1 *mettere a sistema le risorse esistenti;*
- 2 *definire un piano coerente di investimenti;*
- 3 *analizzare i servizi da erogare assieme all'immagine generale che il centro termale dovrà assumere;*
- 4 *individuare i target e bacini di domanda appropriati;*
- 5 *elaborare conti economici previsionali per misurare la redditività della gestione.*

Obiettivo generale dello studio è operare tutte le analisi e le verifiche così da sviluppare un progetto che assicuri le condizioni per rendere appetibile il prodotto e i servizi.

L'analisi di fattibilità è suddivisa in due macro sezioni:

- la prima (dalla Parte I alla Parte IV), propedeutica, riguarda l'analisi, la valutazione dell'area e il sistema della domanda e dell'offerta;
- la seconda (Parte V) sviluppa la proiezione del conto economico.

# PARTE I

# L'IDENTITÀ DEL TERRITORIO

## Il turismo nel VCO – Lago Maggiore

---

- ⌘ *Grande tradizione storica del Lago Maggiore come location turistica;*
- ⌘ *Destinazione valorizzata dalle agenzie di viaggio come tappa prestigiosa dei classici Grand Tour;*
- ⌘ *Grande patrimonio ambientale e paesaggistico;*
- ⌘ *Presenza di eccellenti risorse storico-monumentali;*
- ⌘ *Destinazione sicura, location facilmente accessibile;*
- ⌘ *Rete dei trasporti di navigazione in costante sviluppo;*
- ⌘ *Vicinanza ai principali bacini di domanda nazionale ed europea;*
- ⌘ *Articolato sistema di ricettività alberghiera;*
- ⌘ *Presenza di grandi strutture alberghiere per l'ospitalità di turismo organizzato.*

## Il turismo nelle Valli del VCO

---

Concentrando l'analisi sulle Valli del VCO possiamo osservare che esso è rappresentato principalmente da un modello di seconde case e di vacanze open air.

Settori di consumo turistico sull'area del Maggiore	Bacino	Share
Visite alle Isole Borromeo e altre isole, tour di navigazione sul lago, fiori, ville e giardini, monumenti	Lago	50 %
Mostre, musei, eventi, manifestazioni artistiche	Lago	5 %
Shopping e outlet, gastronomia e ristorazione, artigianato locale	Lago	5 %
Congressi e incentive	Lago	10 %
Vacanza attiva/sportiva e benessere (terme, beauty, mountain bike, sport d'acqua, vela, golf, etc.)	Lago e montagna	15 %
Climatismo estivo di montagna, escursionismo, ambientalismo, parchi e riserve naturali	Montagna	10 %
Neve (sci di fondo, sci alpino, sport estremi)	Montagna	5 %

Fonte: stime Teamwork

Le **secondo case** generano un turismo di prossimità e richiamano turisti poco inclini agli spostamenti e alla mobilità turistica.

C'è prevalenza di questa forma di offerta su ogni altra soluzione ricettiva.

I **campeggi** registrano buone performance perché incontrano una domanda in espansione di turismo all'aria aperta e dal costo particolarmente contenuto.

Olandesi, belgi, tedeschi, accorrono richiamati da spazi e strutture che garantiscono uno stile di vita improntato al contatto con la natura e dall'economicità dell'offerta, impossibile nelle strutture alberghiere, per svolgere cicloturismo, trekking e sport d'acqua.

⌘ *La natura in quota e la montagna offrono ospitalità per soggiorni nel periodo estivo e proposte per lo sci di fondo nel periodo invernale.*

Il look architettonico delle strutture che si trovano sugli altipiani caratterizza in modo originale le valli alpine ed esercita un buon effetto di richiamo ai valori di tipicità del territorio.

La distanza geografica delle Valli dal lago e la diversa connotazione di prodotto non favoriscono particolari interscambi. Fa eccezione il noto tour Maggiore-Express.

⌘ *Le quote di presenza turistica sono collegate agli eventi e manifestazioni di carattere sportivo, culturale, gastronomico, organizzati nello spirito di un semplice intrattenimento per i residenti.*

Si lavora con **clientela locale**, rispondendo ad una domanda di evasione e di escursionismo che proviene dal corto raggio.

Si assiste ad una crescita di interesse per l'escursionismo su itinerari naturalistici.

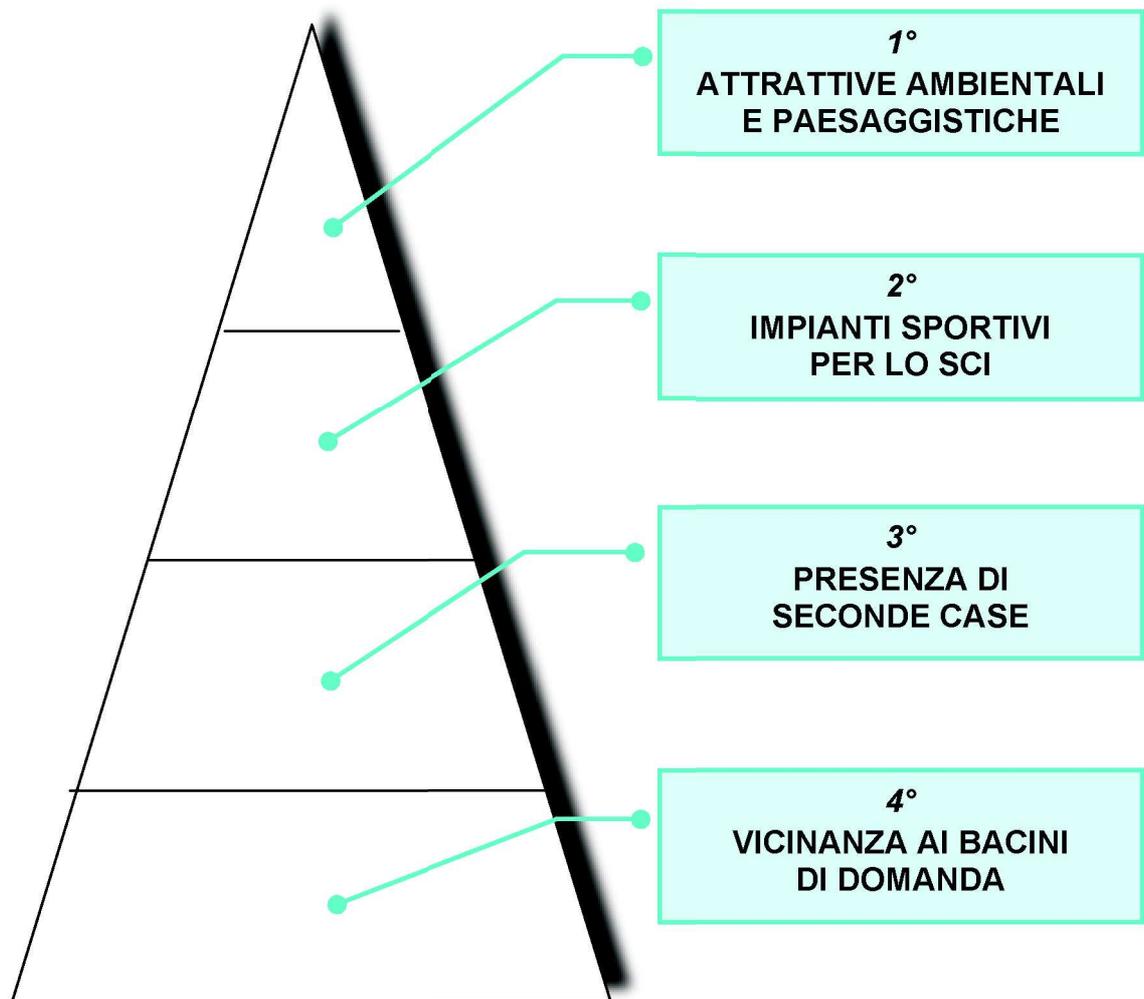
Il Parco Nazionale della Val Grande, per la sua natura selvaggia, è il punto di riferimento più importante. Assieme a questo va segnalato anche il Parco Naturale Veglia-Devero, particolarmente vicino a Premia.

Le valli del VCO sono una destinazione turistica che presenta un'offerta complessiva composta da numerose località, ma il turismo qui è improntato fundamentalmente a una ristretta doppia stagionalità, estiva e invernale.

Sono da registrarsi 3 prevalenti componenti di prodotto:

1. il **turismo sportivo invernale delle settimane bianche**, che fa perno sull'offerta di servizi delle piste da sci di fondo, sci alpino, sci nordico;
2. il **turismo climatico estivo** che trova ospitalità prevalente nelle seconde case;
3. il **turismo ambientale-naturalistico** che insiste sulla fitta rete di parchi naturali e aree protette visitate da amanti della natura.

## **Fattori di attrazione turistica verso le Valli del VCO**



Fonte: elaborazioni Teamowrk

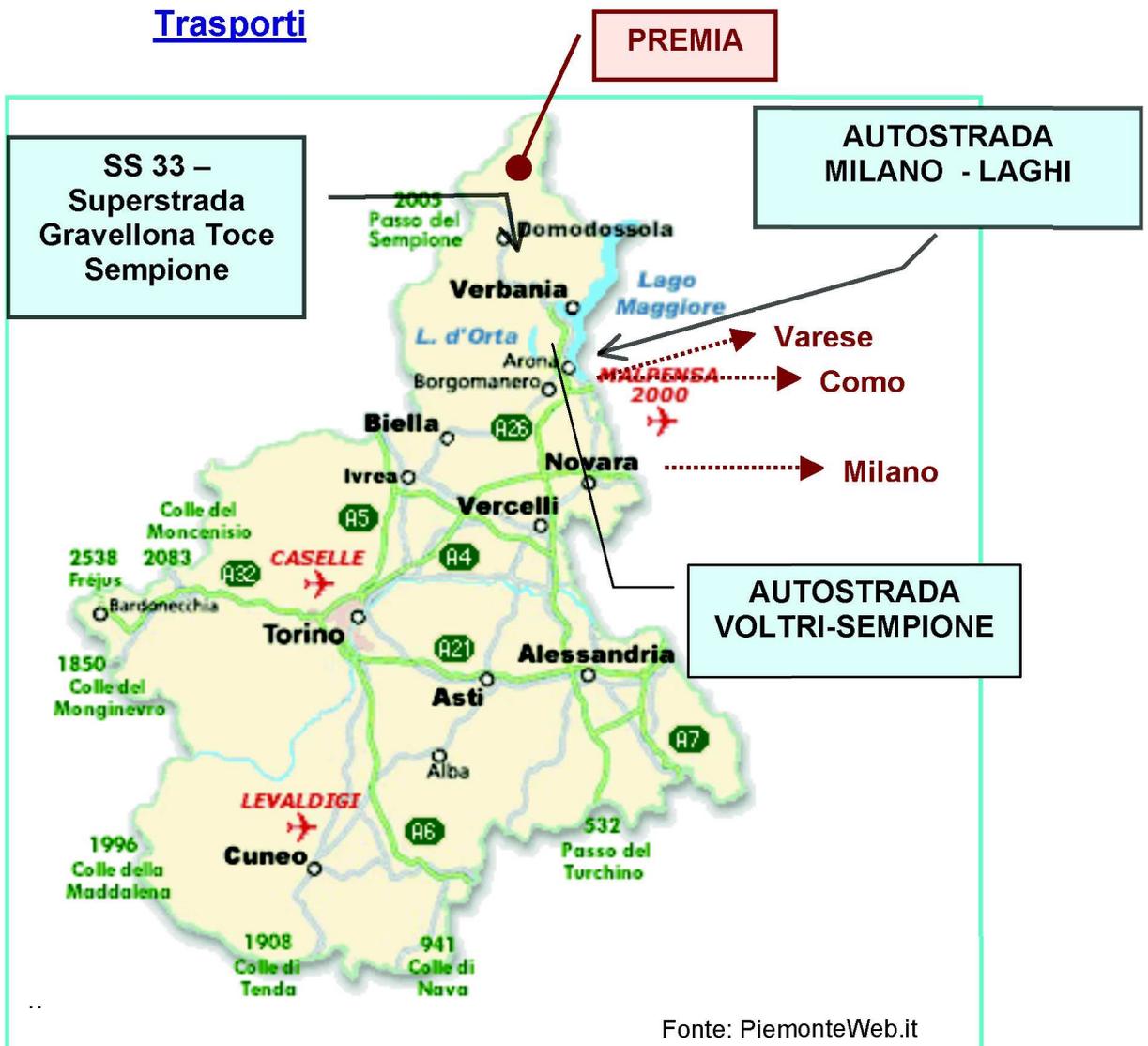
## Posizione e accessibilità della location di Premia



Localizzazione:

- all'estremità settentrionale della provincia del Verbano Cusio Ossola
- nella valle Antigorio
- al confine con la Svizzera
- morfologia del territorio → collina/montagna

### Trasporti



Il bacino di domanda è rappresentato dalla metropoli milanese e dalle province di Varese, Como, Novara e Biella, risulta facilmente collegato alla destinazione di Premia con percorso autostradale fino a Gravellona Toce.

La Val d'Ossola può essere attraversata mediante la SS 33 fino al bivio con la SS 659. Da quel punto, verso ovest si prosegue per il traforo del Sempione, verso nord, prendendo la SS 659, si imboucano le valli Antigorio – Formazza.

#### Distanze e tempi di percorrenza

	Distanze in km	Tempi di percorrenza indicativi
Barriera Mi – Va	0	0
Bivio Como	6	3 m
Bivio Varese	26	13 m
Bivio Genova	48	22 m
Gravellona	82	41 m
Domodossola	110	55 m
Bivio Val Vigizzo	115	58 m
Bivio SS 659	119	60 m
Crodo	126	1 h 05 m
Baceno	131	1 h 10 m
Premia	133	1 h 12 m
Stabilimento termale	137	1 h 16 m
Formazza	148	1 h 36 m

Fonte: rilevazioni dirette Teamwork1

L'intero percorso autostradale e quello del Sempione permettono una rapida percorrenza, mentre l'ultimo tratto, comunque di poche decine di km, risulta occasionalmente congestionato da flussi di pendolari ed escursionisti nei giorni del fine settimana.

Durante la settimana gli autocarri, legati all'attività estrattiva, disturbano il traffico. È presente un servizio pubblico fra Domodossola Stazione FS (Internazionale) con più corse nell'arco della giornata verso Premia e Formazza.

Il mezzo di trasporto quasi esclusivo utilizzato dai turisti è l'autovettura personale, solo occasionalmente è utilizzato il mezzo pubblico, il bus.

Il collegamento con il mercato svizzero è assicurato dal traforo del Sempione e dai collegamenti con il Canton Ticino.

## **Infrastrutture**

### **Piste da sci di fondo**

*Oltre 60 km per lo sci di fondo, articolati in 5 comprensori:*

1. Val Formazza, a Riale (5 anelli, 12 km) e San Michele (12 km, 5 anelli);
2. Alpe Devero, (3 anelli per un totale di 5 km);

3. San Domenico, pista La Sotta (3 anelli, totale 5 km);
4. Val Vigezzo, (4 piste, 20 km di cui 2.5 illuminati);
5. Macugnaga, Pista delle Frazioni, 13 km, varie difficoltà, e la Signal (3-5 km difficili).

### **Sci alpino**

L'ordine dei comprensori sciistici, in relazione alla vicinanza con le Terme di Premia, è il seguente:

1. Val Formazza
2. Alpe Devero
3. Domobianca
4. San Domenico-Ciamporino
5. Val Vigezzo
6. Macugnaga
7. Mottarone e Premeno

A nord c'è la Val Formazza che offre 10 km di piste, serviti da 5 impianti.

Sullo spartiacque opposto, c'è il comprensorio dell'Alpe Devero (1640-2212 metri) con 4 impianti ed 8 km di piste.

Presso l'area sciistica di San Domenico-Ciamporino (1420-2500 metri) gli impianti sono invece 6 ed i chilometri sciabili sono 20.

Nel comprensorio Domobianca (1200-1900 metri) sono presenti 4 impianti e le piste si sviluppano per 17 km,

mentre a Macugnaga (1200-3000 metri) si scia su 37 chilometri di piste, serviti da 11 impianti.

In Val Vigezzo (816-2064 metri) si scia su 21 km di piste, serviti da 4 impianti.

In posizione panoramica sul Lago Maggiore si trova il comprensorio del Mottarone: a 1491 metri offre 21 km di piste, serviti da 7 impianti.

Sempre nei pressi del Lago Maggiore, a Premeno, si trovano 2 impianti per complessivi 3 km di piste da sci.

*→ Parchi e aree protette fanno da traino per attività turistiche. È possibile operare visite, fare trekking, spostarsi in mountain bike.*

Altre informazioni:

- a Formazza c'è una nuova seggiovia e ci sono nuovi parcheggi;
- alle cascate del Toce l'apertura va dal 1° giugno al 30 settembre;
- l'Alibus cura un servizio di trasporto pubblico a chiamata che collega il VCO a Malpensa 2000.

Mappa delle attività sportive e delle infrastrutture sportive che richiamano flussi turistici in zona

Attività	Località
Sci club	Bagni di Crodo, San Domenico di Varzo, Formazza, Druogno, Macugnaga
Piste da sci di fondo	San Domenico di Varzo, Formazza, Druogno, Alpe Devero, Ceppo Morelli, Valloana, Macugnaga
Piste di pattinaggio	Premia, Formazza, Vigizzo, Antronapiana, Macugnaga
Centro sportivo calcio	Premia, Crodo, Domodossola
Palestra	Sport Group (Domodossola)
Mountain bike	Premia, Formazza, Vigizzo, Macugnaga
Piscine	Sport Group (Domodossola)
Tennis	Premia, Crodo, Sport Group (Domodossola), Macugnaga
Bocciodromo	Sport Group (Domodossola)
Volo libero con parapendio	Formazza, Domodossola (Lusentino), Vigizzo, Macugnaga

Fonte: elaborazione Teamwork su rilevazioni dirette

Permane il problema della stagionalità. Alcune attività, nei giorni feriali della bassa stagione potrebbero risultare inattive.

#### **Caratteristiche della location:**

- *ubicazione in luogo di limitato transito automobilistico*
- *buona accessibilità per provenienze dai bacini di domanda*
- *disponibilità di spazi operativi per vari generi di servizi*

## Bacino di utenza

Popolazione delle province che gravitano su Premia

Provincia	Abitanti nel capoluogo	Abitanti nel resto della Provincia	Totale abitanti
Milano	1.182.693	2.524.517	3.707.210
Varese	82.282	731.773	814.055
Como	78.315	458.731	537.046
Novara	101.921	242.089	344.010
Biella	45.529	141.512	187.041
VCO	30.439	128.601	159.040
<b>Totale</b>	<b>1.521.179</b>	<b>4.227.223</b>	<b>5.748.402</b>

Fonte: Istat, Censimento 2001

Gli abitanti dell'area geografica, in territorio italiano, che può maggiormente gravitare su Premia, sono quelli delle province del VCO, Novara e Biella, in Piemonte, Milano, Varese e Como, in Lombardia.

Questa lista di province non esaurisce certamente il bacino della domanda potenziale, ma individua un primo riferimento quantitativo di circa 6 milioni di abitanti per stimare possibili flussi di utenti verso le Terme di Premia.

Gli abitanti che invece possono essere qualificati come residenti nelle immediate vicinanze di Premia (mezz'ora di auto) sono poco meno di 70 mila. Si avvicinano a 100mila includendo invece Verbania capoluogo e si portano a

160mila estendendo la rilevazione a tutta la provincia del VCO.

### Popolazione dei Comuni delle valli dell'Ossola

Comuni	Abitanti
Domodossola	18.466
Gravellona Toce	7.539
Villadossola	6.908
Crevoladossola	4.695
Ornavasso	3.231
Pieve Vergonte	2.692
Varzo	2.218
Promosello Chiovenda	2.054
Mergozzo	2.038
Trontano	1.710
Vogogna	1.702
Piedimulera	1.673
Crodo	1.490
Malesco	1.473
Montecrestese	1.209
S. Maria Maggiore	1.207
Baceno	961
Druogno	961
Re	830
Calasca Castiglione	765
Macugnaga	651
Premia	603
Bannio-Anzino	582
Antrona	544
Vanzone con S. Carlo	512
Formazza	448
Ceppo Morelli	396
Bognanco	319
<b>Totale</b>	<b>67.877</b>

Fonte: censimento 2001 Regione Piemonte

## PARTE II

# OFFERTA E DOMANDA TURISTICA

## **Le dimensioni dell'offerta ricettiva**

---

### **nelle Valli del VCO**

L'offerta ricettiva del VCO detiene, a livello provinciale, oltre 30mila posti letto, il 60% dei quali nel ramo extralberghiero.

Negli ultimi 5 anni l'incremento di ricettività alberghiera è stato superiore alle 200 camere.

#### **I numeri del turismo alberghiero nelle Valli del VCO:**

→ **95 unità alberghiere**

→ **1.900 camere (20 camere in media)**

→ **max 4.000 posti letto (stima)**

Negli elenchi delle strutture ricettive alberghiere locali sono riportati, per ciascuna struttura:

- *località, comune, insegna, stelle, camere.*

La ricettività nella provincia di Verbano Cusio Ossola

Anno	Esercizi	Camere	Posti letto
<b>Esercizi alberghieri (valori assoluti)</b>			
1998	252	6.749	12.344
1999	252	6.722	12.318
2000	254	6.863	12.589
2001	255	6.930	12.706
2002	256	6.947	12.779
2003	252	6.969	12.864
<b>Esercizi extralberghieri (valori assoluti)</b>			
1998	183	5.775	19.183
1999	185	5.795	19.259
2000	200	5.848	19.350
2001	208	6.289	20.701
2002	207	6.155	20.306
2003	214	6.149	20.267
<b>Totale (valori assoluti)</b>			
1998	435	12.524	31.527
1999	437	12.517	31.577
2000	454	12.711	31.939
2001	463	13.219	33.407
2002	463	13.102	33.085
2003	466	13.118	33.131
<b>Esercizi alberghieri (variazioni)</b>			
1999/98	0,0%	-0,4%	-0,2%
2000/99	0,8%	2,1%	2,2%
2001/00	0,4%	1,0%	0,9%
2002/01	0,4%	0,2%	0,6%
2003/02	-1,6%	0,3%	0,7%
<b>Esercizi extralberghieri (variazioni)</b>			
1999/98	1,1%	0,3%	0,4%
2000/99	8,1%	0,9%	0,5%
2001/00	4,0%	7,5%	7,0%
2002/01	-0,5%	-2,1%	-1,9%
2003/02	3,4%	-0,1%	-0,2%
<b>Totale (variazioni)</b>			
1999/98	0,5%	-0,1%	0,2%
2000/99	3,9%	1,5%	1,1%
2001/00	2,0%	4,0%	4,6%
2002/01	0,0%	-0,9%	-1,0%
2003/02	0,6%	0,1%	0,1%

Fonte: elaborazioni Teamwork su dati Provincia del Verbano Cusio Ossola

## Esercizi alberghieri e camere nella Provincia di VCO

	1998		2003		differenza	
	Esercizi	Camere	Esercizi	Camere	Esercizi	Camere
5 stelle	1	172	2	234	1	62
4 stelle	17	1.877	18	1.872	1	-5
3 stelle	96	2.654	114	3.267	18	613
2 stelle	65	1.160	55	851	-10	-309
1 stella	73	886	63	745	-10	-141
<b>Totale</b>	<b>252</b>	<b>6.749</b>	<b>252</b>	<b>6.969</b>	<b>0</b>	<b>220</b>

Fonte: elaborazioni Teamwork su dati Provincia del Verbano Cusio Ossola

## Strutture alberghiere nelle Valli del VCO

Comune	Località	Insegna	Stelle	Camere
Antrona S.	Cheggio	Alpino	1	9
Antrona S.	Antrona Schieranco	Lago Pineta	1	7
Baceno	Goglio di Baceno	Ristoro Goglio	2	17
Baceno	Baceno	Valentini	2	20
Baceno	Goglio di Baceno	Villa Gina	1	20
Baceno	Crampiolo di Baceno	La Baita	1	9
Baceno	Baceno	Isotta	1	7
Baceno	Baceno	Vecchio Scarpone	3	14
Bognanico	Fonti di Bognanico	Fonti e Milano	3	63
Bognanico	Fonti di Bognanico	Pace	3	38
Bognanico	Fonti di Bognanico	Villa Elda	3	40
Bognanico	Bognanico	San Lorenzo	3	31
Bognanico	Bognanico	Magenta	3	40
Bognanico	Graniga di Bognanico	Da Cecilia	2	9
Bognanico	Graniga di Bognanico	Panorama	2	12
Bognanico	Fonti di Bognanico	Croce Bianca	2	24
Bognanico	Fonti di Bognanico	Edelweiss	2	18

Bognanico	Fonti di Bognanico	Mirafiori	2	23
Bognanico	Bognanico	Regina	2	29
Bognanico	Bognanico	Casorezzo	1	11
Bognanico	Bognanico	Locanda Rossi	1	9
Calasca C.	Calasca Castiglione	Locanda del Tiglio	3	8
Ceppo Morelli	Ceppo Morelli	Nuovo Mondo d'Oro	1	18
Crevoladossola	Crevoladossola	Delle Alpi	1	7
Crodo	Mozzio di Crodo	Belvedere	3	60
Crodo	Mozzio di Crodo	Buongusto	3	31
Crodo	Viceno di Crodo	Edelweiss	3	30
Crodo	Foppiano di Crodo	Pizzo del Frate	2	15
Crodo	Crodo	La Botte d'Oro	1	22
Domodossola	Domodossola	Biglia	3	8
Domodossola	Domodossola	Corona	3	32
Domodossola	Domodossola	Europa	3	22
Domodossola	Domodossola	Eurossola	3	23
Domodossola	Domodossola	Internazionale	3	39
Domodossola	Domodossola	La Pendola	2	10
Domodossola	Domodossola	Domus	2	22
Domodossola	Domodossola	Mafalda	2	15
Druogno	Druogno	Boschetto	3	20
Druogno	Druogno	Stella Alpina	3	49
Druogno	Druogno	Stazione	2	9
Druogno	Druogno	Erica	1	1
Formazza	Formazza	Pernice Bianca	3	8
Formazza	Ponte di Formazza	Edelweiss	3	18
Formazza	Valdo di Formazza	Monte Giove	3	12
Formazza	Ponte di Formazza	Corno Bruni	2	13
Formazza	Ponte di Formazza	Rotenthal	2	9
Gravellona T.	Gravellona Toce	Al Cantuccio	2	9
Gravellona T.	Gravellona Toce	Sant'Antonio	1	7
Macugnaga	Pecetto di Macugn.	Nuovo Pecetto	3	19
Macugnaga	Macugnaga	Alpi	3	13
Macugnaga	Macugnaga	Cristallo	3	21
Macugnaga	Macugnaga	Dofour	3	11
Macugnaga	Macugnaga	Flora	3	15
Macugnaga	Macugnaga	Girasole	3	16
Macugnaga	Macugnaga	Signal	3	18
Macugnaga	Macugnaga	Zumstein	3	44
Macugnaga	Macugnaga	Cima Jazzi	3	20
Macugnaga	Macugnaga	Weissthor	3	14
Macugnaga	Macugnaga	Chez Felice	2	12

Macugnaga	Macugnaga	Edelweiss	2	23
Macugnaga	Macugnaga	Glacier	1	16
Macugnaga	Macugnaga	Macugnaga	1	11
Malesco	Malesco	Alpino	3	39
Malesco	Malesco	Panorama	3	37
Malesco	Malesco	Ramo Verde	1	12
Mergozzo	Mergozzo	Due Palme	3	35
Mergozzo	Mergozzo	La Quartina	3	10
Mergozzo	Mergozzo	Le Oche di Bracchio	3	7
Mergozzo	Mergozzo	Bettina Dep.	2	10
Piedimulera	Piedimulera	Pizzo Castello	1	7
Premia	Premia	Miravalle	2	28
Premia	Premia	Minoli	1	19
Premia	Piedilago di Premia	Del Ponte	1	10
Premia	Cadarese di Premia	Monte Giove	1	15
Promosello	Promosello Chioven.	Proman	1	10
Re	Re	Casa Barbieri	3	70
Re	Re	Casa Barbieri dip.	2	20
Re	Re	Bellavista	2	13
S. Maria Mag.	S. Maria Maggiore	Delle Alpi	3	34
S. Maria Mag.	S. Maria Maggiore	La Scheggia	3	46
S. Maria Mag.	S. Maria Maggiore	Miramonti	3	11
S. Maria Mag.	S. Maria Maggiore	Miramonti dip.	3	20
S. Maria Mag.	S. Maria Maggiore	Oscella	3	62
S. Maria Mag.	S. Maria Maggiore	Delle Alpi dip.	2	17
S. Maria Mag.	S. Maria Maggiore	La Jazza	2	29
Trontano	Trontano	Centrale	1	7
Varzo	S.Domenico di Varzo	Il Veglia	3	6
Varzo	S.Domenico di Varzo	Cuccini	2	21
Varzo	S.Domenico di Varzo	Edelweiss	1	8
Varzo	S.Domenico di Varzo	Bosco delle Fate	1	13
Varzo	Alpe Veglia di Varzo	Lepontino	1	12
Villadossola	Villadossola	Emiliana	2	13
Vogogna	Vogogna	Del vecchio Borgo	3	7
Vogogna	Vogogna	Eurogrill Monterosa	3	16
Vogogna	Vogogna	Leon d'Oro	2	18
<b>Totale</b>				<b>1.902</b>

Fonte: elaborazione Teamwork su dati Distretto dei Laghi

Con riferimento all'intero territorio della Comunità Montana Antigorio, Divedro, Formazza i numeri del sistema alberghiero risultano:

- 26 unità alberghiere
- 444 camere (17 camere in media)
- circa 900 posti letto (stima)

Alberghi della Comunità Montana Antigorio, Divedro, Formazza

Comune	Località	Insegna	Stelle	Camere
Baceno	Goglio di Baceno	Ristoro Goglio	2	17
Baceno	Baceno	Valentini	2	20
Baceno	Goglio di Baceno	Villa Gina	1	20
Baceno	Crampiolo di Baceno	La Baita	1	9
Baceno	Baceno	Isotta	1	7
Baceno	Baceno	Vecchio Scarpone	3	14
Crevoladossola	Crevoladossola	Delle Alpi	1	7
Crodo	Mozzio di Crodo	Belvedere	3	60
Crodo	Mozzio di Crodo	Buongusto	3	31
Crodo	Viceno di Crodo	Edelweiss	3	30
Crodo	Foppiano di Crodo	Pizzo del Frate	2	15
Crodo	Crodo	La Botte d'Oro	1	22
Formazza	Formazza	Pernice Bianca	3	8
Formazza	Ponte di Formazza	Edelweiss	3	18
Formazza	Valdo di Formazza	Monte Giove	3	12
Formazza	Ponte di Formazza	Corno Brunni	2	13
Formazza	Ponte di Formazza	Rotenthal	2	9
Premia	Premia	Miravalle	2	28
Premia	Premia	Minoli	1	19
Premia	Piedilago di Premia	Del Ponte	1	10
Premia	Cadarese di Premia	Monte Giove	1	15
Varzo	S. Domenico di Varzo	Il Veglia	3	6
Varzo	S. Domenico di Varzo	Cuccini	2	21
Varzo	S. Domenico di Varzo	Edelweiss	1	8
Varzo	S. Domenico di Varzo	Bosco delle Fate	1	13
Varzo	Alpe Veglia di Varzo	Lepontino	1	12
<b>Totale</b>				<b>444</b>

Fonte: elaborazione Teamwork su dati Distretto dei Laghi

Distribuzione degli alberghi della Comunità Montana Antigorio, Divedro, Formazza per classificazione in stelle

Stelle	Alberghi	Share hotel	Totale delle camere	Share di camere
3 stelle	8	31%	179	40%
2 stelle	7	27%	123	28%
1stella	11	42%	142	32%
<b>Totale</b>	<b>26</b>	<b>100%</b>	<b>444</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborazioni Teamwork su dati Distretto dei Laghi

- Le gestioni delle strutture ricettive sono esclusivamente a conduzione familiare
- La categoria prevalente è di tipo limited service, 3 stelle
- Non sono presenti alberghi a 4 stelle
- Il numero di camere è limitato: circa il 90% degli alberghi ha meno di 30 camere
- Presente una sola struttura con più di 50 camere
- Il modesto livello di comfort non garantisce il posizionamento di mercato sul versante dei prodotti turistici tipo beauty farm
- Il ristorante d'albergo propone cucina con specialità regionali e costituisce quasi sempre il fattore di traino della piccola struttura alberghiera

Distribuzione degli alberghi della Comunità Montana Antigorio, Divedro, Formazza per classi di ampiezza

Numero di camere	Alberghi	Share hotel	Totale delle camere	Share di camere
oltre 30	2	8%	91	20%
da 21 a 30	4	15%	101	23%
da 11 a 20	12	46%	188	42%
fino a 10	8	31%	64	14%
<b>Totale</b>	<b>26</b>	<b>100%</b>	<b>444</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborazioni Teamwork su dati Distretto dei Laghi

Affittacamere

Comune	Località	Insegna	Camere	Letti
Antrona S.	Antrona Schieranco	Caffè Sport	6	14
Baceno	Alpe Devero di Baceno	La Lanca	6	12
Baceno	Crampiolo di Baceno	Locanda Fizzi	6	12
Baceno	Baceno	Fattorini	6	6
Baceno	Baceno	Antica Locanda Alpino	5	15
Baceno	Verampio di Baceno	Campagna	5	10
Baceno	Motto Funivia di B.	Funivia	4	8
Bognanco	Bognanco	Casa Mella	7	12
Bognanco	Bognanco	Casa Iacazzi	5	8
Bognanco	Bognanco	Casa Mari	5	8
Bognanco	Bognanco	Valentini Alina	4	7
Domodossola	Domodossola	Istituto Rosmini	6	12
Domodossola	Domodossola	Piemonte da Sciolla	6	10
Domodossola	Domodossola	Corte di Mattarella	4	8
Domodossola	Domodossola	Ossola	4	8
Macugnaga	Macugnaga	Zurbriggen	6	11
Macugnaga	Belvedere di Macugn.	Ghiacciai del Rosa	5	10
Macugnaga	Macugnaga	Seggiovia	5	10
Macugnaga	Macugnaga	Taverna del Rosa	4	7
Malesco	Malesco	Il Mulino	5	10
Re	Re	Gargino	3	4
Trontano	Trontano	Birreria del Vichingo	6	10
Trontano	Trontano	Trattoria Vigezzina	2	4
Vanzone con	Vanzone con S. Carlo	Ristorante Concordia	3	6
Varzo	Alpe Veglia di Varzo	Locanda della Fonte	6	12
Varzo	Varzo	Hollander	6	15
Varzo	Varzo	Rifugio 2000	6	18

Fonte: elaborazione Teamwork su dati Distretto dei Laghi

## Campeggi

Comune	Località	Insegna	Stelle	Piazzole	Pax	Apertura
Antrona Schieranco	Antrona Schieranco	Le Betulle	1	30	90	Stagionale
Crodo	Quartarone di Crodo	Cistella	1	64	200	Stagionale
Formazza	Ponte di Formazza	Formazza	2	76	240	Annuale
Formazza	Brendo di Formazza	Hohsand	1	40	80	Stagionale
Formazza	Fondovalle Formazza	Pineta	1	40	160	Annuale
Macugnaga	Macugnaga	Sporting Center	2	64	200	Stagionale
Mergozzo	Mergozzo	Lago delle Fate	2	50	120	Stagionale
S.Maria Maggiore	S.Maria Maggiore	La Pineta	2	150	600	Annuale
Vanzone S.Carlo	Vanzone S.Carlo	Monte Rosa	2	25	120	Stagionale
Varzo	Varzo	Isola	1	40	80	Stagionale

## Case per ferie

Comune	Località	Insegna	Camere	Letti	Apertura
Macugnaga	Macugnaga	Opera Don Guanella	8	8	Stagionale
Macugnaga	Scarteboden di Macugnaga	Scarteboden	6	20	Stagionale
Macugnaga	Macugnaga	Istituto S. Cuore	49	86	Stagionale
Macugnaga	Macugnaga	De Filippi	38	110	Stagionale
Macugnaga	Fornarelli di Macugnaga	Soggiorno Alpino	32	101	Stagionale
Macugnaga	Fornarelli di Macugnaga	S. Giuseppe Lavoratore	32	72	Stagionale
Macugnaga	Macugnaga	Casa Alpina Don Enrico Oberto	10	20	Stagionale
Malesco	Malesco	Colinia Pio XII	9	50	Stagionale
Malesco	Malesco	Madre Mazzarello	20	nd	Stagionale
Mergozzo	Montorfano di Mergozzo	Centro Comunitario	nd	nd	Annuale
Varzo	Alpe Veglia di Varzo	Casa Rosminiani	nd	nd	Stagionale

Fonte: elaborazione Teamwork su dati Distretto dei Laghi

## Agriturismi

Comune	Località	Insegna	Camere	Letti	Risto pax
Baceno	Case Falci di Baceno	Cat Fausc	1	4	30
Crodo	Crodo	San Martino	6	24	40
Domodossola	Domodossola	Fly Fisher Mittagsee			40
Formazz	Formazza	Rosswald	3	8	40
Macugnaga	Alpe Burki di Macugnaga	Ristoro Alpe Burki			50
Montecrestese	Montecrestese	Az			30
Premia	Premia	La Fruetta	3	8	50
S. Maria Maggiore	S. Maria Maggiore	Pian delle Lutte			32
Varzo	Piaggio di Varzo	Alpe Cortiggio	4	12	35
Varzo	Varzo	Unione Alpeggi	4	12	30
Varzo	Varzo	La Balma			20

Fonte: elaborazione Teamwork su dati Distretto dei Laghi

Oltre ad affittacamere, campeggi, case per ferie e agriturismi sono presenti anche numerosi rifugi alpini.

Nel complesso:

- Ai 700 posti letto nell'alberghiero si sommano gli oltre 700 posti nell'extralberghiero, per un totale di quasi 1.500 posti
- Nessuna struttura è veramente orientata alla gestione del turismo organizzato

- Non esiste un'offerta alberghiera che proponga servizi per il benessere
- L'attuale tasso di occupazione delle strutture alberghiere è molto basso a causa della rigida stagionalità e di un mercato turistico molto protetto (clientela di ritorno)
- La ricettività dei ristoranti-hotel è gestita in funzione accessoria, quindi non viene correttamente commercializzata
- C'è poi il fenomeno delle seconde case, centinaia nell'intera vallata, occupate in più periodi dell'anno, non solo dai proprietari, generalmente anziani, ma anche da altri gruppi di familiari e conoscenti

Target	Soluzioni ricettive prevalenti
Anziani	Seconde case e pensioncine familiari
Famiglie	Seconde case, appartamenti e residence
Sportivi	Alberghi 3 stelle

Gli utenti del sistema termale che soggiornano nelle città termali sono alloggiati per la quasi totalità in albergo. Questa percentuale supera il 97% in Piemonte. Ridottissima la quota di coloro che soggiornano in appartamento.

Incidenza delle presenze alberghiere sulle presenze termali e sul totale delle presenze

Regione	Terme	Generale
Abruzzo	94,8	72,3
Basilicata	93,4	56,5
Calabria	97,0	69,3
Campania	99,4	70,9
Emilia-Romagna	88,0	82,3
Friuli Venezia-Giulia	93,1	46,5
Lazio	96,8	87,0
Liguria	93,4	76,6
Lombardia	99,9	78,7
Marche	93,4	48,2
Molise	93,4	65,5
<i>Piemonte</i>	<i>97,3</i>	<i>68,1</i>
Puglia	61,6	56,3
Sardegna	93,4	68,8
Sicilia	97,1	86,9
Toscana	92,1	61,2
Trentino	83,5	78,8
Umbria	93,4	63,7
Val d'Aosta	95,8	75,3
Veneto	98,0	59,0

Fonte: Federalberghi

## Flussi turistici

---

### nelle Valli del VCO

→ *Si può stimare che l'insieme delle strutture ricettive non riesca a sviluppare performance superiori al 20-25% delle proprie capacità produttive.*

I target di clientela attuali più affermati sono quelli dei turisti provenienti da Milano e Varese, e, in leggera crescita, dalla provincia di Torino.

L'aggregato turistico di Crodo, Baceno e Premia costituisce base logistica per raggiungere le piste da sci della Val Formazza. La presenza di neve ha permesso lo svolgimento di attività agonistiche che non si sono potute tenere in Trentino, coinvolgendo nuovi segmenti di clientela del target sportivo.

Molte presenze si concentrano nei fine settimana in Formazza nei mesi tra dicembre e marzo e circa per 2 mesi in estate al Parco Devero.

Vengono trasportate con navetta fino al Parco Devero 6-7.000 persone all'anno. Sono 20.000 le persone che raggiungono complessivamente il Parco Devero.

Ora si dispone anche di infrastrutture logistiche, con 200 posti nel parking del Devero.

Studi nazionali e internazionali registrano per le località di montagna italiane una buona tenuta del prodotto neve e una difficoltà invece per il prodotto estivo (forse più slegato da proposte di vacanza attiva, motivata, da protagonisti).

Il mercato nazionale del prodotto neve è di 3,5 milioni di clienti (Mercury 2000), alimentato soprattutto da sciatori pendolari e grazie al fenomeno della seconda casa.

La crisi del prodotto estivo è legata a carenza di motivazioni perciò il termale non andrà pensato come prodotto da vendere per destagionalizzare, ma per posizionare meglio la stagione stessa.

## Arrivi e presenze nella Provincia di VCO

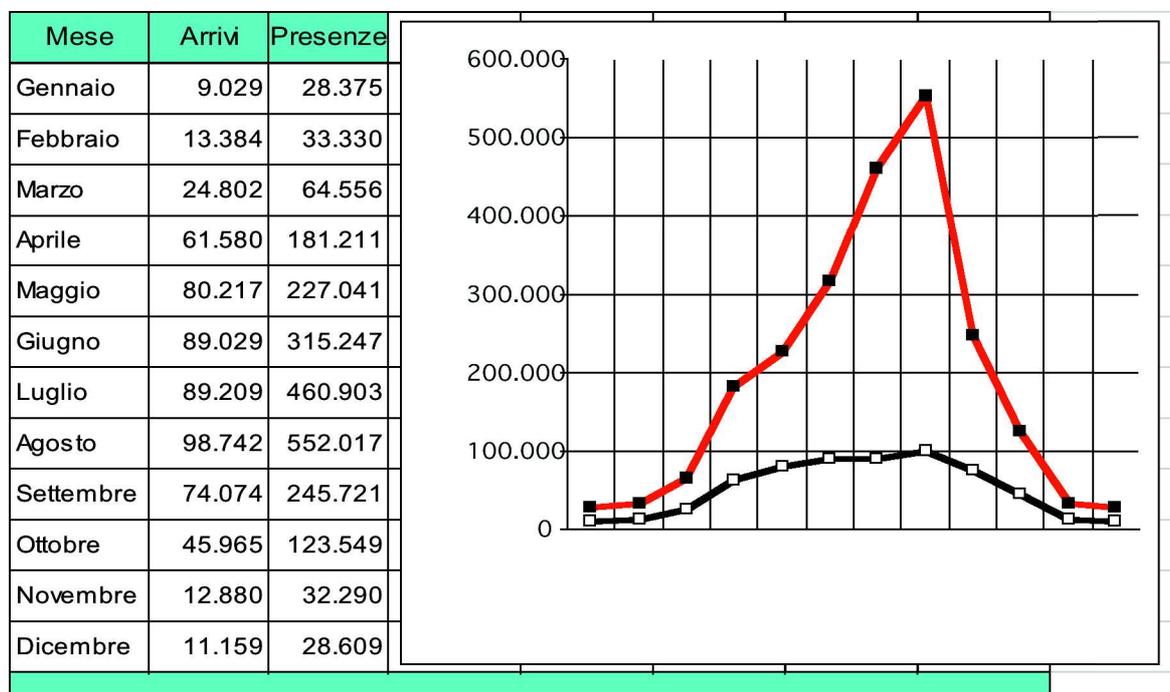
	Italiani		Stranieri		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Esercizi alberghieri (valori assoluti)						
1998	142.419	436.771	299.596	927.722	442.015	1.364.493
1999	159.446	467.227	296.619	901.744	456.065	1.368.971
2000	138.506	409.715	319.658	930.163	458.164	1.339.878
2001	142.242	425.426	321.579	985.149	463.821	1.410.575
2002	118.570	339.098	309.069	928.144	427.639	1.267.242
2003	141.432	372.881	295.866	879.609	437.298	1.252.490
Esercizi extralberghieri (valori assoluti)						
1998	32.664	154.718	115.606	791.029	148.270	945.747
1999	39.583	181.638	120.953	812.166	160.536	993.804
2000	37.355	173.695	124.492	776.568	161.847	950.263
2001	35.709	168.898	132.023	836.105	167.732	1.005.003
2002	33.052	158.168	127.600	809.953	160.652	968.121
2003	41.488	199.538	131.284	840.821	172.772	1.040.359
Totale (valori assoluti)						
1998	175.083	591.489	415.202	1.718.751	590.285	2.310.240
1999	199.029	648.865	417.572	1.713.910	616.601	2.362.775
2000	175.861	583.410	444.150	1.706.731	620.011	2.290.141
2001	177.951	594.324	453.602	1.821.254	631.553	2.415.578
2002	151.622	497.266	436.669	1.738.097	588.291	2.235.363
2003	182.920	572.419	427.150	1.720.430	610.070	2.292.849
Esercizi alberghieri (variazioni)						
1999/98	12,0%	7,0%	-1,0%	-2,8%	3,2%	0,3%
2000/99	-13,1%	-12,3%	7,8%	3,2%	0,5%	-2,1%
2001/00	2,7%	3,8%	0,6%	5,9%	1,2%	5,3%
2002/01	-16,6%	-20,3%	-3,9%	-5,8%	-7,8%	-10,2%
2003/02	19,3%	10,0%	-4,3%	-5,2%	2,3%	-1,2%
Esercizi extralberghieri (variazioni)						
1999/98	21,2%	17,4%	4,6%	2,7%	8,3%	5,1%
2000/99	-5,6%	-4,4%	2,9%	-4,4%	0,8%	-4,4%
2001/00	-4,4%	-2,8%	6,0%	7,7%	3,6%	5,8%
2002/01	-7,4%	-6,4%	-3,4%	-3,1%	-4,2%	-3,7%
2003/02	25,5%	26,2%	2,9%	3,8%	7,5%	7,5%
Totale (variazioni)						
1999/98	13,7%	9,7%	0,6%	-0,3%	4,5%	2,3%
2000/99	-11,6%	-10,1%	6,4%	-0,4%	0,6%	-3,1%
2001/00	1,2%	1,9%	2,1%	6,7%	1,9%	5,5%
2002/01	-14,8%	-16,3%	-3,7%	-4,6%	-6,9%	-7,5%
2003/02	20,6%	15,1%	-2,2%	-1,0%	3,7%	2,6%

Fonte: elaborazioni Teamwork su dati Provincia del Verbano Cusio Ossola

### Durata media del soggiorno nella Provincia del VCO (2003)

Mese	Permanenza media (pernottamenti)
Gennaio	2,4
Febbraio	2,5
Marzo	2,6
Aprile	2,9
Maggio	2,8
Giugno	3,5
Luglio	5,2
Agosto	5,6
Settembre	3,3
Ottobre	2,7
Novembre	2,5
Dicembre	2,6

### Curva stagionale della domanda nella Provincia del VCO (2003)



Fonte: elaborazioni Teamwork su dati Regione Piemonte

### Top ten dei mercati esteri nel comparto alberghiero

Rank	Prov. del Verbano Cusio Ossola	Provincia di Novara	Provincia di Varese
1	Germania	Germania	Germania
2	Regno Unito	Francia	Stati Uniti
3	Francia	Regno Unito	Francia
4	Stati Uniti	Svizzera	Regno Unito
5	Svizzera	Stati Uniti	Svizzera
6	Austria	Paesi Bassi	Paesi Bassi
7	Belgio	Austria	Spagna
8	Paesi Bassi	Canada	Belgio
9	Israele	Belgio	Svezia
10	Giappone	Spagna	Austria

Fonte: elaborazioni Teamwork su dati Province VCO e NO, APT del Varesotto

### Top ten dei mercati esteri nel comparto extralberghiero

Rank	Prov. del Verbano Cusio Ossola	Provincia di Novara	Provincia di Varese
1	Germania	Paesi Bassi	Germania
2	Paesi Bassi	Germania	Paesi Bassi
3	Svizzera	Francia	Svizzera
4	Belgio	Svizzera	Belgio
5	Francia	Regno Unito	Francia
6	Austria	Belgio	Regno Unito
7	Norvegia	Austria	Austria
8	Regno Unito	Danimarca	Danimarca
9	Danimarca	Spagna	Canada
10	Svezia	Stati Uniti	Svezia

Fonte: elaborazioni Teamwork su dati Province VCO e NO, APT del Varesotto