Pirmin
Schilliger
&
Urs
Steiger
Lucerna

regioS 16/19, Primo piano

Le funivie, un’offerta che ha ancora un futuro?

Il settore delle funivie e ferrovie di montagna, fortemente orientato agli sport invernali, sta vivendo da anni un importante cambiamento strutturale. Per far fronte agli effetti dei cambiamenti climatici sta cercando di ridurre la sua dipendenza dalla neve naturale e di promuovere maggiormente il turismo estivo. Molte stazioni turistiche invernali stanno ottimizzando la loro offerta e gli impianti di trasporto. Nell’ambito della Nuova politica regionale (NPR), la Confederazione e i Cantoni stanziano ingenti risorse per i lavori preparatori e gli investimenti necessari. Il sostegno alle funivie e ferrovie di montagna – veri e propri motori della catena del valore turistico nella regione alpina – è una chiara priorità di promozione della NPR.

Ogni anno milioni di turisti accorrono verso le Alpi svizzere e il Giura. Vanno a sciare o a fare snowboard, fanno escursioni o arrampicate, vanno in bicicletta o semplicemente si immergono nei panorami mozzafiato e si godono l'aria fine. La montagna offre svago, avventura, divertimento e relax. Il modo più comodo per portarsi in quota è spesso quello di utilizzare le ferrovie di montagna, ovvero gli impianti di risalita come funivie, funicolari e cremagliere. Alcune sono un'attrazione in sé, oltre che una meraviglia tecnica, e permettono di ammirare uno spettacolo naturale emozionante. Più oggettivamente, ogni ferrovia di montagna è prima di tutto un impianto di trasporto, un'infrastruttura necessaria per rendere la risorsa «montagna» accessibile ad un vasto pubblico e valorizzarla a fini turistici.

Importanza centrale per le regioni turistiche

In Svizzera il turismo sarebbe impensabile senza le funivie e altri impianti di risalita. Che si tratti della ferrovia a cremagliera del Rigi (la prima d'Europa), della funicolare Losanna-Ouchy o di quella che porta al Grandhotel Giessbach sul lago di Brienz oppure della Jungfraubahn nelle Alpi bernesi, queste innovazioni hanno accompagnato lo sviluppo del turismo fin dai suoi albori e ne sono state un'importante forza trainante, tant'è vero che le regioni di montagna sono state in buona parte collegate da impianti ferroviari prima del resto della Svizzera. Con il passare del tempo, le ferrovie di montagna sono diventate un tratto identitario, un pezzo di Svizzera, un'attrazione turistica oltre che un bene storico e culturale. Cosa sarebbero il Gornergrat, la Jungfrau, il Pilatus, il Rigi, il Monte Brè o il Moléson senza le loro funicolari? L'ammirazione nei confronti di questi mezzi di trasporto è tale da trovarli in forma di giocattolo nelle camere dei bambini di tutta la Svizzera.

Oggi le montagne svizzere sono servite da una fitta rete di trasporto che comprende circa 2500 impianti, che l'associazione di categoria Funivie Svizzere (SBS) suddivide in otto categorie: 54 funicolari, 121 funivie a va e vieni, 254 funivie a movimento continuo, 254 miniferrovie, 274 nastri trasportatori, 354 seggiovie, 510 piccoli skilift e 787 sciovie. Per loro natura il Vallese, l'Oberland bernese, la Svizzera centrale e i Grigioni dispongono di un'offerta particolarmente valida di impianti a fune. Non bisogna però dimenticare che le ferrovie di montagna hanno un ruolo importante nelle regioni di montagna anche sotto altri aspetti.

Stando a Funivie Svizzere, nel 2017 le 366 imprese che gestiscono le ferrovie di montagna hanno realizzato un fatturato complessivo di 1,36 miliardi di franchi e hanno dato lavoro a 16 000 persone, in buona parte occupate a tempo parziale. Queste cifre, tuttavia, non devono trarre in inganno: l'effetto sull'occupazione a monte e a valle del settore è di gran lunga superiore. In molte regioni le ferrovie di montagna sono tuttora il vero motore della catena del valore turistico. Nelle zone di montagna, una persona su quattro lavora direttamente o indirettamente nel turismo e un franco su cinque è generato dal turismo. Jürg Schmid, presidente di Graubünden Ferien, definisce le ferrovie di montagna «infrastrutture di base con rilevanza sistemica» e nonché «il vero e proprio pilastro del turismo invernale».

Investimenti di ampia portata

Oltre alla loro funzione di trasporto e servizio per il turismo, alcuni impianti di risalita rappresentano un importante tassello della rete dei trasporti pubblici. Ad esempio, nel cantone di Nidvaldo, che presenta la più alta densità di impianti di risalita al mondo (40), i piccoli impianti collegano singoli villaggi o addirittura piccole fattorie isolate.

La frammentazione si riflette anche nella struttura del settore funiviario. Se l'attore principale, la società Zermatt Bergbahnen AG, genera un fatturato di 66 milioni di franchi e opera in modo molto redditizio, molte altre imprese non ottengono risultati soddisfacenti e non hanno la liquidità per realizzare gli importanti investimenti necessari periodicamente. Da sole, le venti maggiori società funiviarie investono annualmente importi milionari a tre cifre. Tuttavia, spesso alla fine della catena del valore turistico sono altri soggetti a creare più ricchezza. Secondo Roland Zegg, direttore di Grischconsulta, le funivie sono molto costose, ma a generare introiti sono anche molti altri attori, che approfittano degli impianti. Secondo i calcoli di Grischconsulta, una sola giornata d'esercizio in un grande comprensorio sciistico genera ad esempio costi fissi per 250 000 franchi.

Quasi tutte le ferrovie di montagna devono fare i conti con costi di investimento e d'esercizio elevati, picchi operativi di breve durata in inverno e un utilizzo insoddisfacente della capacità produttiva sull'arco dell'anno.

Inoltre, la domanda nella stagione invernale è in calo da anni. Dall'inizio del nuovo millennio, il numero dei primi passaggi è calato di circa un terzo, scendendo a 21,2 milioni nell'inverno 2016/17. Nella stagione invernale 2017/18 si è registrata una tendenza al rialzo (23,4 milioni di passaggi), confermatasi anche l'inverno scorso. Tuttavia, di fronte ai cambiamenti climatici, molti dubitano che sarà duratura. Gli esperti del thinktank Avenir Suisse, ad esempio, sono piuttosto scettici: se i cambiamenti climatici non verranno frenati, nei prossimi 30-50 anni gli sport invernali potrebbero scomparire da buona parte delle Alpi. Ad essere gestite in modo redditizio sarebbero semmai solo le destinazioni invernali al di sopra dei 2000 metri.

Affrontare le sfide con una strategia globale

I cambiamenti climatici sono la sfida più grande, ma non certo l'unica: anche il calo di interesse per gli sport invernali frena la domanda. Per gli ospiti stranieri, il divertimento sulle piste rimane un piacere oneroso nonostante la situazione leggermente più distesa sul fronte valutario. Inoltre, la pressione globale sui prezzi e sulla concorrenza si sta intensificando, complice la maggiore trasparenza del mercato che risulta dalla digitalizzazione.

I gestori degli impianti reagiscono adottando misure tecniche, in particolare facendo capo all'innevamento programmato. Ottimizzano i comprensori sciistici realizzando impianti di risalita più veloci, più efficienti e più confortevoli per rendere l'esercizio più efficiente e redditizio. Molti cercano di ripartire in modo più uniforme sull'arco dell'anno la loro attività, che finora dipendeva essenzialmente dall'innevamento, e di promuovere il turismo anche nella stagione estiva e autunnale. Secondo i dati di Funivie Svizzere, negli ultimi dieci anni i gestori hanno raddoppiato i loro introiti nel semestre estivo, portandoli al 28 per cento. Tuttavia, questo non basta a compensare le perdite registrate nella stagione invernale. Molte aziende vedono un potenziale di ottimizzazione notevole nella ristrutturazione della catena del valore del turismo. Ad esempio, nell'ambito dei piani turistici regionali non si punta semplicemente a promuovere singoli impianti di risalita, ma soprattutto ad implementare una visione complessiva dello sviluppo turistico. Questo implica che tutti gli attori della catena del valore – ossia infrastrutture, trasporti, logistica, alloggio, ristorazione o marketing – facciano convergere i loro interessi in una strategia globale coerente e instaurino una collaborazione efficace.

Tutela dell'ambiente e del paesaggio

Un piano turistico regionale può essere una buona base per indurre Confederazione, Cantoni e comuni a contribuire al finanziamento delle infrastrutture e degli impianti. In una raccomandazione[1] pubblicata nel 2016 gli Uffici federali dello sviluppo territoriale (ARE), dell'ambiente (UFAM), dei trasporti (UFT) e dell'aviazione civile (UFAC) spiegano come impostare un piano turistico regionale nell'ottica della pianificazione territoriale: si tratta di formulare una visione d'insieme dello sviluppo turistico territoriale da perseguire in una regione. Il piano può inoltre considerare aspetti quali il turismo estivo e invernale, i collegamenti e i trasporti, le strutture ricettive, le attività ricreative, il turismo intensivo e quello naturalistico nonché gli interessi legati all'utilizzo e alla tutela delle aree interessate. Quest'ultimo è un fattore particolarmente critico, visto che buona parte delle aree potenzialmente valorizzabili a scopo turistico si trovano in zone sensibili sul piano ecologico e paesaggistico. Molte fanno parte di paesaggi di importanza nazionale e richiedono un approccio improntato alla tutela. Come ogni altra strategia territoriale o piano direttore, il piano turistico regionale può contribuire a disinnescare i conflitti di spazio e di obiettivo e a circoscrivere ad aree chiaramente delimitate interventi importanti come per esempio grandi sbancamenti di materiale e disboscamenti, riducendo così l'impatto sulla natura.

Nel frattempo, numerose regioni e Cantoni si sono già dotati di un piano turistico regionale, primo fra tutti il Cantone di San Gallo, che opera da quindici anni in base a un piano turistico adattato alle regioni. Il piano di sviluppo turistico regionale Oberland Est, sviluppato dalla destinazione Interlaken-Jungfrau-Haslital nel 2014, funge ad esempio da modello per il progetto «V-Bahn Grindel-

[1] Ufficio federale dello sviluppo territoriale (ARE, 2016), Le concept touristique régional global (CTG) – Recommandation aux services fédéraux (in francese e tedesco)

wald-Männlichen/Eigergletscher» della società Jungfraubahnen. Questo progetto, dal costo complessivo di 470 milioni di franchi, verrà cofinanziato dalla Confederazione e dal Cantone nell'ambito della NPR con un prestito di 20 milioni di franchi. Va da sé che un piano turistico regionale dev'essere coordinato con gli strumenti di pianificazione regionale, cantonale e nazionale, ossia anche con i piani direttori regionali e cantonali. Secondo Ueli Wittwer, responsabile presso l'ARE della pianificazione del territorio in relazione agli impianti a fune, per valutare un grande progetto turistico è necessario avere una visione d'insieme territoriale dello sviluppo turistico.

Modello integrato e focus su nuovi mercati

Il cambiamento strutturale nel turismo è un processo complesso e di lungo periodo al quale gli attori coinvolti devono dar forma passo dopo passo. Di fronte a questa complessità, gli esperti di turismo fanno spesso riferimento al modello americano del resort, dove un unico operatore offre tutti i servizi turistici. La realtà svizzera, con le sue destinazioni sviluppatesi nel corso dei decenni, è fondamentalmente diversa, ma questo non esclude che vi siano operatori che cercano per lo meno di avvicinarsi al modello integrato. Chi dice integrazione dice investimenti anche nella gastronomia e negli alloggi, cioè in ristoranti e posti letto. A questo proposito si possono citare gli esempi di Engelberg, Disentis, Klosters, Laax, Savognin e Crans-Montana.

Una delle ricette di successo può essere la focalizzazione su nuovi mercati turistici, in particolare sull'Estremo Oriente, come hanno scelto di fare i gestori degli impianti Titlis e Jungfrau. Purtroppo non tutti possono vantare un ghiacciaio sul quale portare i turisti. Fortunatamente esistono anche altre attrazioni da valorizzare. La destinazione Flims Laax Falera, ad esempio, progetta da tempo un collegamento funiviario con l'arena tettonica di Sardona, patrimonio dell'UNESCO. Inoltre, Laax e altre destinazioni invernali svizzere sono impegnate nell'avvio e nello sviluppo di resort partner in Cina. Tutti sperano che tra gli sciatori cinesi (300 milioni nei prossimi anni) vi sarà chi vorrà scoprire prima o poi le piste svizzere… quelle originali!

Un altro approccio orientato al futuro è quello di far riscoprire ai bambini e agli adolescenti svizzeri lo sci e lo snowboard. Ne è un esempio il nuovo skilift Schwändli nello Snow Park Eriz vicino all'agglomerato di Berna, che ha beneficiato di un credito NPR perché svolge una funzione di «preparatore» per le grandi destinazioni alpine.

Per utilizzare i propri impianti anche durante l'estate, i gestori investono molto denaro nella costruzione di parchi avventura con funi sospese, scivoli, piste per slittino e monopattini, vie ferrate e ponti sospesi. Secondo Mountain Wilderness Svizzera, nelle Alpi svizzere esistono attualmente 193 strutture di questo tipo, più della metà costruite negli ultimi 15 anni. Mountain Wilderness Svizzera ha una visione critica di questo modo di «vivere» il mondo alpino. «L'esperienza della montagna vera e propria, la pace, la prossimità e l'incontro con la natura vanno persi» sottolinea la direttrice Maren Kern. I sentieri escursionistici e le piste di mountain bike si inseriscono meglio nel contesto alpino.

Party in vetta o ritorno all'autenticità?

Nel frattempo, le società che gestiscono gli impianti di risalita non sprecano i superlativi: la tirolese più lunga d'Europa (Hoch-Ybrig, SZ), il parco avventura più alto della Svizzera (Bettmeralp, VS) o la slittovia più alta del mondo (Alpine Coaster/Glacier 3000, VD). C'è anche chi trasforma l'impianto stesso in un'attrazione, come nel caso della funivia con tetto panoramico sullo Stanserhorn o della funicolare di Stoos, la più ripida del mondo. Questo progetto, costato 90 milioni di franchi e finanziato per quasi un terzo dalla Confederazione, dal Cantone e dai comuni, attira i visitatori in massa. Resta da vedere se il successo si protrarrà a lungo termine. Anche le opere architettoniche e gli eventi gastronomici e culturali (festival, concerti, teatri, mostre) che i gestori di impianti di risalita propongono sempre più spesso portano in vetta ulteriori ospiti, in parte anche nuovi. Il rischio che queste aree sensibili finiscano per diventare aree di divertimento qualunque è reale, come mostrano le tendenze osservate. Pietro Beritelli, professore di economia del turismo all'Università di San Gallo, è convinto che le Alpi svizzere sono state, sono e continueranno ad essere mete turistiche, anche nella loro incontaminata originalità e senza sport invernali. Dai suoi studi emerge infatti che l'interesse per gli sport invernali rallenta, ma non l'entusiasmo per la montagna. Le nuove generazioni vogliono vivere la montagna nella sua autenticità, in tutte e quattro le stagioni. Forse in futuro si andrà meno a sciare, ma si pedalerà e camminerà di più. Oppure, semplicemente, si andrà in montagna per ammirare lo splendido panorama. ○

www.seilbahnen.org
https://winteranalyse.myswitzerland.com
www.regiosuisse.ch/npr-it

Finanziamento e promozione delle ferrovie di montagna: il ruolo della NPR

La promozione delle funivie e ferrovie di montagna da parte del settore pubblico ha una lunga tradizione in Svizzera. La Nuova politica regionale (NPR) è uno degli strumenti di finanziamento fondamentali della Confederazione e dei Cantoni, che dispongono però di ulteriori possibilità di finanziamento. I comuni sono spesso l'ago della bilancia.

Circa un quarto dei contributi a fondo perso e tre quarti dei prestiti della NPR sono destinati al turismo. Nel periodo 2016–2019 la Confederazione ha erogato circa 7 milioni di franchi all'anno in contributi a fondo perso e 25–30 milioni di franchi sotto forma di prestiti a tasso agevolato o senza interessi. Ad essi si aggiungono altri 5 milioni a fondo perso e 24 milioni in prestiti nel quadro del programma d'impulso per il turismo. La maggior parte dei fondi sono serviti alla costruzione di impianti di trasporto e di infrastrutture – ad esempio impianti di innevamento – che completano l'attività turistica. Finora la NPR ha sostenuto oltre un centinaio di progetti di questo tipo. Tra il 2008 e il 2018 i Cantoni hanno stanziato prestiti NPR a tasso agevolato o senza interessi per un totale di 200 milioni di franchi. Non sono compresi i contributi dei Cantoni (prestazioni equivalenti) e i sussidi concessi dai comuni.

I contributi a fondo perso servono a finanziare principalmente le prestazioni in ambito preconcorrenziale, come lo sviluppo di nuovi prodotti e servizi, progetti di cooperazione, piani e studi di fattibilità come pure misure di qualificazione che rafforzano la competitività dell'industria turistica (alpina).

Promuovere il cambiamento strutturale nel turismo

Valérie Donzel, caposettore responsabile della NPR presso la Segreteria di Stato dell'economia (SECO), spiega che la NPR è l'unica politica settoriale della Confederazione che può sostenere le infrastrutture di trasporto utilizzate prevalentemente per il turismo. Pertanto, quando vengono rinnovati, ottimizzati, raggruppati o ampliati impianti di risalita, si discute molto spesso anche della concessione di contributi finanziari NPR.

Tuttavia, prima che possa beneficiare di un prestito a tasso agevolato, un progetto viene esaminato con grande accuratezza. La SECO ha emanato delle linee guida per garantire che le risorse della NPR siano utilizzate in modo mirato, trasparente e sostenibile. I Cantoni con più di sei imprese funiviarie sono tenuti a sviluppare una strategia di promozione che definisca, tra l'altro, i contenuti principali e le priorità del cambiamento strutturale del turismo che si intende raggiungere. Le imprese che chiedono un prestito devono presentare un business plan su 5–7 anni che dimostri la sostenibilità economica del progetto. Per le funivie già redditizie si applicano condizioni supplementari che limitano la possibilità di sostegno o la escludono. I progetti devono essere conformi alla strategia cantonale di promozione ed inserirsi in una strategia di sviluppo regionale o in un piano turistico regionale. «Saranno sostenuti solo progetti che promuovono chiaramente il cambiamento strutturale nel turismo svizzero», spiega Valérie Donzel. Gli attori devono anche essere disposti a cooperare, cosa che facilita l'integrazione dei progetti in una strategia regionale e il marketing regionale. Come ulteriore prerequisito, i progetti devono rafforzare le ferrovie di montagna nel loro ruolo di motore della catena del valore turistico e, di rimando, dell'intera destinazione. Per una promozione mirata la SECO raccomanda ai Cantoni di classificare gli impianti in base a criteri quali il fatturato, la redditività, l'offerta o la funzione.

L'argomento «dimensione»

Il maggior importo concesso a titolo di prestito NPR, pari a 40 milioni di franchi, è stato quello stanziato dai Cantoni interessati alla società Andermatt Sedrun Sport AG per collegare i comprensori sciistici di Andermatt e Sedrun via il passo dell'Oberalp.

La società Andermatt Sedrun Sport AG ha investito circa 130 milioni di franchi nel progetto. L'ultima pietra è stata posata con l'inaugurazione nel dicembre scorso della cabinovia Oberalp–Schneehüenerstock. Dalla stagione estiva 2019, il comprensorio sciistico ed escursionistico di Disentis sarà a sua volta collegato ai comprensori sciistici dell'Oberalp attraverso la nuova funivia Sedrun–Cuolm da Vi.

Quello della Skiarena Andermatt-Sedrun è l'esempio più recente di un comprensorio sciistico che cerca di aumentare la sua attrattiva puntando sulla cooperazione e sulle dimensioni. L'estensione è un fattore importante per la redditività e il marketing di un comprensorio sciistico, come dimostra il collegamento Grimentz-Zinal, che il Vallese ha sostenuto con un prestito NPR di 4 milioni di franchi. Un prestito NPR dello stesso importo è stato concesso anche alla funivia dell'Urdenfürggli che unisce in un'unica area sciistica Arosa e Lenzerheide. Costruita nel 2014, costata 24 milioni di franchi e finanziata per un terzo con fondi pubblici, finora è però stata utilizzata solo da un quarto degli ospiti di Arosa e Lenzerheide. Secondo gli autori di uno studio regiosuisse sulla misurazione dell'impatto di progetti NPR, il collegamento tra i due comprensori sciistici non genera ancora utili.

Peter Engler, CEO della società Lenzerheide Bergbahnen AG, è più ottimista. Riconosce che finora le aspettative non sono state pienamente soddisfatte. Nel primo anno dopo l'inaugurazione il numero di viaggiatori trasportati è aumentato, per poi calare fortemente a causa della crisi dell'euro e dei capricci del meteo. «Il calo non è stato così grave come per i nostri concorrenti e negli ultimi due inverni ci siamo ripresi rapidamente», spiega Engler. La costruzione di nuovi alberghi nelle due destinazioni dopo l'inaugurazione della funivia dimostra che il collegamento ha creato un certo dinamismo nel settore del turismo. Engler è convinto che con il tempo le due società che gestiscono gli impianti di risalita potranno beneficiare nella misura auspicata del nuovo collegamento.

La promozione degli impianti di risalita richiede una grande sensibilità da parte dei responsabili. Il cambiamento strutturale può infatti intensificare la concorrenza tra le singole destinazioni. Una situazione win-win può risultare dal raggruppamento di comprensori a bassa quota con comprensori ad alta quota: gli uni traggono vantaggio dalla garanzia di innevamento, gli altri dal migliore collegamento. In questo modo si possono eliminare eventuali strozzature di capacità e utilizzare meglio la capacità degli impianti in quota.

Non sempre sono necessarie somme ingenti per sostenere gli impianti di risalita nel passaggio al ciclo di vita successivo. Un prestito NPR di 100 000 franchi, ad esempio, ha permesso di finanziare gli interventi di rinnovo tecnico della funivia Vitznau–Hinterbergen. Un altro prestito NPR di 150 000 franchi è servito a cofinanziare il progetto di rinnovo della funivia Fellboden–Bannalpsee nel Canton Nidvaldo.

I comuni, un aiuto d'emergenza

Nel caso dei progetti funiviari, i prestiti della NPR coprono generalmente solo una piccola parte dell'investimento totale necessario. La Confederazione e i Cantoni esigono che anche le imprese e terzi versino un contributo, che spesso rappresenta circa i due terzi dell'investimento complessivo. A seconda della destinazione, anche i comuni investono mezzi considerevoli per finanziare gli impianti. Ad esempio, spesso garantiscono i prestiti NPR concessi e li coprono se le imprese non sono in grado di rimborsarli. Al di fuori della NPR, partecipano anche ai costi operativi o forniscono un aiuto finanziario d'emergenza. Coira, ad esempio, copre da anni il deficit strutturale della funivia Brambrüesch. Dal 1999 ha già speso circa 19 milioni di franchi. L'impianto sarà ora rinnovato per un costo pari a circa 24 milioni. A Vals, il comune partecipa ogni anno ai costi d'esercizio della funivia, che si attestano a 1,5 milioni di franchi, versando un contributo di 300 000 franchi. Gli alberghi e i proprietari di case di vacanza della località termale grigionese contribuiscono con un importo equivalente.

A Charmey (FR) nel gennaio scorso l'assemblea comunale ha concesso alla società funiviaria un aiuto d'emergenza di 250 000 franchi per permetterle di tenere aperti gli impianti fino al 9 marzo. Ciò nonostante, il 15 marzo la società, sommersa dai debiti, ha dovuto dichiarare il fallimento. «Se negli anni 1960 le piste erano aperte per un centinaio di giorni, negli ultimi anni abbiamo avuto in media solo cinquanta giorni di innevamento», osserva Yves Page, sindaco di Val-de-Charmey. Charmey non sarà né la prima né l'ultima stazione sciistica delle Prealpi a dover chiudere i battenti a causa dei cambiamenti climatici. ○

www.regiosuisse.ch/npr-it