



6è CONGRÉS MUNDIAL
de Turisme de Neu i de Muntanya
PRINCIPAT D'ANDORRA

Organització Mundial de Turisme (OMT) i Principat d' Andorra
6è Congrés mundial de turisme de neu i de muntanya
Ordino, 13-14 d'abril del 2010

REINVENTAR EL TURISME DE NEU I DE MUNTANYA PER ATRAURE NOUS CLIENTS

Sessió inaugural

Com es pot vincular la demanda internacional a l'oferta local?

Temes

Explotar el nou potencial del mercat, sobretot els segments júnior i els sènior
Crear experiències úniques
Recordar la fascinació de la muntanya
Utilitzar la tecnologia de la informació per a una millor distribució
Ajustar la política de preus
Millorar la productivitat i la rendibilitat

Grans debats

La fascinació i el risc de la muntanya entre l'aventura i la seguretat
Els principals factors d'èxit de les estacions de muntanya líders

Conclusions



PROGRAMA:

Reinventar el turisme de neu i de muntanya per atraure nous clients

Dimarts 13 d'abril del 2010

De 9 a 10 h

Sessió inaugural

- **Salutació de les autoritats**

Sr. Taleb Rifai	Secretari General de la Organització Mundial de Turisme
Sr. Bonaventura Espot	Cònsol Major del Comú d' Ordino
Sr. Claudi Benet	Ministre de Turisme, Comerç i Indústria
- **Com es pot vincular la demanda internacional a l'oferta local?**

La integració del turisme de neu i de muntanya al mercat mundial.

Com podem treure el turisme de neu i de muntanya del seu nínxol?

La crisi financera i econòmica ha transformat la demanda turística, en declivi des de l'any passat. El turisme de neu i de muntanya ha resistit relativament bé a les turbulències econòmiques. Té futur perquè el seu potencial de creixement es troba lluny d'esgotar-se, si els agents turístics aconseguixen atreure encara més la clientela. La sessió inaugural està dedicada a les perspectives del turisme de neu i de muntanya, i al desafiament de vincular una demanda cada dia més internacional a l'oferta local.

Intervencions:

Com veu l'OMT el futur del turisme de neu i de muntanya?

Sr. Frédéric Pierret , Director Executiu de l'Organització Mundial del Turisme, Madrid (Espanya)

Sovint es descuiden una mica els problemes del turisme de neu i de muntanya. És possible que el canvi climàtic torni a donar al turisme de muntanya la força d'atracció que ha perdut lleugerament durant les últimes dècades de mundialització. En aquest context, el punt de vista de l'Organització Mundial del Turisme coorganitzadora dels congressos mundials de turisme de neu i de muntanya- és important. És interessant veure com l'OMT jutja les perspectives d'aquest segment de mercat turístic després de les turbulències a les quals està exposada l'economia des de fa gairebé dos anys.



Cal millorar el màrqueting de muntanya?

Sr. Peter Keller, Professor, Comitè Científic del Congrés Mundial de Turisme de Neu i de Muntanya OMT –Principat d' Andorra, Berna/Lausana (Suïssa)

El 6è Congrés mundial de turisme de neu i de muntanya té com a tema el màrqueting de gestió de productes, d'indústries i de destinacions que depenen del turisme. Es debatran les estratègies i els objectius en el camp de la intel·ligència de mercat, del desenvolupament de productes i de la promoció i distribució per a les estacions de muntanya i d'esquí.

Temes

De 10.30 a 12 h

- **Explotar el nou potencial del mercat, sobretot els segments júnior i els sènior**

El desafiament de la demanda potencial.
Es pot enfocar millor la clientela?

Cal explotar els mercats internacionals o explotar els mercats interiors i propers?

El turisme de neu i de muntanya ha assolit la maduresa. Obté la seva potència essencialment dels mercats interiors i propers. Pot penetrar-los molt més bé, la qual cosa és força difícil en vista de les nombroses possibilitats de substitució. Si vol explotar el potencial de creixement creat per la mundialització, s'ha d'internacionalitzar i enfocar millor els segments de la clientela.

Intervencions:

El futur del turisme d'estiu a la muntanya: la segmentació del mercat, com podem enfocar millor la promoció per rejuvenir i guardar la clientela de turisme d'estiu a la muntanya, pensant sempre en els júnior i els sènior?

Sra. Petra Stolba, directora de l'Oficina Nacional de Turisme d'Àustria "Àustria Promoció", Viena (Àustria)

Àustria és el líder del mercat mundial del turisme de muntanya. L'Oficina Nacional de Turisme ha desenvolupat, junt amb les regions, estratègies per millorar els productes per al turisme d'estiu i llançar-los als mercats. Les regions han agafat el relleu d'aquesta iniciativa per poder obtenir una millor ocupació de les instal·lacions turístiques durant l'estiu, que sempre és inferior a la de l'hivern.



Situació i perspectives del mercat mundial en els esports de lliscament: es pot internacionalitzar o és millor penetrar els mercats propers?

Sr. Laurent Vanat, consultor, autor de l' Informe "2009 International Report on Mountain Tourism", Ginebra (Suïssa)

El ponent ha elaborat un informe exclusiu de la situació de mercat dels esports de lliscament. S'ha constatat que aquests esports es concentren exclusivament en les grans destinacions que ja són presents als catàlegs dels organitzadors de viatges internacionals. Es pot canviar aquesta jerarquia?

Torn de preguntes

De 12 a 13.30 h

- **Crear experiències úniques**

La necessitat de ser diferent en un món cada cop més igual.

Les destinacions de muntanya: Com poden desmarcar i posicionar-se com a líders als mercats?

Les estacions d'esquí i de muntanya ofereixen més o menys el mateix per a tothom, la qual cosa no facilita el seu posicionament al mercat. Es tracta, doncs, d'omplir el buit estratègic desenvolupant, a partir de propostes úniques de venda, una oferta que estigui formada alhora per interessos paisatgístics, culturals i moderns.

Intervencions:

La muntanya: cal transformar-la en Disneylàndia?

Sr. Heinz-Rico Scherrieb, emprenedor i innovador, Tenerife (Espanya)

El turisme és una mena de fàbrica de somnis. Les destinacions estan obligades a imaginar icones, a desenvolupar nous productes i a posar-los en joc en el quadre de la destinació. El ponent que hem anomenat el Walt Disney Europeu ha transformat durant dècades museus, castells, parcs d'atraccions i paisatges de muntanya en fàbriques de somnis, úniques per als visitants.

La creació d'una experiència única del patrimoni a l'atracció el "Fort de Bard", pot esdevenir una nova icona per atraure els visitants a la Vall d' Aoste?

Sr. Augusto Rollandin, President del Govern de la Regió autònoma de la Vall d' Aoste. President de l'Associació d'Associacions Fort di Bard, Aoste (Itàlia)

Actualment, els grans massissos ja són molt coneguts. El turisme de muntanya es considera sovint avorrit. Les activitats a la muntanya depenen en gran mesura de les condicions meteorològiques. Quan fa mal temps no es fan activitats en plena natura. Noves atraccions



com el Fort de Bard a l' entrada de la Vall d'Aoste, constitueixen noves icones per atreure els visitants.

Torn de preguntes

De 15 a 16 h

- **Recordar la fascinació de la muntanya**

L'oferta en una economia d'atenció:

Com podem fer que els visitants estiguin més atents a les atraccions úniques de la muntanya?

Una jornada d'esquí en un dia de sol d'hivern, o fer una excursió enmig de la natura verge de la muntanya són experiències tan atractives com unes vacances en un paradís de qualsevol illa de l'hemisferi sud. Així doncs, cal explicar les històries de la muntanya per crear fantasies i per atreure els visitants.

Cal mostrar les possibilitats de la muntanya amb les tècniques més modernes de promoció i màrqueting perquè els visitants potencials se sentin atrets per aquestes destinacions.

Intervencions:

La gestió de la marca d'una destinació: com podem fer somiar els visitants potencials en l'era postmoderna? L'enfocament holístic

Sr. Christoph Engl, director general de màrqueting de Tyrol du Sud SA, Bolzano (Itàlia)

La regió autònoma del sud del Tirol ha aconseguit crear una societat de màrqueting que concentra els esforços de promoció de tots els sectors econòmics sota una mateixa marca. Aquest èxit, demana una cooperació entre els diferents agents, ha permès crear una massa crítica per a una comunicació determinada dels múltiples avantatges d'aquesta regió de somni.

La marca d' un país d' esports d' hivern: perquè Finlàndia necessita d' una gran marca?

Sr. Tom Ylkäen, Cap de Recerca Office National Finlandais du Tourisme, Vice-President del Grup de Recerca ETC, Helsinki (Finlàndia)

Finlàndia és un país d' esports d' hivern que no coneix un fort creixement en aquest domini, malgrat una geografia única. El país a fet un gran esforç per restablir la seva marca de manera exemplar, amb la finalitat d' augmentar la demanda turística i de millor fer conèixer les seves prestacions econòmiques en el món.



Torn de preguntes

De 16.30 a 18.30 h

- **La fascinació i els riscos de la muntanya, entre l'aventura i la seguretat**

Les noves aventures dels esports de muntanya rejuveneixen l'oferta i atreuen una nova demanda.

Quins visitants busquen l'aventura i com podem fer-les-hi pujar l'adrenalina tot i oferint una màxima seguretat?

Els nous esports d'aventura constitueixen una opció per promoure l'experiència de muntanya i rejuvenir la clientela. És un sector de mercat prometedor que és moda. Aquestes activitats presenten, tanmateix, una sèrie de problemes importants. La fascinació i el risc van junts. Els subministradors han d'oferir serveis que tinguin en compte els perills i que ofereixin una seguretat a qui practiqui aquests esports. Aquest sector en ple creixement necessita d'una reglamentació de prestacions certificades, d'un sistema de comunicació i de personal format.

President de Sessió:

Sr. Luigi Gaido, Director executiu del Congrés Mundial de turisme de neu i de muntanya OMT Principat d'Andorra, President IRE, Torí (Itàlia)

Presentació principal:

Les raons de l'atractiu dels nous esports d'aventura de muntanya en tant que trumfo internacional

Sr. Ross Findlay, CEO Niseko Adventure Company NAC, CEO Niseko Promotion Board, Niseko (Japo)

Participants:

Les prestacions de seguretat en el sector de l'esquí

Sr. Michel Rouffet, Responsable de l'antenne de Toulouse Director dels Estudis i l'habilitació de la muntanya, Atout France, Toulouse (França)

La certificació dels subministradors d'aventures de risc

Sr. Stefan Reichen, Cap de l'Estat Major, Office des Affaires Economiques du Canton de Berne, Cap de Comunicació de Safety in Adventure, Berne (Suïssa)

La formació professional per la seguretat i la informació sobre la seguretat

Sr. Brian Bell, Instructor i Coordinador, Mountain Adventure Skills Program (MAST), College of the Rockies, Fernie Campus BC (Canada)



6è CONGRÉS MUNDIAL
de Turisme de Neu i de Muntanya
PRINCIPAT D'ANDORRA

La nova experiència d'immersió sota el gel i en alta muntanya: aventura i seguretat.

Sr. Héctor Encuentra, Director Diving Andorra, (Principat d' Andorra)

Sr. Raúl Baró, Director Diving Andorra, (Principat d' Andorra)

Existeix un Everest per cadascun de nosaltres

Sr. Maxime Chaya, Embaixador d' empresa, Bank Audi Sal – Audi Saradar Group, Beirut (Liban)



Dimecres 14 d'abril del 2010

Temes

De 9 a 10.30 h

- **Utilitzar la tecnologia de la informació per a una millor distribució**

Les tecnologies de la informació i de la comunicació afavoreix les regions de muntanya.

Quins són els beneficis de la revolució informàtica i telemàtica per al màrqueting de destinació als països i regions de muntanya?

Els nous paratges de destinació permeten als visitants potencials somiar amb una experiència única, informar-se, organitzar el viatge i l'estada, i realitzar les reserves. A més, permeten a les petites i mitjanes empreses que operen sota el concepte de destinacions estar presents amb els seus productes arreu del món les 24 hores del dia, la qual cosa suposa accions externes a la xarxa pel que fa a l'oferta i la demanda, i tant mateix beneficis importants pel que fa a l'eficiència en la producció i en la distribució.

Intervencions:

Els nous instruments telemàtics revolucionaran el màrqueting de destinació?

Sr. Dimitrios Buhalis, Professor, Escola de Gestió de Serveis, Universitat de Bournemouth (Regne Unit)

Tota una sèrie d'instruments telemàtics nous que possibiliten que el màrqueting turístic sigui més eficient. Tanmateix, falta una visió de conjunt que permeti als agents turístics de les destinacions decidir què poden utilitzar en benefici propi..

Les tècniques de promoció mitjançant el web: com podem crear somnis i incitar els visitants potencials a fer reserves?

Sr. Michel Ferla, Director adjunt de l'Oficina Nacional de Suïssa a París (França)

La promoció d'una destinació es fa cada vegada més a través del web. L'Oficina Nacional Suïssa de Turisme ha creat un portal públic que farà somiar els visitants potencials que els permetrà, alhora, organitzar ells mateixos el viatge, l'estada al país, i fer la reserva.

Torn de preguntes



De 11 a 12.30 h

- **Ajustar la política de preus**

La política de preus pot atreure nous visitants.

Com hem de combinar preu i prestacions per atreure els nous clients?

El preu és el factor principal en l'elecció d'una destinació i en l'elaboració del pressupost del viatge. Encara és més important en el cas dels paratges saturats que ja no poden aspirar a un creixement quantitatiu, i que estan obligats a atreure el públic amb noves propostes originals, optimitant la relació preu-servei. Aquestes polítiques estan encara poc desenvolupades a les regions de muntanya.

Intervencions:

La política de preus com a instrument per popularitzar l'esquí: com podem conciliar un preu avantatjós amb un servei d'alta qualitat?

El cas de Barzio-Piani di Bobbio

Sr. Massimo Fossati, Director General del domini esquiable Piani di Bobio (Itàlia)

La política de preus és una possibilitat d'atraure nova clientela popularitzant l'esquí en les aglomeracions pròximes. Permet també en els dominis de talla mitjana de ser aprofitable, d'invertir i esdevindrà més gran.

L'estació d'esquí de baix cost pot atreure esquiadors addicionals?

L'exemple de Szczyrk a Polònia

Sr. Tomas Zukal, Director General de StayPoland, Varsòvia (Polònia)

Polònia és un país que disposa d'estacions d'esquí de baix cost. És un model de desenvolupament que permet popularitzar el mercat de l'esquí als països emergents que podria, al mateix temps, servir de model per a les estacions mitjanes als països turístics tradicionals.

Torn de preguntes

De 14.30 a 16 h

- **Millorar la productivitat i la rendibilitat**



El creixement per productivitat i no per quantitat.

Com podem crear llocs de treball atractius i ben remunerats sense un creixement quantitatiu?

Les empreses que treballen sota el concepte de destinació de muntanya han de ser més productives, la qual cosa implica invertir recursos d'una manera més eficient i obtenir els millors preus al l'esmentat mercat.

Intervencions:

El futur dels dominis esquiables: Cal ser gran per ser rendible?

Sr. Jean Marc Silva, Director de France Montagne, Chambéry (France)

Cada vegada hi ha més concentració de la demanda als millors paratges, que s'amplien més i més. La pregunta es planteja a les petites estacions amb economia d'escala constant: podran sobreviure sota aquestes condicions? Una investigació recent mostra que la mida d'una estació és determinant per a la rendibilitat. Serà mitjançant l'especialització cap a certs segments del mercat i, consegüentment, la consolidació de la inversió, que aquestes petites estacions podran ser rendibles.

Les petites estacions d'esqui del demà: quins son els mercats portadors i les estructures de les empreses de dema ? El cas de Tessin.

Sr. Elia Frapolli, Empresari, c2bconsulting, Camorino (Suïssa)

Hi ha als Alps regions que són en declivi. Les empreses de remuntadors mecànics ja no poden actuar d'una manera profitosa. Les autoritats retiren en aquest cas cada vegada més el seu suport a tals regions. La pregunta és de saber com es pot produir prestacions atractives sobre els mercats amb un mínim de costos per tal de ser profitós i de sobreviure.

Torn de preguntes

De 16.30 a 18.30 h

- **El futur de les estacions d'esqui i de muntanya en els països desenvolupats i emergents a l'escala mundial.**



L'èxit de les grans estacions de muntanya depèn de la valoració dels factors claus com el paisatge i el medi ambient i les estratègies de màrqueting.

Quins són els motius d'èxit de les grans estacions de muntanya?

El turisme de neu i de muntanya es concentra normalment als millors paratges dotats de grans atraccions naturals, culturals o turístiques on es vinculen el medi ambient amb la qualitat del territori. El seu èxit es deu a les estratègies de màrqueting que valoren les combinacions dels factors clau de l'èxit i que les distingeixen clarament de la resta. El màrqueting de gestió de les estacions de neu i de muntanya s'hauria d'inspirar en el seu historial d'èxits.

President de la Sessió:

Sr. Francesco Frangialli, antic secretari general de l'Organització Mundial de Turisme, i Professor a la Sorbonne París (França)

Presentació principal:

El marketing del turisme de neu i de muntanya: quina podria ser la seva contribució per el creixement futur del sector?

Sr. Simon Hudson, Centre d' Excel·lència en economia (CoEE), Catedràtic de turisme i del desenvolupament econòmic, Facultat de l'acolliment, la distribució i l'esport, Universitat de Carolina del sud, Colòmbia (Estats Units).

La República de Corea, país de neu i de muntanya: quins són els trufos dins del domini del turisme de muntanya a l'hivern i a l'estiu.

Sr. Hyun-Chul Kim, Membre de l'Associació de gestió de l'esquí de Corea, Seoul (República de Corea)

Els esforços de la Federació internacional per desenvolupar l'esquí a l'escala mundial: quines són les estacions emergents amb gran potencial del mercat?

Sr. Joseph Zenhäusern, expert de la FIS, President Director general de Zena Advice, Sion (Suïssa)

El Principat d' Andorra: una metròpoli de turisme de muntanya

Sr. Alexandre Andrés Gerent d' Andorra Turisme, Andorra la Vella (Principat d' Andorra)

Sra. Valeria Croce, Professora – Investigadora, MODUL University, Viena (Àustria)



6è CONGRÉS MUNDIAL
de Turisme de Neu i de Muntanya
PRINCIPAT D'ANDORRA

De 18.30 a 19 h

- **Conclusions i cloenda del 6è Congrés mundial de turisme de neu i de muntanya**

Sr. Frédéric Pierret	Director Executiu de l'Organització Mundial de Turisme
Sr. Bonaventura Espot	Cònsol Major del Comú d' Ordino
Sr. Josep M ^a Camp	Cònsol Major del Comú de La Massana
Sr. Claudi Benet	Ministre de Turisme, Comerç i Indústria