

ASOCIAȚIA PENTRU PROMOVAREA SPORTURILOR DE IARNA

Studiu privind Starea Industriei Sporturilor de Iarnă în România



București, 6 Aprilie 2009

Vă prezentăm pe scurt rezultatele **Studiului privind Starea Industriei Sporturilor de Iarnă în România** realizat de **Asociația pentru Promovarea Sporturilor de Iarnă (APSI)**

În perioada 25 Ianuarie 2009 – 30 Martie 2009, APSI, împreună cu siteul derdelus.ro a distribuit în rândul comunităților de pasionați ai sporturilor de iarnă un sondaj intitulat "Chestionar de Pârtie 2009"

Rezultatele studiului se bazează pe 409 raspunsuri valide, ceea ce pentru populația studiată înseamnă un eșantion mai mult decât reprezentativ. La o estimare de 5-6000 practicanți activi ai sporturilor de iarnă, eșantionul reprezintă cca 7% din totalul grupului social studiat, procent cu mult peste marjele cercetărilor sociologice obișnuite.

Au fost generate rapoarte pe două direcții:

1. Practicanți, pârtii, stațiuni de schi, siguranță – Starea Industriei (Report_StareaIndustriei.pdf)
2. Potențial și comportament achizițional, percepție asupra mărcilor – Business Report disponibil în trei variante: general, schi și snowboard

Vă prezentăm pe scurt principalele concluzii care se desprind din analiza răspunsurilor:

Pârtii de schi

- Există în rândul practicanților sporturilor de iarnă o percepție negativă generalizată cu privire la pârtiile din România (coeficientul de satisfacție este de cca 6%). Problemele cele mai grave sunt identificate ca fiind "*Semnale de avertizare în caz de vreme proastă și avalanșă*" și "*Marcarea zonelor periculoase*".
- "*siguranța pe pârtii*" și "*informarea turistilor*" sunt cele două aspecte care în opinia a cca 75% dintre repondenți trebuie să beneficieze de un nivel de atenție mult mai mare din partea autorităților și a administratorilor
- Rata mare de accidentări pe pârtiile românești se datorează atât practicanților (învățare greșită, supraevaluarea cunoștințelor tehnice, lipsa pregătirii teoretice) cât și dotării precare a stațiilor din România și a nerespectării de către administratori a criteriilor de omologare impuse de lege

Stațiuni de schi

- Stațiunile cele mai apreciate sunt Poiana Brașov și Sinaia cu un grad de satisfacție de 62%. Pentru comparație, destinațiile din Austria au un grad de satisfacție de 96% în rândul consumatorilor români
- 89% consideră oportună crearea unui snow-park de nivel european

Industria echipamentelor de schi și snowboard

- Românii au foarte mică încredere în personalul magazinelor (sub 20%). Decizia de cumpărare se formează în genere pe internet și sporadic prin intermediul prietenilor.

- Criza economică a afectat achizițiile din sezonul actual (28% declară acest lucru) și va afecta în continuare (49% spun că nu vor cheltui deloc iar 22% vor cheltui mai puțin în cazul în care situația nu se redresează).
- Intenția de cumpărare rămâne totuși la cote înalte (crește la 51% față de 39% anul trecut)
- Sporturile de iarnă sunt scumpe iar practicanții își asumă situația: 20% cheltuiesc în jur de 1000-1500 euro pe sezon iar 18% peste 1500 euro.

Nivel de pregătire al practicanților de sporturi de iarnă

- Românii apelează rar la serviciile monitorilor. 78% dintre ei declară că au învățat singuri sau prin intermediul rudelor sau cunoscuților.
- Mare parte au o părere mult prea bună despre nivelul la care se află, 59% considerându-se avansați sau experți.
- Cu toate că foarte mulți practicanți își doresc să iasă în afara pârtiilor, foarte puțini știu să evalueze riscurile implicate. Este deci o provocare clară și bine conturată pentru Serviciile Salvamont din zonele cu risc ridicat: Bușteni, Sinaia, Bâlea

O analiză comparativă care ia în calcul atât rezultatele studiului de anul acesta cât și pe cele din anul 2008, scoate în evidență câteva concluzii cu privire la dinamica percepției consumatorilor români de schi:

- A crescut dramatic nemulțumirea față de toate aspectele referitoare la pârtii (dacă anul trecut în jur de 40% dădeau nota minimă semnalizării și întreținerii pârtiilor, în 2009 procentul acestora a crescut în jurul valorii de 59%)
- A crescut semnificativ procentul celor nemulțumiți de serviciile conexe în stațiunile de iarnă (transport pe cablu, salvamont, monitori, jandarmerie montană). Dacă anul trecut numărul celor cu o părere pozitivă era mai mare decât al celor cu o percepție negativă, în 2009 balanța se înclină clar în favoarea celor nemulțumiți (39% față de 32%).
- S-a schimbat mult percepția asupra Salvamontului. Dacă în 2008 21% aveau o părere foarte bună despre serviciul respectiv, în 2009 numărul lor a scăzut la 13%. Este în opinia noastră cea mai gravă observație asupra celor două studii. Dacă procesul de erodare a încrederii în Serviciul Salvamont continuă, consecințele asupra siguranței pe munte pot fi dramatice.
- Pe lângă vestea proastă a crizei și a reducerii cheltuielilor, există și o veste bună pentru magazine și importatori: se pare că este în creștere potențialul achizițional. Dacă în 2008 exista o dorință manifestată drept sigură de a achiziționa echipament nou pentru cca 39%, ea crește anul acesta la 51%. Cauza acestei creșteri poate fi însăși criza și lipsa achizițiilor noi în sezonul 2008-2009. De aceea estimăm ca ieșirea din criza economică se poate manifesta cu un boom în toate sectoarele ce țin de sport și hobby.
- Percepția asupra brandurilor a rămas neschimbată: Atomic - Rossignol – Fisher se află pe primele trei locuri la schi și Burton - Forum – Nitro rămân în frunte la snowboard. Ca noutate ar fi apariția segmentului newschool în top: Armada devansează Movement și se situează (la egalitate de puncte cu Dynastar) la foarte mică distanță în spatele lui Elan.



Despre APSI

Asociația pentru Promovarea Sporturilor de Iarnă este o asociație tânără dar cu țeluri clare, precise și mai ales realizabile.

Bogdan Coman, președintele APSI declară:

"Dorim cu adevărat să facem ceva pentru sporturile de iarnă, dorim să creștem vizibilitatea industriei, dorim practicanți/consumatori și prestatori de servicii mai conștienți de drepturile și obligațiile pe care le au.

Consumatorul român, din punct de vedere al sporturilor de iarnă este foarte puțin pretențios. Acest domeniu a rămas, undeva, suspendat în timp, într-o zonă gri, semi-ceaușistă, un soi de cofetărie slinoasă de cartier în care se cumpară orbește tot ce stă atârnat în galantar, de la ciocolata Postăvaru până la jeleurile Păltiniș."

În anii 2007 și 2008 APSI a atras atenția pe diverse căi (inclusiv rezultatele studiului similar de anul trecut) cu privire la riscurile majore pe care le reprezintă nerespectarea criteriilor de omologare și a normelor de siguranță pe pârtiile din România. Anul acesta din păcate contabilizăm pe lângă miile de accidente ușoare și trei morți pe raza domeniilor schiabile: unu în Sinaia și doi în stațiunea Straja.

În luna martie a acestui an, APSI împreună cu alte asociații și cluburi montane a depus la Primăria Orașului Sinaia memoriul intitulat "Sinaia, un domeniu schiabil sigur și modern – Apel și Plan de Măsuri pentru Creșterea Siguranței pe Pârtii". Documentul menționat se constituie în primul plan de măsuri coerent ce vizează creșterea siguranței pe arealele schiabile românești.

Pentru mai multe informații vizitați site-ul nostru: www.sporturideiarna.org

Despre sporturile de iarna

Valorile transmise de ski și snowboard sunt, în mare, apropiate de ale oricărui sport de tip outdoor în care factorul uman este într-o deplină legătură cu mediul, pământul, gravitația: independența, perseverența, îndrăzneala, dorința de a fi mai bun, respectul față de natură.

