



I visitatori dei Parchi piemontesi nel 2016

Maggio 2017



L'indagine sui visitatori dei Parchi piemontesi

Il **Centro Studi della Fondazione CRC** con la collaborazione dell'**Osservatorio Turistico Regionale** operante in **DMO Piemonte S.c.r.l.**, ha avviato un'analisi dedicata ai **Parchi della provincia di Cuneo** che, attraverso l'analisi territoriale, del sistema economico e dell'offerta e della domanda turistica, permetterà di evidenziare elementi strategici per lo sviluppo dei parchi nei prossimi anni.

L'indagine sui visitatori ha i seguenti obiettivi di conoscenza:

- il profilo del visitatore nei Parchi piemontesi nel 2016,
 - in particolare, il profilo del turista (motivazione, scelta della struttura ricettiva...);
- i canali di comunicazione utilizzati per informarsi / scegliere la destinazione;
- il livello di conoscenza di alcune iniziative e progettualità relative all'enogastronomia;
- la stima della spesa;
- il livello di soddisfazione.

Il **Settore regionale Biodiversità e Aree Naturali della Regione Piemonte**, a cui è stata chiesta la disponibilità a collaborare attraverso i propri canali di comunicazione verso il pubblico, ha ritenuto opportuno di ampliare la componente dello studio relativa all'indagine sui visitatori su tutto il territorio regionale.

Metodologia

L'**indagine** è stata realizzata in modalità **on-line** attraverso un questionario (modulo Google) <http://bit.ly/2liWgsx> promosso attraverso i canali di comunicazione di Piemonte Parchi (sito web, canali social media, newsletter, etc...) e attraverso analoghi canali degli Enti di gestione dei parchi piemontesi.

Il perimetro di indagine è stato il **mercato italiano** che è stato raggiunto attraverso i canali di comunicazione on-line del settore regionale in sinergia con enti e soggetti che possano sostenere l'iniziativa.

Il **questionario** è stato redatto in **lingua italiana**.

La **raccolta dati** si è realizzata fra il **15 febbraio e il 15 marzo u.s.**, utilizzando l'hashtag: **#PiemonteParchi** e **#questions** e ottenendo **326 risposte utili** per l'elaborazione e **195 e-mail** (direct marketing).

Il campione

Il **campione autodeterminato** si presenta piuttosto **qualificato** poiché ha vissuto più esperienze di visita ad un parco piemontese: mediamente sono **quasi tre le esperienze** che menziona (2,8). In particolare, circa un terzo ha menzionato un solo Parco visitato mentre oltre il **55% se ha visitati da 2 a 5 mentre il restante 10% circa, più di 5 parchi**.

I rispondenti, in maggioranza sono maschi (61%), con età abbastanza ben distribuita fra 31 e 65 anni, e istruzione universitaria (50% è laureato) e di professione impiegato / insegnante per il 45% dei casi e dirigente / imprenditore per il 19%.

Rispetto alle domande circa la scelta e la visita al Parco, non potendo progettare un'indagine strutturata per ogni visita, è stato chiesto di descrivere la visita intesa come esperienza "tipo" che è rappresentativa del proprio soggiorno / visita nella mente del visitatore pur sapendo che i diversi parchi offrono esperienze anche molto diverse fra di loro.



Risultati e principali evidenze

Nel 2016, i visitatori dei Parchi piemontesi hanno visitato principalmente il parco del **Gran Paradiso** (circa 1 su 3), **Alpi Marittime** (quasi 1 su 3) e **Orsiera Rocciavrè** (circa 1 su 4).

Il **34% dei visitatori** ha conosciuto il Parco per via del **passaparola dei amici e parenti** che si ben collega al **30% degli intervistati che dichiara di conoscere il Parco “da sempre”** perché vissuto con la famiglia fin da piccolissimo o perché vi risiede vicino. Il **15%** ne è venuto a conoscenza dai canali di **comunicazione del Parco stesso** (sito web, newsletter, etc...) e da **Piemonte Parchi (9%)**.

I visitatori raggiungono i Parchi principalmente **per vivere la “natura”, per praticare sport e godere di momenti di relax**. L'**83%** dei rispondenti dichiara, infatti, che la **“natura” è l’attrattiva principale** della visita soggiorno, mentre poco meno della metà fa riferimento alla pratica sportiva e più di un terzo è motivato dal concedersi momenti di riposo rilassanti.

Chi pratica sport, si riferisce in particolare alle **escursioni**, che siano passeggiate semplici o attività di trekking più strutturato (**73%**); seguono i **bikers**, (**10%**) e quindi gli **sport invernali della neve: sci alpinismo, sci di fondo e ciaspole**. Una quota minore di visitatori, ma comunque interessante, dichiara la pratica di sport più specifici come le pratiche di impegno fisico attivo del **nordic walking e l’arrampicata** e le pratiche della **pesca** e del **mototurismo** (complessivamente circa il **10%** del campione).

I visitatori sono **coppie (35%), gruppi di amici (28%) e famiglie (coppie con figli e/o altri parenti 27%)** a testimoniare la fruizione multi-target del Parco.

I luoghi di visita sono raggiunti principalmente con un proprio mezzo: **l’auto nel 89%** dei casi.

I visitatori sono in maggioranza **escursionisti (65%)**; fra i **turisti** è molto elevata la percentuale che ha **soggiornato nei pressi del parco (26%)**.

La prima soluzione di pernottamento, è una **struttura ricettiva alberghiera (24%)**, a seguire altre strutture extra-alberghiere - tipicamente il rifugio (**22%**), a cui segue **la casa di proprietà (18%)**, il **B&B (16%)** e, quindi, il **campeggio (10%)**. Il soggiorno ha una **durata pari ad una notte per il 34% dei turisti** che si suppone trascorrono il soggiorno del weekend estivo o invernale nei parchi, **ed è pari o maggiore a 5 notti per circa il 24% dei turisti** che soggiornano principalmente in casa di proprietà.

La distribuzione della spesa evidenzia un **budget di visita piuttosto contenuto**: il **49% dichiara di aver speso meno di 20 €**, e il **34% tra 20 e 50 €**.

Ovviamente la spesa dipende dalla tipologia di visita: gli **escursionisti** accentuano ancora di più la percentuale di chi spende **meno di 20 € (68%)**, mentre i **turisti** che **spendono fra i 21 e i 50 € sono il 49%** e chi spende **fra i 51 e 80 € sono circa il 27%**.

La **soddisfazione della visita** è complessivamente **molto buona**: il **voto medio**, in una scala da 1 a 10 è **8,4**.

I **visitatori** sono più **soddisfatti della vista nel suo complesso (8,78)** e a seguire della **soluzione ricettiva (8,31)** e quindi dei **prodotti dell’enogastronomia e dell’artigianato (8,24)** e dai **siti culturali presenti (8,05)**.

La **soddisfazione per ristoranti e trattorie non arriva all’8 (7,87)** elemento che potrebbe migliorare a traino della **soddisfazione dei prodotti enogastronomici già apprezzati dai visitatori**.

Il progetto regionale **“Parchi da gustare”** è **conosciuto da circa un quarto degli intervistati (24%)** e il **“Menù del Parco”** è stato **acquistato dal 4%** del totale rispondenti.

Spazi di miglioramento per la soddisfazione circa l’offerta sportiva che è la seconda motivazione per frequenza di segnalazione, ma soprattutto per aumentare la soddisfazione circa intrattenimento e animazione pari a poco meno di 7.