



Appendice del Quaderno 34 della Collana della Fondazione CRC

Patrimoni naturali per lo sviluppo

I Parchi della provincia di Cuneo

Focus Turismo e Parchi

*Offerta ricettiva, flussi turistici, risultati dell'indagine
sui visitatori e sul segmento scuole*

Chiusa il 22/06/2018

Autori:

Cristina Bergonzo, Giacomo Pasino



Indice

1. L'offerta e la domanda turistica nel territorio dei Parchi del Cuneese (approfondimento del paragrafo 4.2.4).....	3
1.1 Offerta ricettiva	3
1.2 Flussi turistici	8
2. Gli stakeholder del territorio dei Parchi del Cuneese: la filiera turistica (approfondimento del paragrafo 6.2 del Quaderno 34)	11
3. Indagine sui visitatori dei Parchi del Cuneese (approfondimento del paragrafo 6.3.1 del Quaderno 34)	13
3.1 Metodologia.....	13
3.2 Indagine condotta nel mese di agosto 2016: risultati e principali evidenze	15
3.3 Indagine condotta nelle vacanze natalizie 2016: risultati e principali evidenze.....	39
3.4 Indagine condotta online con riferimento al 2016: risultati e principali evidenze	52
3.5 Indagine condotta nell'estate 2017	62
4. L'attività didattica e i giovani visitatori dei Parchi del Cuneese (approfondimento del paragrafo 6.3.2)	91
4.1 Risultati dell'indagine relativa all'offerta didattica dei Parchi.....	91

1. L'offerta e la domanda turistica nel territorio dei Parchi del Cuneese (approfondimento del paragrafo 4.2.4)

Per l'analisi dell'offerta e della domanda turistica si è inteso valutare gli indicatori ufficiali sul territorio specifico dei Parchi (Parco Alpi Marittime e Marguareis, Parco del Monviso) e un confronto sul totale dell'area territoriale gestita dagli Enti di gestione di riferimento di tutte le Aree protette del Cuneese. Per quanto riguarda il Parco fluviale Gesso e Stura i dati dell'offerta e della domanda fanno riferimento all'intero territorio del Comune di Cuneo oltre agli altri Comuni che ospitano l'Area protetta.

1.1 Offerta ricettiva

Sul territorio dei Parchi del Cuneese, a parte il Parco fluviale Gesso e Stura, di utilizzo prevalentemente cittadino, negli ultimi cinque anni il numero di strutture ricettive è compreso tra 108 e 117, per un totale di circa 1.600 camere/piazzole e oltre 5.000 posti letto.

Tabella 1. Ricettività alberghiera ed extralberghiera per Parco

Parco	Settore	2013			2014			2015			2016			2017		
		Strutture	Camere	Letti												
Alpi Marittime	Alberghiero	15	314	640	15	312	637	15	317	636	15	317	636	16	324	660
Alpi Marittime	Extralberghiero	31	555	2.004	34	563	2.061	34	563	2.061	33	563	2.035	34	567	2.023
Marguareis	Alberghiero	6	80	150	6	80	150	6	80	150	6	80	150	6	80	150
Marguareis	Extralberghiero	19	234	933	21	243	966	21	244	958	21	234	927	21	234	927
Monviso	Alberghiero	9	111	225	10	131	277	9	111	221	9	111	221	7	89	177
Monviso	Extralberghiero	28	273	1.077	31	286	1.108	31	286	1.108	32	296	1.133	30	289	1.106
Totale complessivo		108	1.567	5.029	117	1.615	5.199	116	1.601	5.134	116	1.601	5.102	114	1.583	5.043



Figura 1. Ricettività alberghiera ed extralberghiera in termini di strutture per Parco

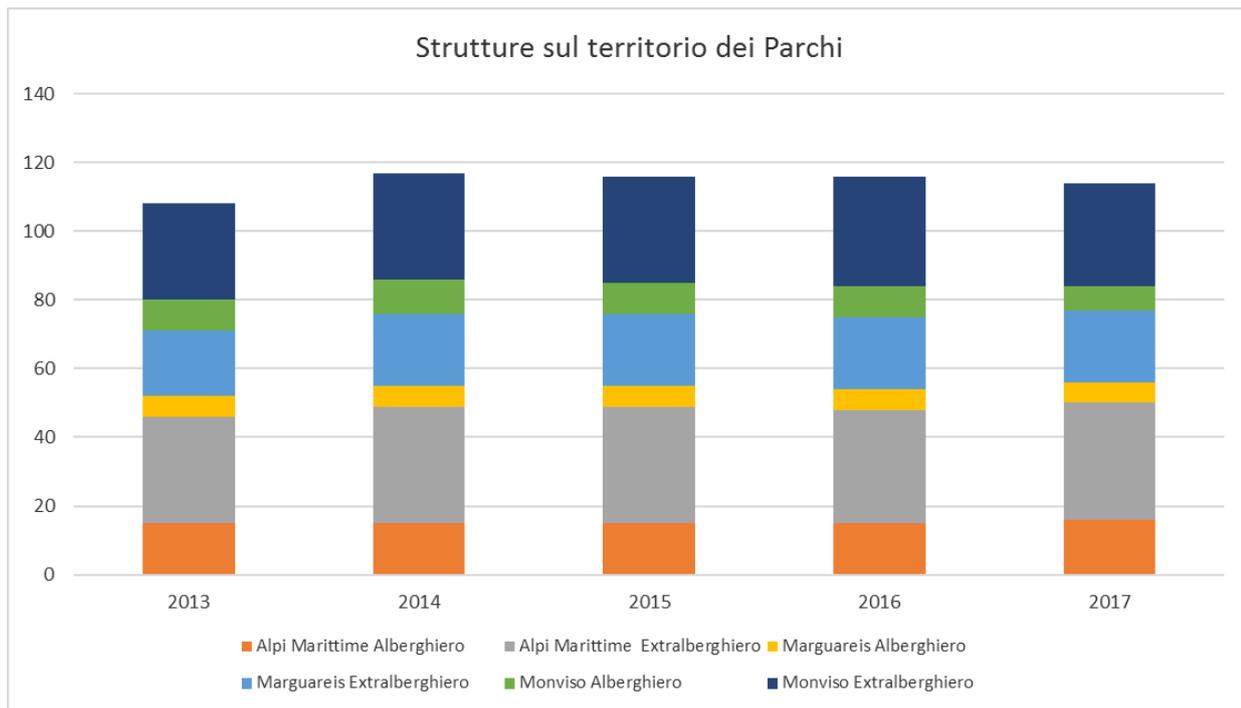


Figura 2. Ricettività alberghiera ed extralberghiera in termini di camere/piazzole per Parco

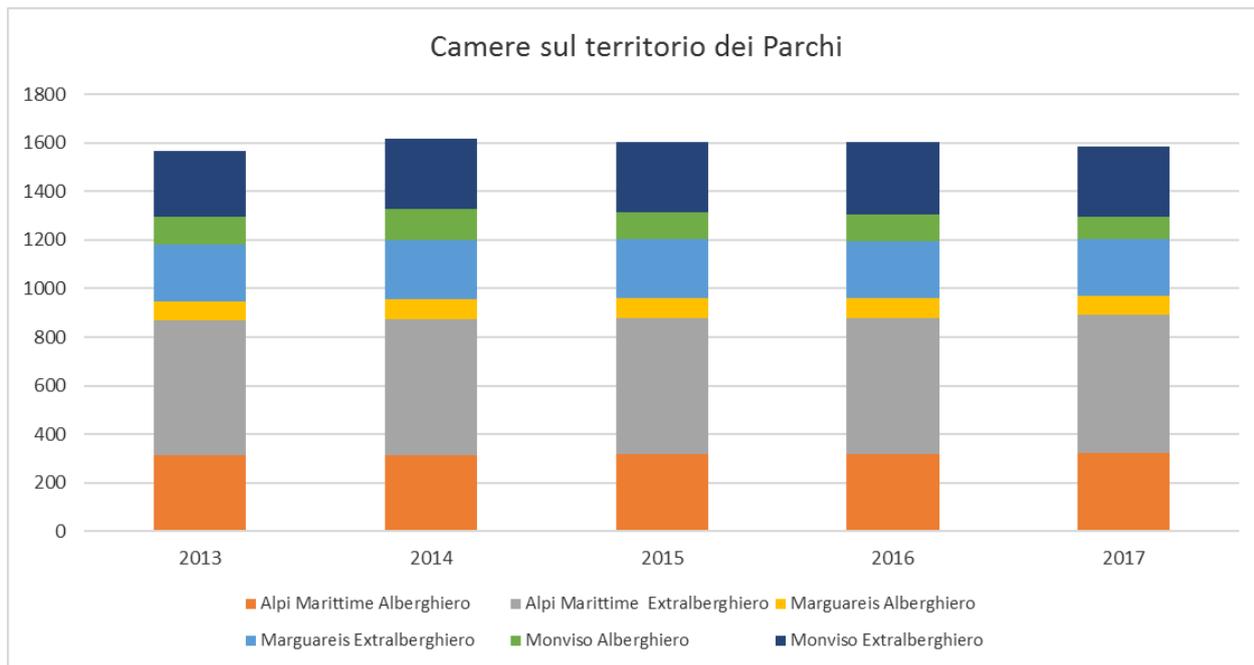
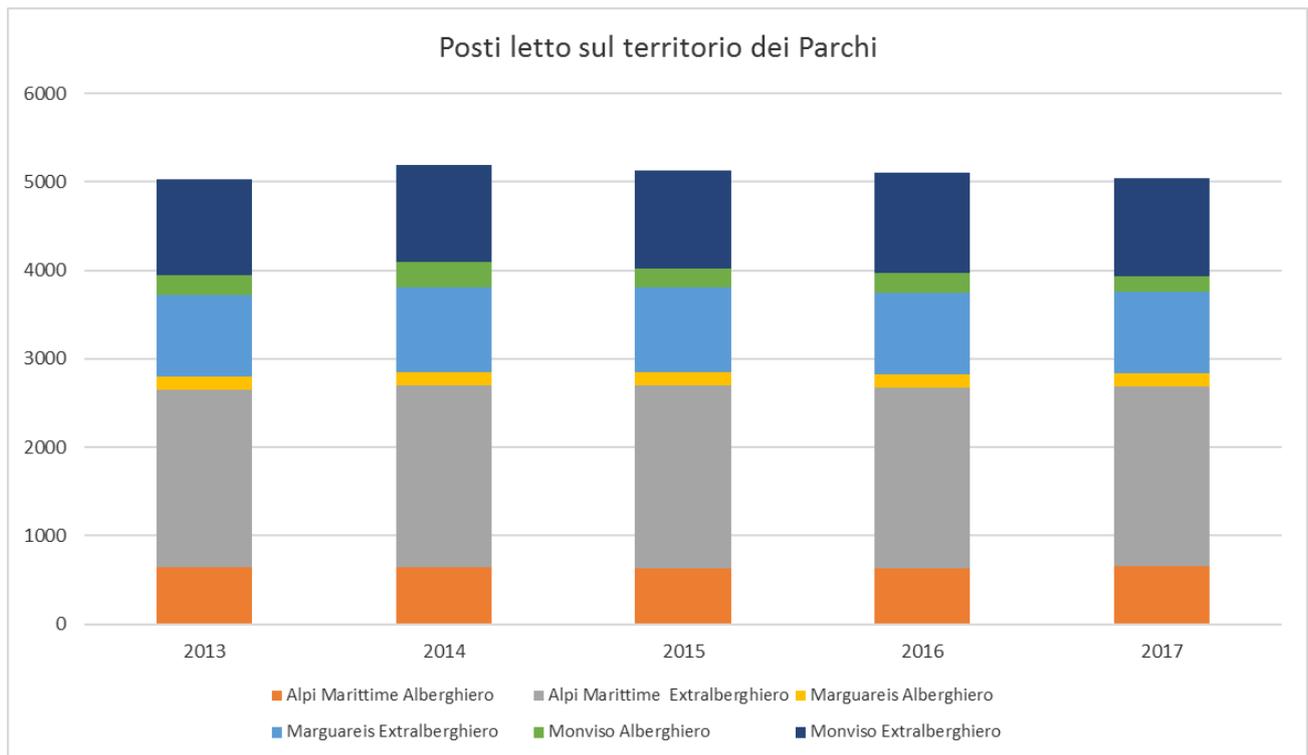


Figura 3. Ricettività alberghiera ed extralberghiera in termini di posti letto per Parco





Valutando l'intero territorio comunale dei Parchi e delle Riserve naturali assegnato agli Enti di gestione, si evidenzia un'offerta ricettiva di 288 strutture con 3.400 camere e circa 8.800 posti letto.

Tabella 2. Offerta ricettiva in termini di strutture, camere e posti letto nei territori degli Enti di gestione

	Strutture				
Ente di Gestione	2013	2014	2015	2016	2017
Alpi Marittime	131	141	144	144	157
Comune di Cuneo	39	43	46	51	57
Monviso	70	76	76	77	74
Totale complessivo	240	260	266	272	288

	Camere				
Ente di gestione	2013	2014	2015	2016	2017
Alpi Marittime	1.868	1.903	1.904	1.897	1.941
Comune di Cuneo	657	672	683	701	719
Monviso	735	774	757	767	740
Totale complessivo	3.260	3.349	3.344	3.365	3.400

	Letti				
Ente di gestione	2013	2014	2015	2016	2017
Alpi Marittime	5.247	5.375	5.359	5.297	5.439
Comune di Cuneo	1.228	1.254	1.271	1.304	1.344
Monviso	2.042	2.132	2.080	2.105	2.050
Totale complessivo	8.517	8.761	8.710	8.706	8.833

Figura 2. Offerta ricettiva in termini di strutture nei territori degli Enti di gestione

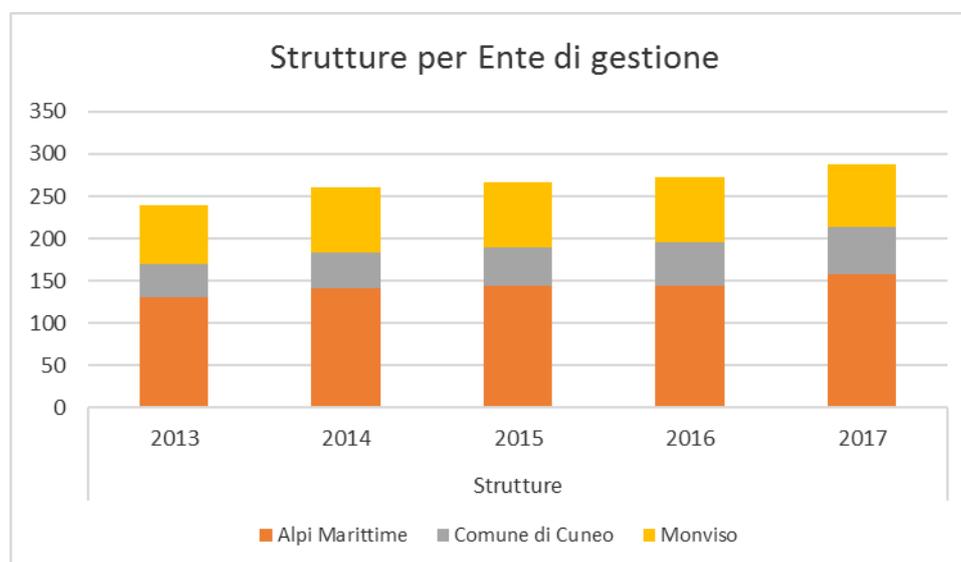


Figura 3. Offerta ricettiva in termini di camere nei territori degli Enti di gestione

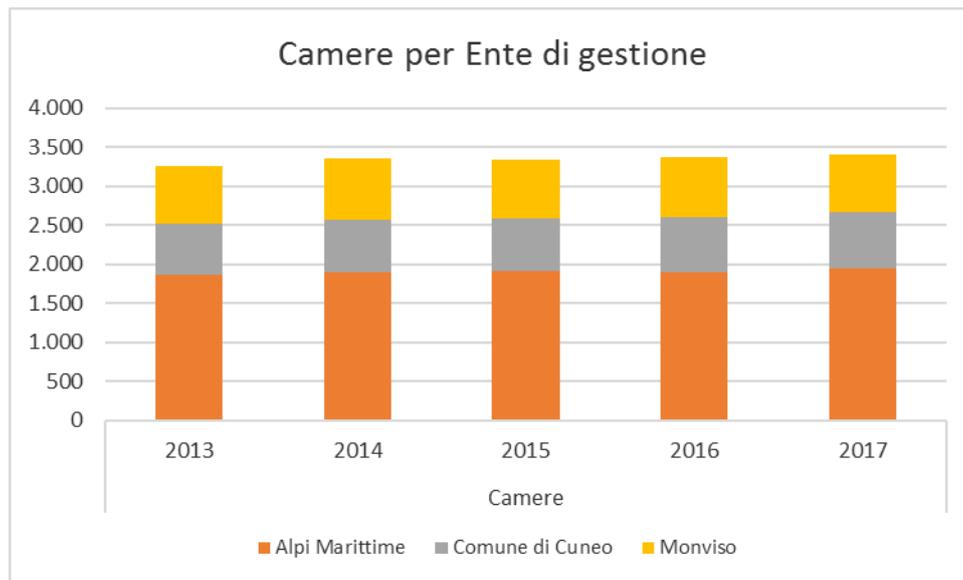
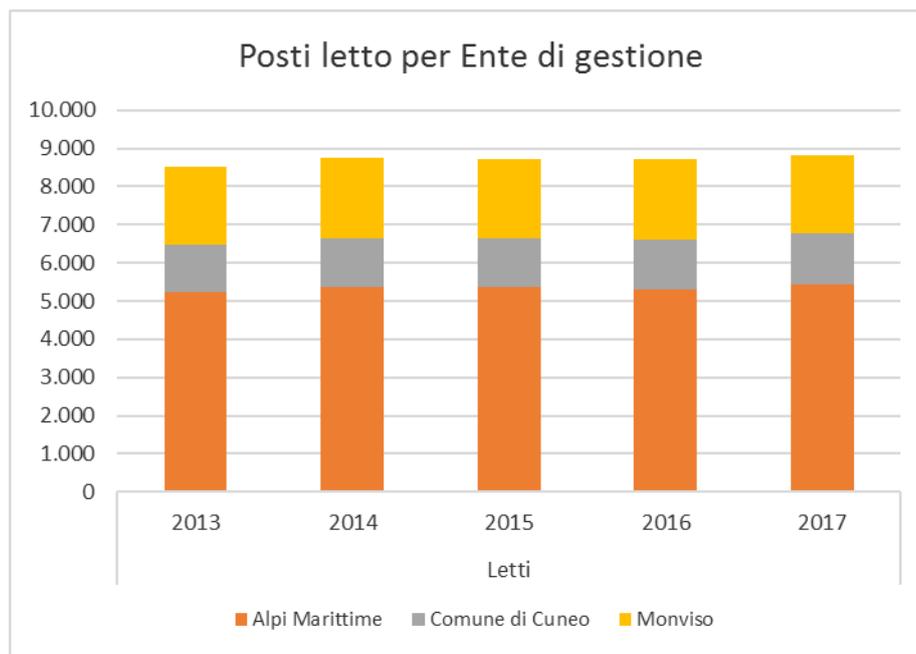


Figura 4. Offerta ricettiva in termini di posti letto nei territori degli Enti di gestione



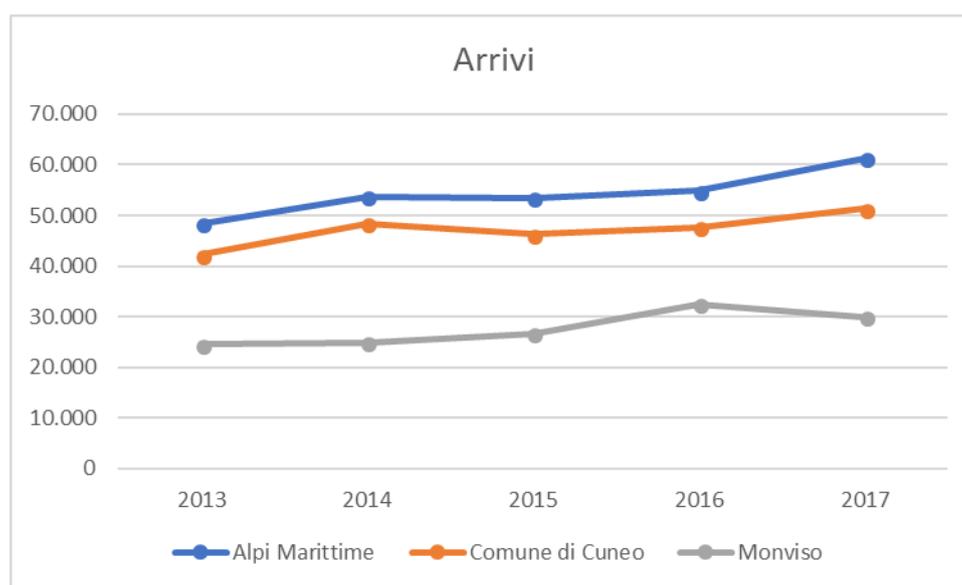
1.2 Flussi turistici

Negli ultimi cinque anni, i flussi turistici nel territorio dei comuni che ospitano Parchi regionali o Riserve naturali affidati agli Enti di gestione¹ hanno registrato complessivamente un saldo annuo di oltre 328.000 presenze per un numero di turisti oscillante intorno ai 115.000 arrivi.

Con andamento analogo a quello dell'offerta ricettiva, i flussi turistici hanno registrato il picco maggiore nel 2017 raggiungendo oltre 143.000 arrivi e 383.000 presenze.

Si evidenzia come il totale complessivo sia fortemente condizionato dalle dinamiche del territorio del Comune di Cuneo, il quale intercetta oltre un terzo dei flussi turistici del territorio che, in un'ottica di sviluppo turistico, possono essere valutati come un segmento di domanda potenziale/reale per i Parchi della provincia.

Figura 5. Flussi turistici, arrivi per Ente di gestione



¹ I dati dei flussi turistici sono presentati in modo aggregato per i territori degli Enti di gestione per soddisfare il vincolo del segreto statistico nella divulgazione dei dati statistici.

Figura 6. Flussi turistici, presenze per Ente di gestione

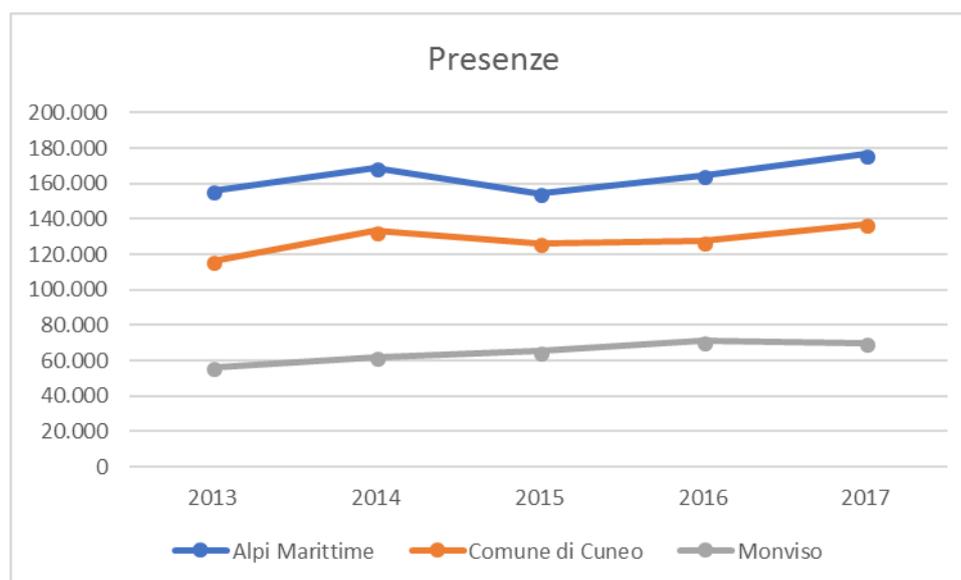


Tabella 3. Flussi turistici, arrivi e presenze per Ente di gestione, informazioni di dettaglio

Ente di Gestione	2013 - Arrivi - Italia	2013 - Presenze - Italia	2013 - Arrivi - Estero	2013 - Presenze - Estero	2013 - Arrivi - Totale	2013 - Presenze - Totale
Alpi Marittime	36.558	121.525	11.828	34.613	48.386	156.138
Comune di Cuneo	27.629	84.854	14.585	31.407	42.214	116.261
Monviso	16.734	40.645	7.778	15.517	24.512	56.162
Totale complessivo	80.921	247.024	34.191	81.537	115.112	328.561
Ente di Gestione	2014 - Arrivi - Italia	2014 - Presenze - Italia	2014 - Arrivi - Estero	2014 - Presenze - Estero	2014 - Arrivi - Totale	2014 - Presenze - Totale
Alpi Marittime	40.442	128.566	13.256	40.561	53.698	169.127
Comune di Cuneo	32.288	97.484	16.189	35.766	48.477	133.250
Monviso	16.743	46.025	8.174	15.976	24.917	62.001
Totale complessivo	89.473	272.075	37.619	92.303	127.092	364.378
Ente di Gestione	2015 - Arrivi - Italia	2015 - Presenze - Italia	2015 - Arrivi - Estero	2015 - Presenze - Estero	2015 - Arrivi - Totale	2015 - Presenze - Totale
Alpi Marittime	38.316	111.493	15.144	42.919	53.460	154.412
Comune di Cuneo	29.255	90.037	17.017	36.185	46.272	126.222
Monviso	17.329	45.035	9.322	20.196	26.651	65.231
Totale complessivo	84.900	246.565	41.483	99.300	126.383	345.865
Ente di Gestione	2016 - Arrivi - Italia	2016 - Presenze - Italia	2016 - Arrivi - Estero	2016 - Presenze - Estero	2016 - Arrivi - Totale	2016 - Presenze - Totale
Alpi Marittime	40.949	121.641	13.934	42.899	54.883	164.540
Comune di Cuneo	30.502	87.724	17.217	39.608	47.719	127.332
Monviso	21.064	46.995	11.425	23.968	32.489	70.963
Totale complessivo	92.515	256.360	42.576	106.475	135.091	362.835
Ente di Gestione	2017 - Arrivi - Italia	2017 - Presenze - Italia	2017 - Arrivi - Estero	2017 - Presenze - Estero	2017 - Arrivi - Totale	2017 - Presenze - Totale
Alpi Marittime	44.631	123.205	16.708	53.364	61.339	176.569
Comune di Cuneo	31.427	91.192	19.914	45.967	51.341	137.159
Monviso	19.725	47.354	10.188	22.503	29.913	69.857
Totale complessivo	95.783	261.751	46.810	121.834	142.593	383.585

Per quanto riguarda i flussi dei territori dell'Ente di gestione delle Alpi Marittime, l'andamento dei movimenti turistici ha registrato un picco nell'ultimo anno (nel 2017 circa 61.000 arrivi e 176.000 presenze) dovuto a un incremento dei flussi italiani (oltre 3.000 arrivi e circa 2.000 presenze in più rispetto all'anno precedente) e a un buon riscontro dei flussi esteri (circa 3.000 arrivi e 10.000 presenze in più rispetto al 2016). Il territorio dell'Ente di gestione del Parco del Monviso presenta numeri decisamente più contenuti coerentemente con la consistenza dell'offerta ricettiva dell'area. A consuntivo 2017 si registrano oltre 30.000 arrivi e circa 70.000 pernottamenti.

Grafico 7. Flussi turistici, arrivi sul territorio degli Enti di gestione

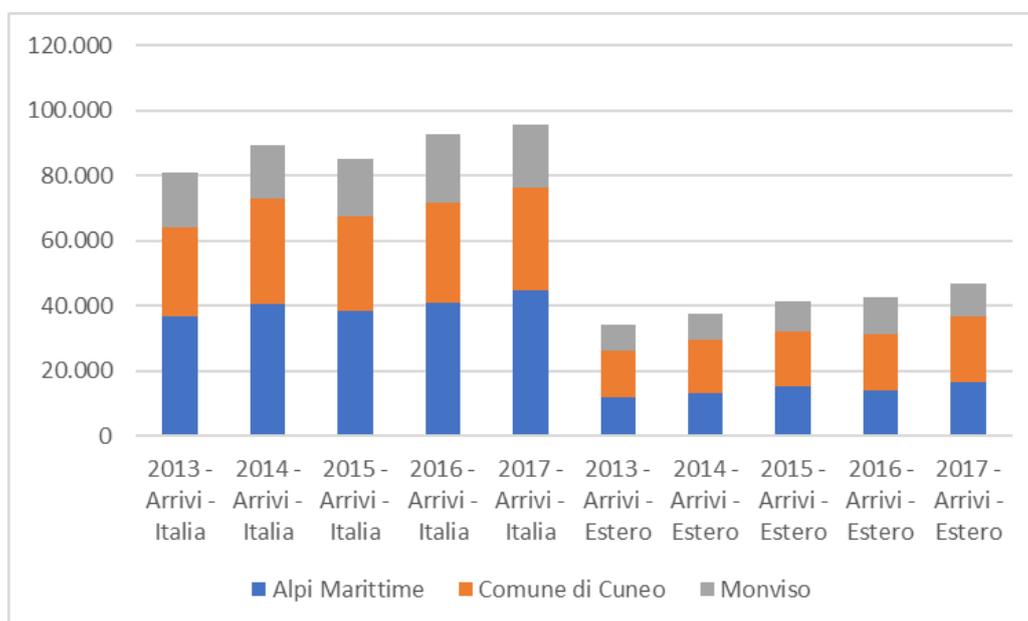
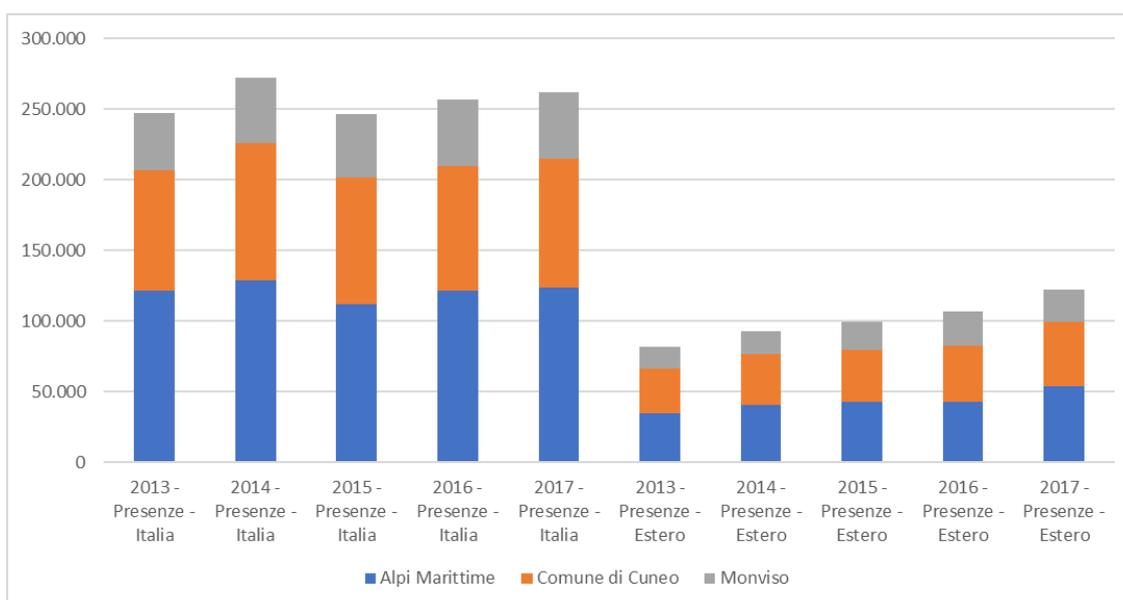


Grafico 8. Flussi turistici, presenze sul territorio degli Enti di gestione





2. Gli stakeholder del territorio dei Parchi del Cuneese: la filiera turistica (approfondimento del paragrafo 6.2 del Quaderno 34)

Per analizzare il sistema attuale del turismo nel territorio dei Parchi, valutare la visione degli operatori della filiera e le aspettative future si sono individuati alcuni operatori *opinion leader* a cui è stata rivolta un'intervista strutturata per indagare:

- l'importanza del Parco come risorsa e componente dell'offerta turistica proposta ai propri clienti;
- il sistema turistico in cui operano;
- le opportunità e le minacce del mercato;
- mercati di provenienza e segmenti su cui si focalizza la loro attività e mercati e segmenti su cui intendono investire;
- le azioni di promo-comunicazione;
- gli strumenti di formazione utilizzati.

L'intervista è stata realizzata tramite contatto diretto, telefonico o con visita presso l'operatore, facendo riferimento a tutti i Parchi oggetto dell'indagine e/o al Parco entro il quale si sviluppa l'attività dello stakeholder interessato. Complessivamente sono stati coinvolti 16 operatori comprendenti l'Ente turistico locale, un Consorzio turistico, un Tour operator dell'*incoming*, una serie di strutture ricettive e ristorative, guide naturalistiche.



Tabella 4. Stakeholder coinvolti nell'indagine sulla filiera turistica

Parco di riferimento	Tipologia Operatore	Nome Operatore
Tutti i Parchi	Ente turistico locale	ATL di Cuneo
Tutti i Parchi	Consorzio turistico	ConiTours
Tutti i Parchi	Tour operator dell'incoming	In Site Tours
Parco fluviale del Po	Tour operator dell'incoming	In Site Tours
Marittime e Marguareis	Struttura ricettiva - Rifugio	Rifugio Don Barbera
Marittime e Marguareis	Struttura ricettiva – Campeggio	Campeggio Valle Gesso
Marittime e Marguareis	Struttura ricettiva - CAV	La Casa Alpina
Marittime e Marguareis	Struttura ricettiva - RTA	La Casa Regina
Marittime e Marguareis	Ristorante trattoria	La Pace
Marittime e Marguareis	Guida naturalistica	Irene Borgna
Monviso	Struttura ricettiva - Rifugio	Rifugio Galaberna
Monviso	Struttura ricettiva - b&b	B&B La Tana del Ghiro
Monviso	Struttura ricettiva - b&b	Rifugio Quintino Sella (Posto Tappa GTA)
Monviso	Trattoria	Baita della Polenta (Posto Tappa GTA)
Monviso	Struttura ricettiva - rifugio	Baita Pian Muné
Monviso	Trattoria	Locanda La Peiro Grosso
Monviso	Guide naturalistiche	Vesulus

3. Indagine sui visitatori dei Parchi del Cuneese (approfondimento del paragrafo 6.3.1 del Quaderno 34)

Per conoscere i visitatori dei Parchi del Cuneese è stata realizzata un'indagine strutturata con diverse metodologie e strumenti che ha consentito di raccogliere oltre 650 interviste utili per l'analisi della domanda.

In particolare, per ottenere una fotografia del visitatore nel periodo estivo, è stata sviluppata un'indagine sul campo attraverso interviste *face-to-face* condotte da un ricercatore nel mese di agosto 2016 e durante l'estate 2017 sulla base di un questionario strutturato. Per i visitatori dell'estate 2017, la raccolta dati è stata integrata da una raccolta dati auto compilata veicolata attraverso vari operatori della filiera turistica nel territorio del Parco ai loro clienti/ospiti visitatori.

Per cogliere il profilo di fruizione del visitatore nella stagione invernale è stata concordata, con i referenti dell'Ente di gestione del Parco delle Alpi Marittime e Marguareis, una fase di indagine sul pubblico delle vacanze natalizie 2016 attraverso un questionario auto compilato disponibile in tre lingue (IT, EN, FR).

Infine, per cogliere un più ampio campione di fruitori dei Parchi nel 2016, è stata lanciata una *survey* online con la collaborazione della redazione di *Piemonte Parchi* – rivista del settore regionale Biodiversità e aree naturali, attraverso l'impostazione di un questionario di tipo *google-docs* in lingua italiana, rivolto al pubblico più ampio raggiunto attraverso i canali di comunicazione della redazione e quelli delle redazioni dei Parchi piemontesi (newsletter, canali social media, siti web, banche dati contatti visitatori, ecc.).

Complessivamente l'indagine offre molti spunti di riflessione a partire dagli indicatori di profilo e tipologia di fruizione per arrivare al livello di soddisfazione della visita, ai commenti e alle osservazioni.

3.1 Metodologia

La metodologia implementata ha previsto una raccolta dati strutturata attraverso l'impiego di una traccia di intervista e di questionari auto compilati su carta e online. Le tracce di intervista sono state messe a punto in relazione alla stagione/modalità di somministrazione validate sia dai referenti dei Parchi ovvero dai referenti della redazione *Piemonte Parchi*.

Tabella 5. Indagine sui visitatori: metodologia e profilo degli intervistati

Periodo di indagine	Visitatori	Luoghi	Metodologia	Numero interviste utili	Profilo intervistati
Agosto 2016	Pubblico del Parco Alpi Marittime e Marguareis	Entracque Valdieri	Intervista <i>face-to-face</i> con traccia strutturata	82	Sesso: femmine (50%) e maschi (50%) Fasce di età prevalenti: 41-50 (33%), 51-65 (31%) e over 65 (20%) Titoli di studio prevalenti: scuola media superiore (41%) e laurea (34%) Occupazioni prevalenti: impiegato/insegnante (41%), pensionato (26%)
	Pubblico del Parco del Monviso	Casteldelfino Sampeyre	Intervista <i>face-to-face</i> con traccia strutturata	34	
Vacanze natalizie 2016	Pubblico del Parco Alpi Marittime e Marguareis	Vari del territorio	Questionario auto compilato (a risposta multipla)	67	Sesso: femmine (48%) e maschi (52%) Fasce di età prevalenti: 41-50 (28%), 31-40 (25%) e <30 (23%) Titoli di studio prevalenti: scuola media superiore (52%) e laurea (40%) Occupazioni prevalenti: impiegato/insegnante (43%), dirigente/imprenditore/libero professionista (18%), pensionato (15%)
Anno 2016	Pubblico del Parco Alpi Marittime e Marguareis e del Parco del Monviso	Rete internet (pubblico italiano)	Questionario auto compilato (a risposta multipla)	126	Sesso: femmine (35%) e maschi (65%) Fasce di età prevalenti: 51-60 (28%), 41-50 (24%), 31-40 (20%) Titoli di studio prevalenti: laurea (51%), scuola media superiore (43%) Occupazioni prevalenti: impiegato/insegnante (41%), dirigente/imprenditore/libero professionista (20%), pensionato (15%)
Estate 2017	Pubblico del Parco Alpi Marittime e Marguareis e del Parco del Monviso	Vari del territorio	Interviste <i>face-to-face</i> auto compilato (a crocetta) sulla base della medesima traccia strutturata	347	Sesso: femmine (45,5%), maschi (54,5%) Fasce di età prevalenti: 51-65 (30%), 41-50 (28%), <30 (16,5%) Titoli di studio prevalenti: laurea (49%), scuola media superiore (41%) Occupazioni prevalenti: impiegato/insegnante (32%), dirigente/imprenditore/libero professionista (23%), pensionato (12%)
Totale interviste				656	

I risultati dell'indagine vengono riportati con riferimento ai quattro periodi oggetto della stessa e sono presentati in forma di tabella e di grafico, prendendo in considerazione tutti gli elementi che sono stati oggetto della ricerca.



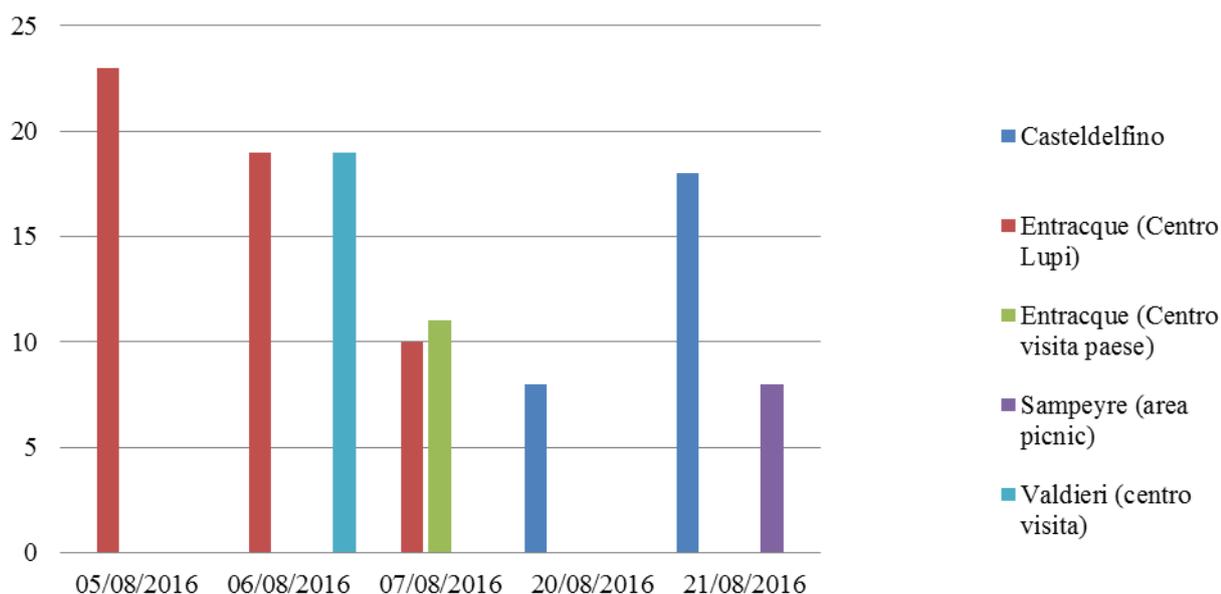
3.2 Indagine condotta nel mese di agosto 2016: risultati e principali evidenze

Nel mese di agosto 2016 i questionari sono stati somministrati in luoghi concordati con gli Enti di gestione, al fine di massimizzare le possibilità di intercettare il flusso dei visitatori.

Tabella 6. Distribuzione delle interviste (agosto 2016)

Luogo	05/08	06/08	07/08	20/08	21/08	Totale complessivo
Entracque (Centro Lupi)	23	19	10			52
Casteldelfino				8	18	26
Valdieri (centro visita)		19				19
Entracque (Centro visita paese)			11			11
Sampeyre (area picnic)					8	8
Totale complessivo	23	38	21	8	26	116

Figura 9. Distribuzione delle interviste (agosto 2016)



3.2.1 Profilo degli intervistati

Tabella 7. Provenienza dei visitatori per regione e provincia o Stato estero (agosto 2016)

Regione/Stato estero	Provincia	Totale
Piemonte	Alessandria	4
	Asti	9
	Cuneo	31
	Novara	1
	Torino	21
Liguria	Genova	16
	Imperia	3
	Savona	12
Lazio	Roma	4
	Viterbo	1
Emilia Romagna	Bologna	1
	Reggio Emilia	1
Toscana	Firenze	1
	Prato	1
Sardegna	Cagliari	1
	Medio Campidano	1
Olanda		5
Francia		1
Germania		2
Totale complessivo		116

Figura 10. Provenienza dei visitatori per regione o Stato estero (agosto 2016)

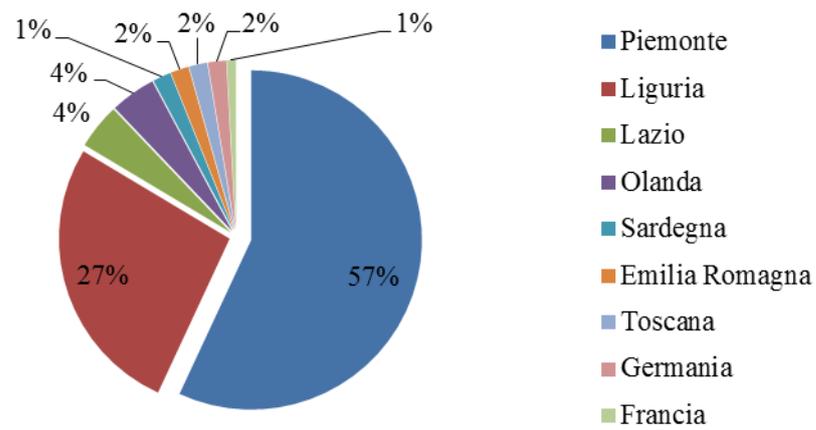
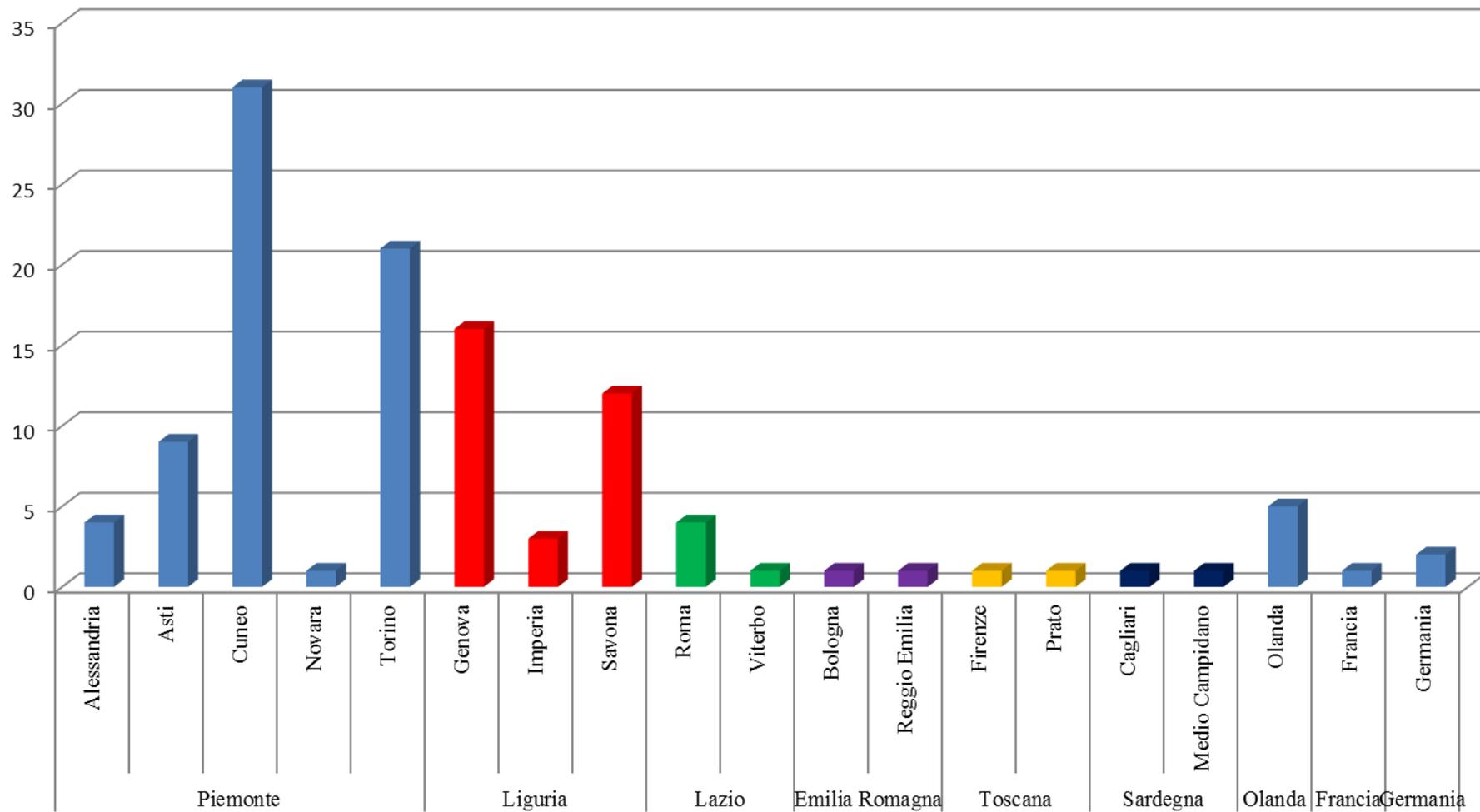




Figura 11. Distribuzione delle provenienze dei visitatori per regione e provincia o Stato estero (agosto 2016)



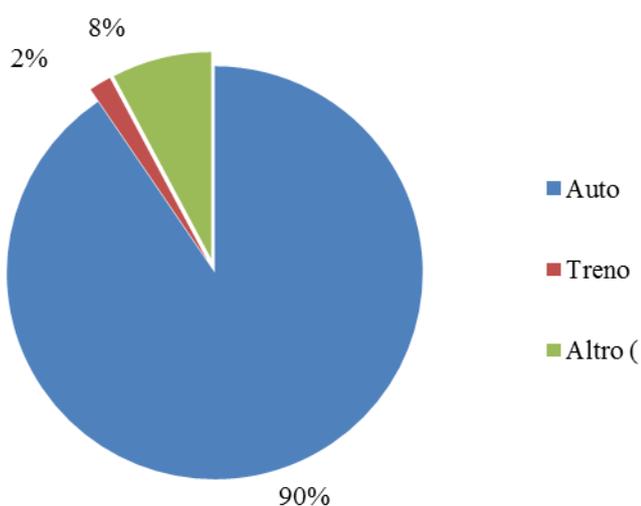
3.2.2 Risultati delle interviste

Il mezzo di trasporto principale utilizzato dai visitatori per raggiungere il Parco è stata l'autovettura privata.

Tabella 8. Mezzo di trasporto principale utilizzato dai visitatori per raggiungere il Parco (agosto 2016)

Mezzo di trasporto	Totale
Auto	105
Altro (camper, moto, bici)	9
Treno	2
Totale complessivo	116

Figura 12. Mezzo di trasporto principale utilizzato dai visitatori per raggiungere il Parco (agosto 2016)

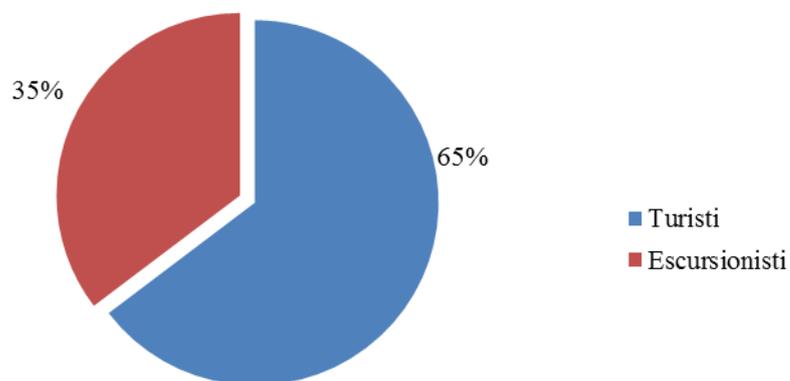


Il 65% degli intervistati è rappresentato da turisti, ovvero persone che hanno pernottato almeno una notte fuori casa.

Tabella 9. Tipo di visitatore (agosto 2016)

Tipo di visitatore	Totale
Turisti	75
Escursionisti	41
Totale complessivo	116

Figura 13. Tipo di visitatore (agosto 2016)

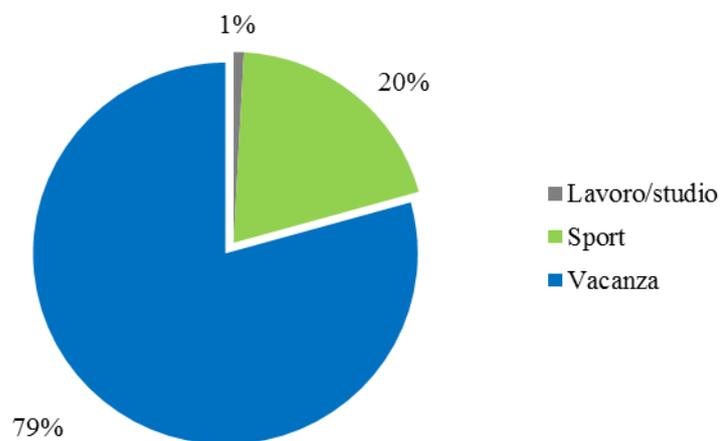


I visitatori intervistati erano in visita al Parco prevalentemente per vacanza (che includeva anche l'attività sportiva, se non prevalente) e per fare sport.

Tabella 10. Motivo principale della visita (agosto 2016)

Motivo del soggiorno	Totale
Vacanza	92
Sport	23
Lavoro/studio	1
Totale complessivo	116

Figura 14. Motivo principale della visita (agosto 2016)

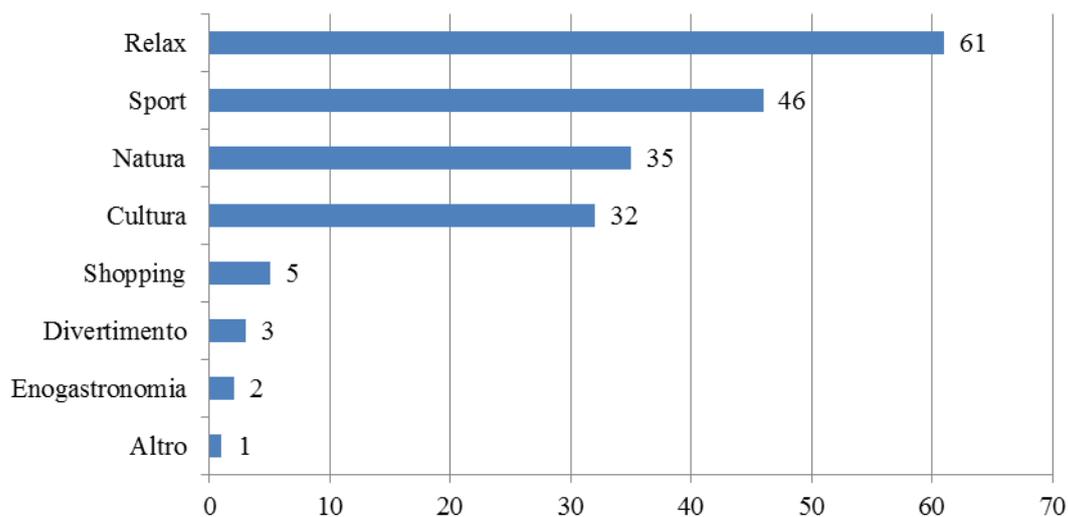


Le principali motivazioni di coloro che erano in vacanza sono rappresentate da relax, attività sportiva, contatto con la natura e cultura.

Tabella 11. Motivazione della vacanza (più risposte possibili) (agosto 2016)

Motivazione di Vacanza	Totale
Relax	61
Sport	46
Natura	35
Cultura	32
Shopping	5
Divertimento	3
Enogastronomia	2
Altro	1

Figura 15. Motivazione della vacanza (più risposte possibili) (agosto 2016)

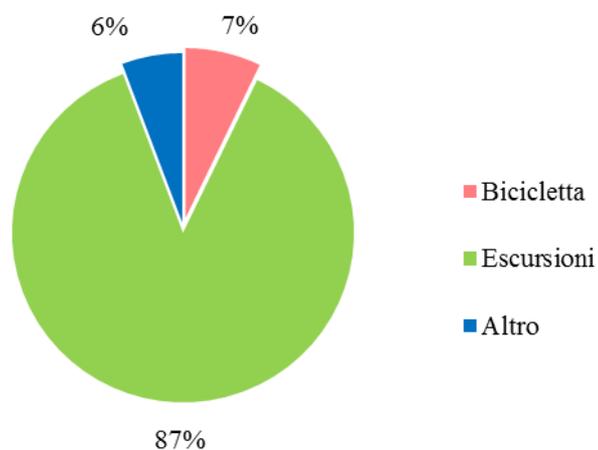


L'attività sportiva praticata con più frequenza è l'escursione a piedi.

Tabella 12. Attività sportiva praticata (agosto 2016)

Sport Praticato	Totale
Escursioni	61
Bicicletta	5
Altro	4

Figura 16. Attività sportiva praticata (agosto 2016)

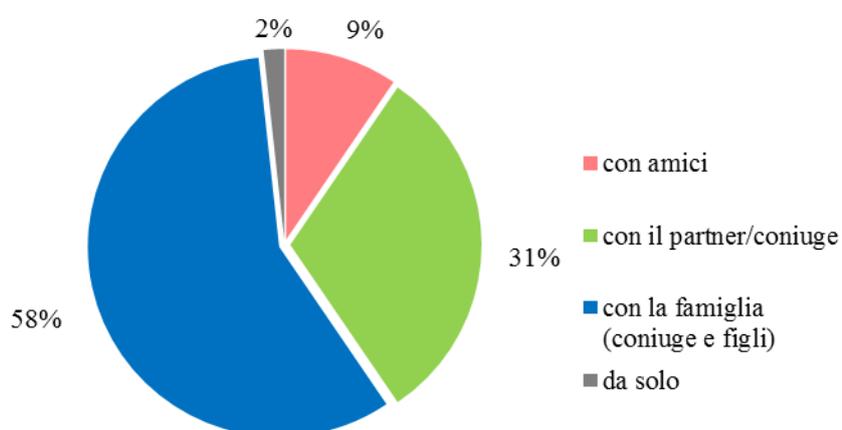


I visitatori si trovano prevalentemente in visita al Parco con la propria famiglia.

Tabella 13. Con chi viene visitato il Parco (agosto 2016)

Compagnia durante la visita	Totale
con la famiglia (coniuge e figli)	67
con il partner/coniuge	36
con amici	11
da solo	2
Totale complessivo	116

Figura 17. Con chi viene visitato il Parco (agosto 2016)



I turisti, in prevalenza, soggiornano fuori casa presso il Parco o nel Cuneese un tempo pari o superiore alle cinque notti; rientrano in questo dato anche coloro che sono in visita al Parco e che trascorrono le vacanze estive presso la propria seconda casa o presso parenti/amici, che risulta essere la voce principale in termini di struttura presso il quale si pernotta.

Tabella 14. Distribuzione della permanenza dei turisti (agosto 2016)

Numero di notti	Totale
1 notte	5
2 notti	11
3 notti	3
4 notti	3
5 o più notti	53
Totale complessivo	75

Figura 18. Distribuzione della permanenza dei turisti (agosto 2016)

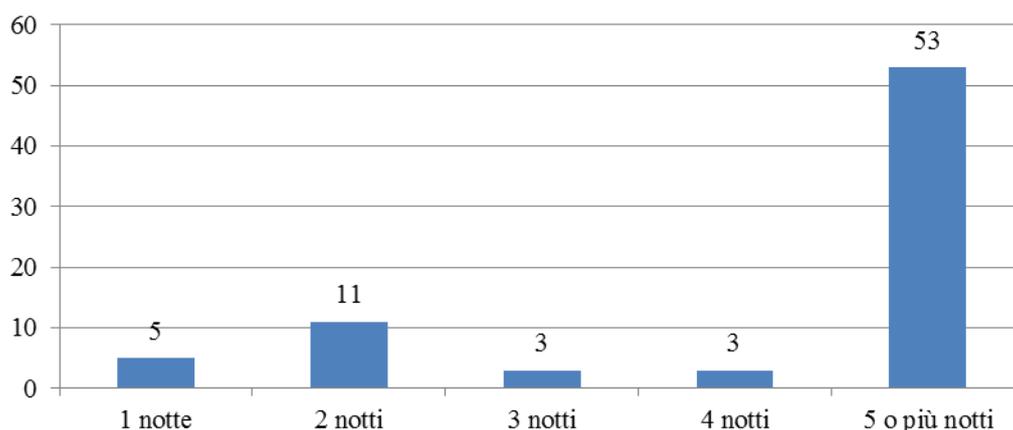


Tabella 15. Struttura di pernottamento dei turisti (agosto 2016)

Tipo di struttura	Totale
Casa di proprietà (seconda casa) / casa in affitto	34
Campeggio	12
Hotel	9
Rifugi	8
Presso amici o parenti	7
Residence	2
B&B	2
Agriturismo	1
Totale complessivo	75

Figura 19. Struttura di pernottamento dei turisti (agosto 2016)

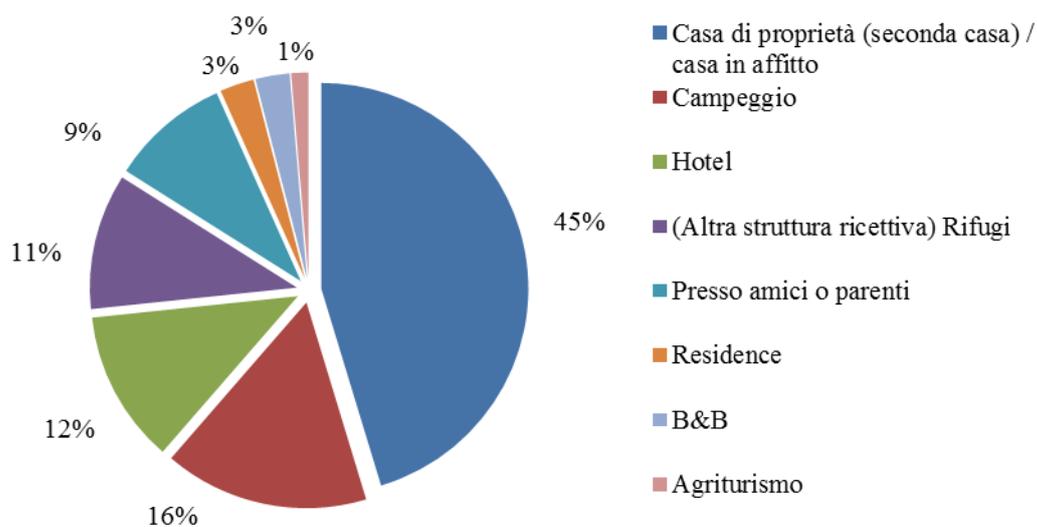
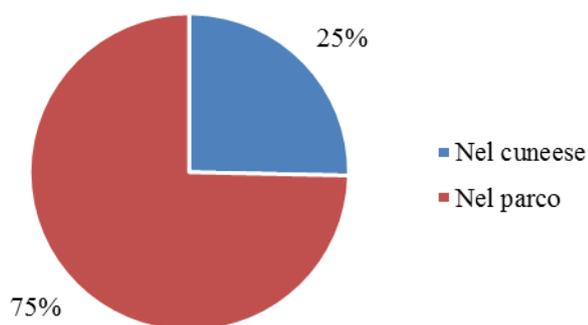


Tabella 16. Luogo di pernottamento dei turisti (agosto 2016)

Luogo	Totale
Nel Parco	56
Nel cuneese	19
Totale complessivo	75

Figura 20. Luogo di pernottamento dei turisti (agosto 2016)





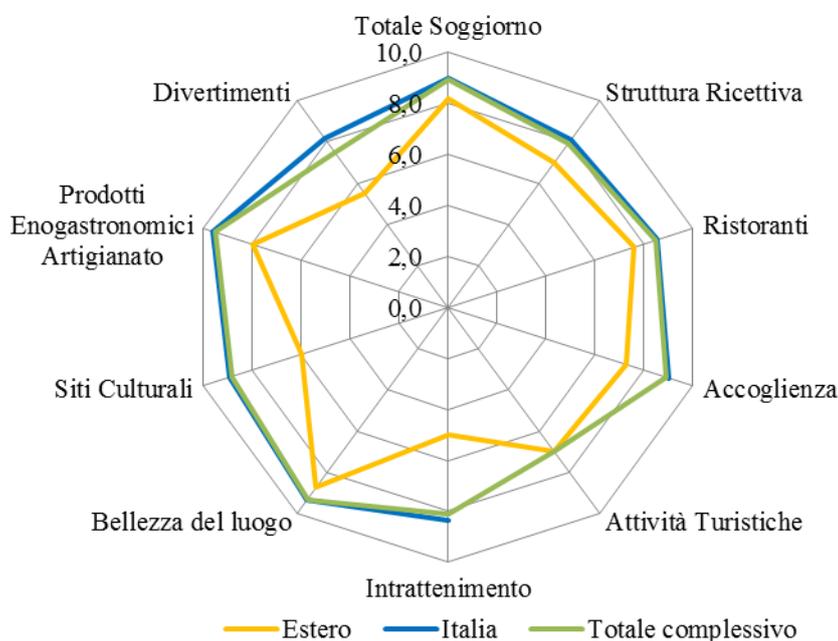
È stato effettuato con particolare attenzione un monitoraggio circa il gradimento da parte dei visitatori su alcuni aspetti principali legati all'esperienza di visita e di soggiorno, per individuare punti di forza e di debolezza. Da rilevare che, mediamente, i giudizi degli stranieri sono più bassi rispetto a quelli degli italiani.

Considerando i visitatori nel loro insieme, ovvero turisti ed escursionisti italiani e stranieri, tra le voci con il maggior numero di rispondenti figurano il soggiorno nel suo complesso, con un giudizio medio pari a 8,9, e la bellezza dei luoghi con un giudizio medio di 9,3. L'accoglienza è giudicata con un voto medio di 9 da parte degli italiani e di 7,3 da parte degli stranieri.

Tabella 17. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte dei visitatori (agosto 2016)

Aspetto	Provenienza			Rispondenti		
	Eestero	Italia	Totale complessivo	Eestero	Italia	Totale complessivo
Totale Soggiorno	8,1	9,0	8,9	7	105	112
Struttura Ricettiva	7,0	8,1	7,9	5	22	27
Ristoranti	7,6	8,6	8,5	5	47	52
Accoglienza	7,3	9,0	8,9	4	70	74
Attività Turistiche	7,0		7,0	1		1
Intrattenimento	5,0	8,3	8,1	1	12	13
Bellezza del luogo	8,7	9,4	9,3	7	97	104
Siti Culturali	6,0	9,0	8,8	1	24	25
Prodotti enogastronomici e artigianato	8,0	9,6	9,5	1	14	15
Divertimenti	5,5	8,2	7,5	2	6	8

Figura 21. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte dei visitatori (agosto 2016)



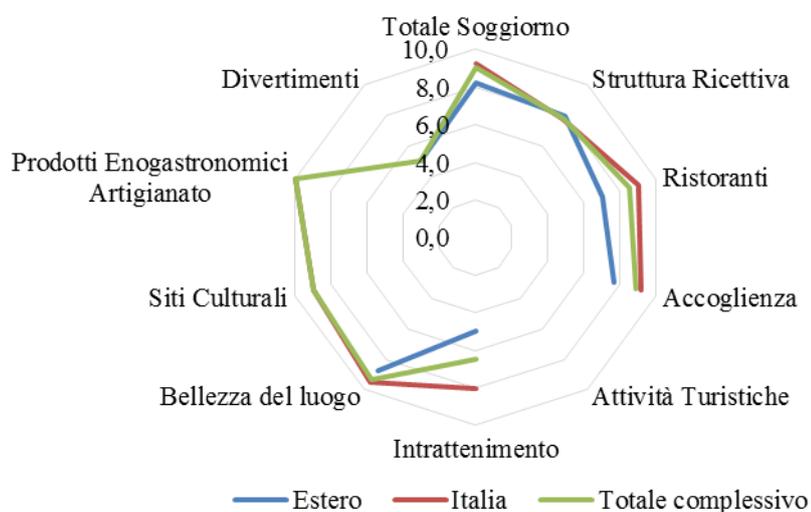
I turisti alla prima visita giudicano in modo particolarmente positivo la bellezza del luogo, il soggiorno nel suo complesso e l'accoglienza.

Tabella 18. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte dei turisti alla prima visita (agosto 2016)

Aspetto	Provenienza			Rispondenti		
	Estero	Italia	Totale	Estero	Italia	Totale
Totale Soggiorno	8,3	9,3	9,1	4	15	19
Struttura Ricettiva	8,0	7,8	7,8	2	11	13
Ristoranti	7,0	9,0	8,5	2	6	8
Accoglienza	7,7	9,1	8,9	3	14	17
Attività Turistiche						
Intrattenimento	5,0	8,0	6,5	1	1	2
Bellezza del luogo	8,8	9,5	9,3	4	15	19
Siti Culturali		9,0	9,0		5	5
Prodotti enogastronomici e artigianato		10,0	10,0		1	1
Divertimenti	5,0		5,0	1		1



Figura 22. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte dei turisti alla prima visita (agosto 2016)

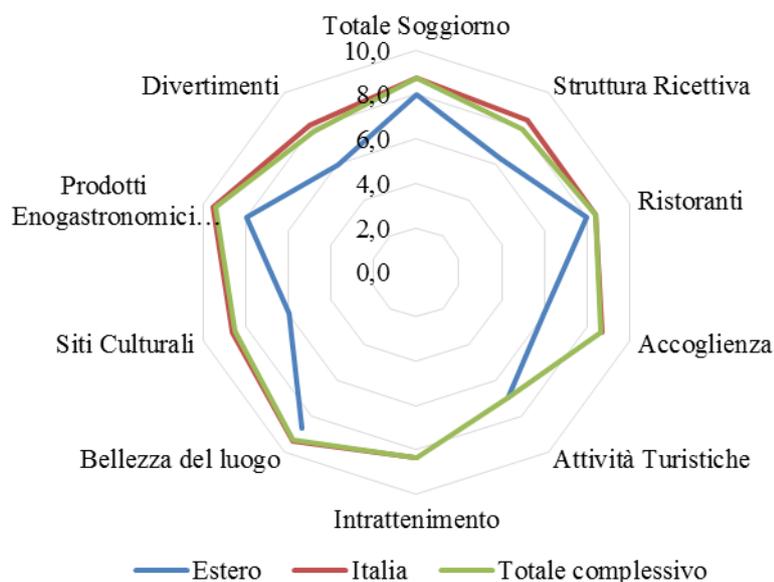


Tra i turisti con conoscenza pregressa, il maggior divario tra i giudizi degli italiani e quello degli stranieri si registra con riferimento alla struttura ricettiva ed all'accoglienza.

Tabella 19. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte dei turisti con conoscenza pregressa (agosto 2016)

Aspetto	Provenienza			Rispondenti		
	Estero	Italia	Totale complessivo	Estero	Italia	Totale complessivo
Totale Soggiorno	8,0	8,8	8,7	3	49	52
Struttura Ricettiva	6,3	8,5	8,0	3	11	14
Ristoranti	8,0	8,4	8,4	3	33	36
Accoglienza	6,0	8,7	8,7	1	38	39
Attività Turistiche	7,0		7,0	1		1
Intrattenimento		8,4	8,4		11	11
Bellezza del luogo	8,7	9,4	9,3	3	46	49
Siti Culturali	6,0	8,7	8,5	1	15	16
Prodotti enogastronomici e artigianato	8,0	9,5	9,4	1	11	12
Divertimenti	6,0	8,2	7,9	1	6	7

Figura 23. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte dei turisti con conoscenza pregressa (agosto 2016)

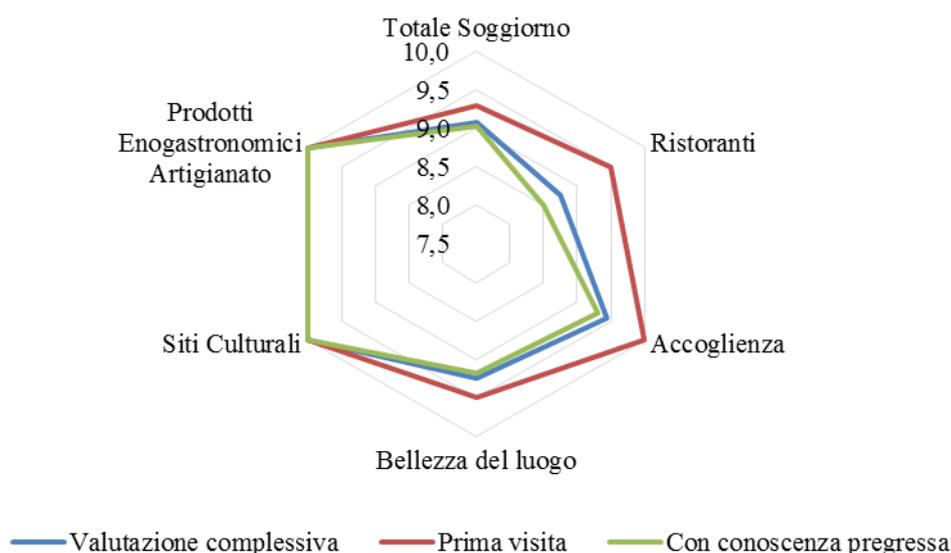


Gli escursionisti, sia italiani che stranieri, hanno giudizi mediamente molto positivi.

Tabella 20. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte degli escursionisti (agosto 2016)

Aspetto	Valutazione escursionisti			Rispondenti		
	Valutazione complessiva	Prima visita	Con conoscenza pregressa	Valutazione complessiva	Prima visita	Con conoscenza pregressa
Totale Soggiorno	9,1	9,3	9,0	41	7	33
Ristoranti	8,8	9,5	8,5	8	2	6
Accoglienza	9,4	10,0	9,3	18	4	13
Bellezza del luogo	9,3	9,5	9,2	36	6	29
Siti Culturali	10,0	10,0	10,0	4	2	2
Prodotti Enogastronomici Artigianato	10,0	10,0	10,0	2	1	1
Struttura Ricettiva						
Attività Turistiche						
Intrattenimento						
Divertimenti						

Figura 24. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte degli escursionisti (agosto 2016)

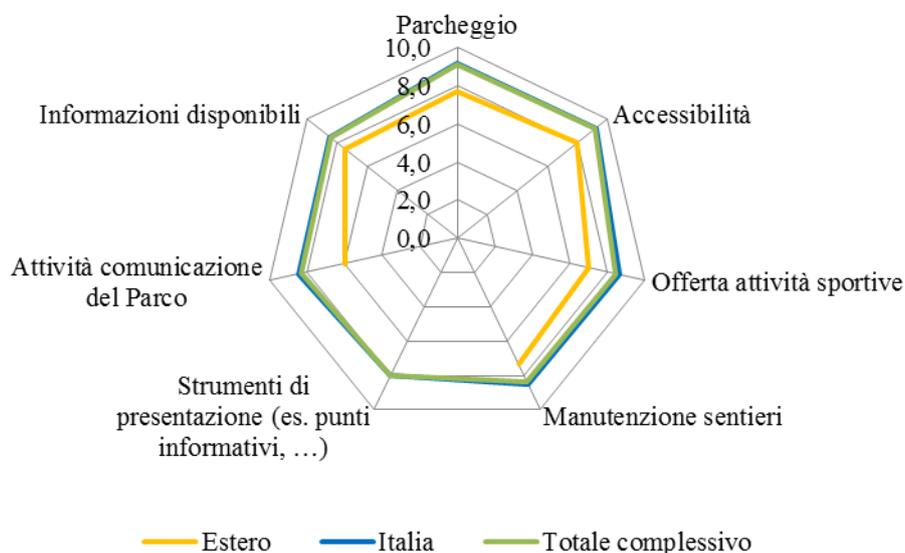


In aggiunta agli aspetti del soggiorno e della visita, l'indagine è stata rivolta anche alla valutazione di alcuni aspetti legati al Parco, con particolare riferimento all'accessibilità, alle attività del Parco e agli strumenti di presentazione e informazione messi a disposizione. Da rilevare anche in questo caso che i giudizi degli stranieri sono mediamente inferiori rispetto a quelli degli italiani, come nel caso del parcheggio, dove il voto medio degli italiani è 9,2 contro un 7,7 degli stranieri, dell'offerta di attività sportive, con un voto medio degli italiani di 8,7 contro un 7 degli stranieri, delle informazioni disponibili, con un voto medio degli italiani pari a 8,5 contro un 7,5 degli stranieri.

Tabella 21. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei visitatori (agosto 2016)

Aspetto del Parco	Provenienza			Rispondenti		
	Eestero	Italia	Totale complessivo	Eestero	Italia	Totale complessivo
Parcheggio	7,7	9,2	9,1	6	88	94
Accessibilità	8,0	9,3	9,2	7	99	106
Offerta attività sportive	7,0	8,7	8,5	4	28	32
Manutenzione sentieri	7,3	8,5	8,4	3	35	38
Strumenti di presentazione		8,0	8,0		4	4
Attività di comunicazione	6,0	8,5	8,3	2	41	43
Informazioni disponibili	7,5	8,5	8,4	6	78	84

Figura 25. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei visitatori (agosto 2016)



Tra i turisti stranieri i giudizi sono di livello medio per i diversi aspetti presi in considerazione, sia che si tratti di turisti alla prima visita che di turisti di ritorno. I turisti italiani valutano in modo più che buono l'accessibilità, dato che si deve tenere in considerazione il fatto che, come visto, nove visitatori su dieci raggiungono la destinazione con la propria auto.

Tabella 22. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei turisti (agosto 2016)

Aspetto	Provenienza			Rispondenti		
	Estero	Italia	Totale	Estero	Italia	Totale
Parcheggio	7,7	9,0	8,8	6	51	57
Accessibilità	8,0	9,1	9,0	7	60	67
Offerta attività sportive	7,0	8,7	8,4	4	22	26
Manutenzione sentieri	7,3	8,5	8,4	3	29	32
Strumenti di presentazione		8,0	8,0		4	4
Attività comunicazione	6,0	8,5	8,3	2	32	34
Informazioni disponibili	7,5	8,4	8,4	6	54	60

Figura 26. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei turisti (agosto 2016)

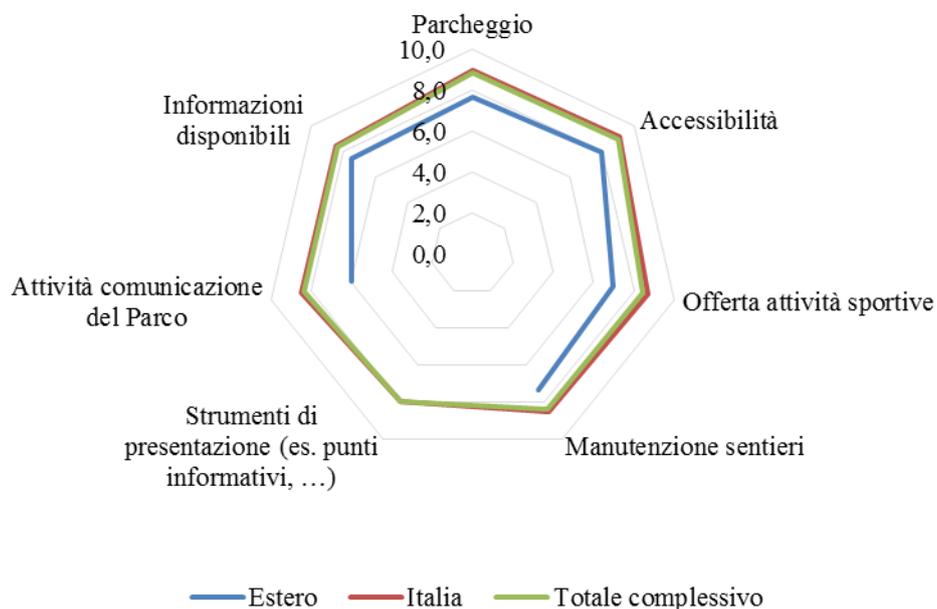


Tabella 23. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei turisti alla prima visita (agosto 2016)

Aspetto	Provenienza			Rispondenti		
	Estero	Italia	Totale	Estero	Italia	Totale
Parcheggio	7,0	9,1	8,7	3	12	15
Accessibilità	8,0	8,7	8,5	4	15	19
Offerta attività sportive	7,5	10,0	8,8	2	2	4
Manutenzione sentieri	7,0	8,3	8,0	1	4	5
Strumenti di presentazione						
Attività comunicazione	6,0	8,3	7,9	2	9	11
Informazioni disponibili	7,3	8,6	8,4	3	14	17

Figura 27. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei turisti alla prima visita (agosto 2016)

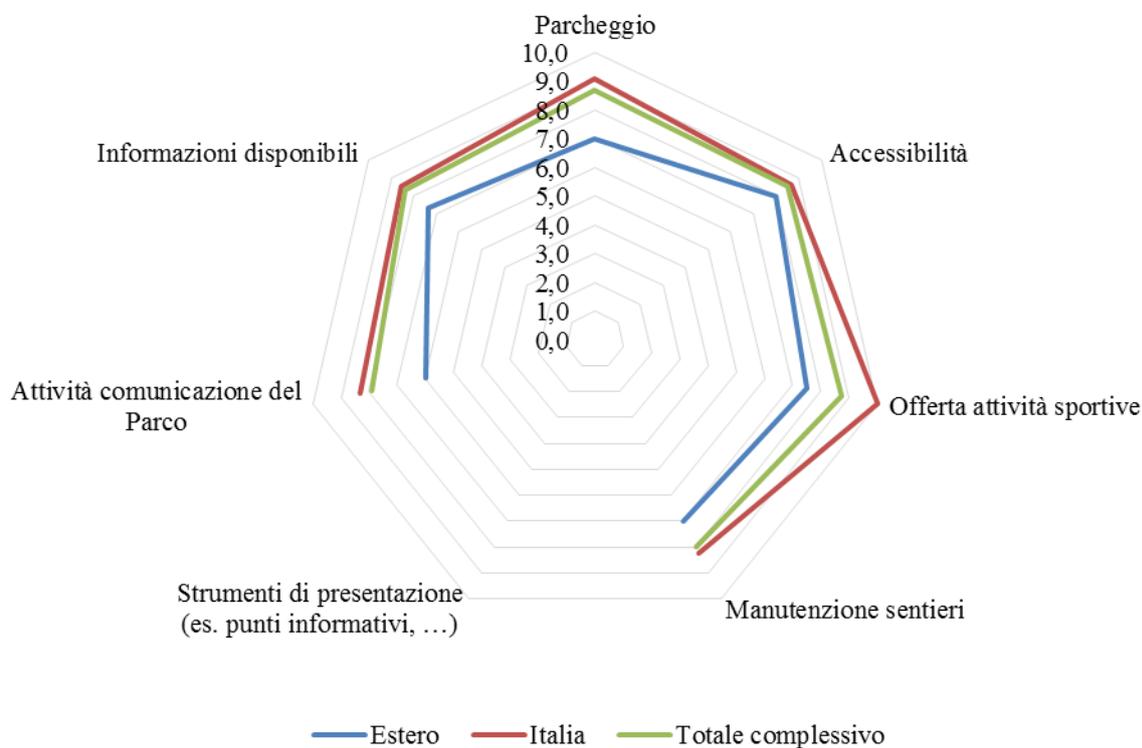
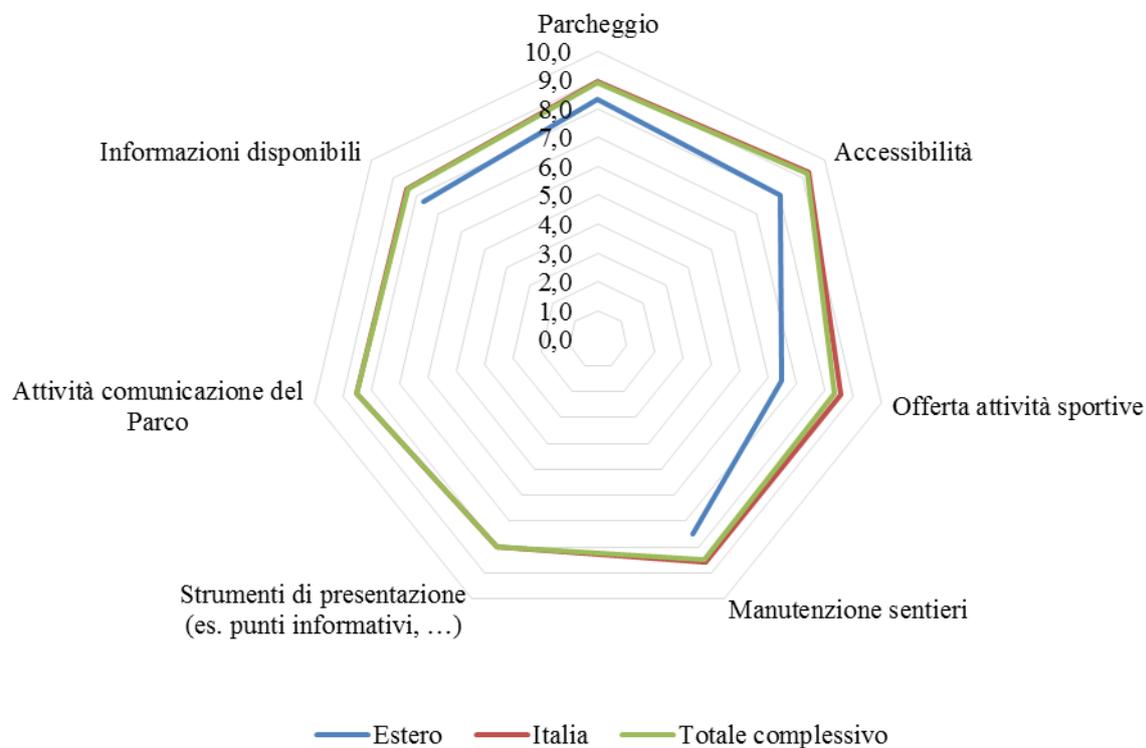


Tabella 24. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei turisti con conoscenza pregressa (agosto 2016)

Aspetto	Provenienza			Rispondenti		
	Estero	Italia	Totale	Estero	Italia	Totale
Parcheggio	8,3	8,9	8,9	3	39	42
Accessibilità	8,0	9,3	9,2	3	45	48
Offerta attività sportive	6,5	8,6	8,4	2	20	22
Manutenzione sentieri	7,5	8,6	8,5	2	25	27
Strumenti di presentazione		8,0	8,0		4	4
Attività comunicazione		8,5	8,5		23	23
Informazioni disponibili	7,7	8,4	8,3	3	40	43

Figura 28. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei turisti con conoscenza pregressa (agosto 2016)

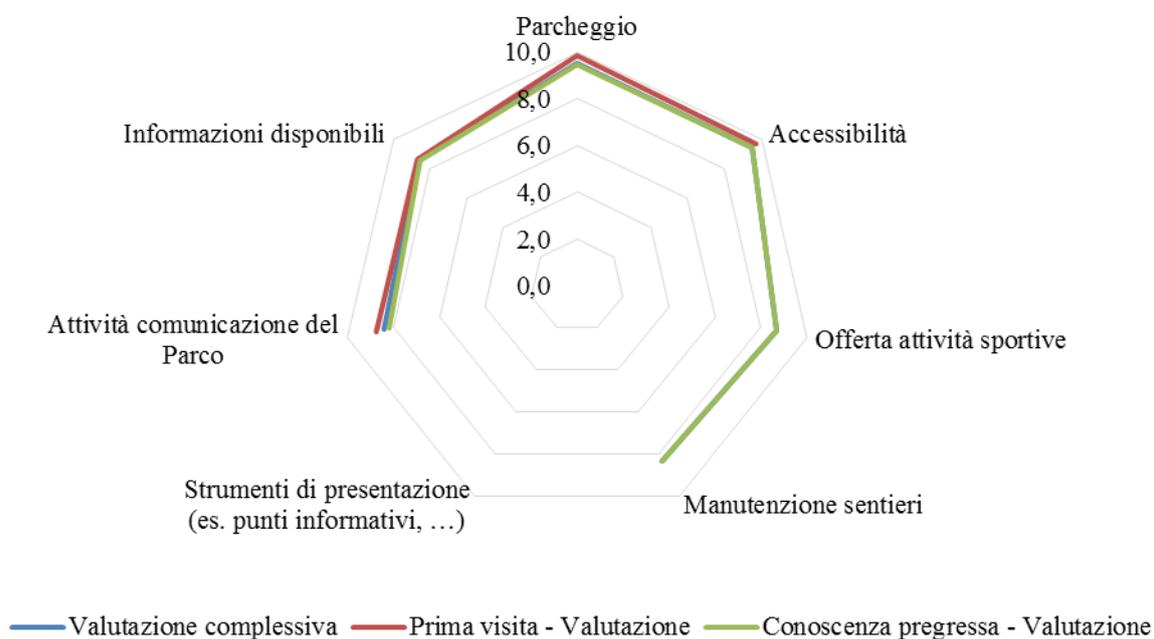


Gli escursionisti sono prevalentemente visitatori di ritorno, ovvero hanno una conoscenza pregressa del Parco; oltre al tema dell'accessibilità, valutano positivamente anche le informazioni disponibili.

Tabella 25. Valutazione degli aspetti del Parco da parte degli escursionisti (agosto 2016)

Aspetto	Valutazione complessiva	Rispondenti	Prima visita - Valutazione	Prima visita - Rispondenti	Conoscenza pregressa - Valutazione	Conoscenza pregressa - Rispondenti
Parcheggio	9,5	36	9,9	7	9,5	29
Accessibilità	9,5	38	9,7	7	9,5	31
Offerta attività sportive	8,7	6			8,7	6
Manutenzione sentieri	8,3	6			8,3	6
Strumenti di presentazione						
Attività comunicazione	8,4	9	8,8	4	8,2	5
Informazioni disponibili	8,6	24	8,7	6	8,6	18

Grafico 29. Valutazione degli aspetti del Parco da parte degli escursionisti (agosto 2016)



Il dato relativo alla spesa viene presentato in forma di spesa media pro-capite giornaliera, con riferimento ai visitatori nel loro insieme e, successivamente, ai turisti e agli escursionisti. Si tratta di un dato indicativo, dal quale risulta un valore poco superiore ai 30,00 euro per quanto riguarda i visitatori nel loro insieme.

Tabella 26. Spesa media pro-capite giornaliera dei visitatori (agosto 2016)

Provenienza	Spesa media pro-capite giornaliera	Spesa minima pro-capite giornaliera	Spesa massima pro-capite giornaliera	Rispondenti
Eestero	€ 48,48	€ 18,75	€ 68,18	6
Italia	€ 28,73	€ 5,83	€ 75,00	32
Totale complessivo	€ 31,85	€ 5,83	€ 75,00	38

Figura 30. Spesa media pro-capite giornaliera dei visitatori (agosto 2016)

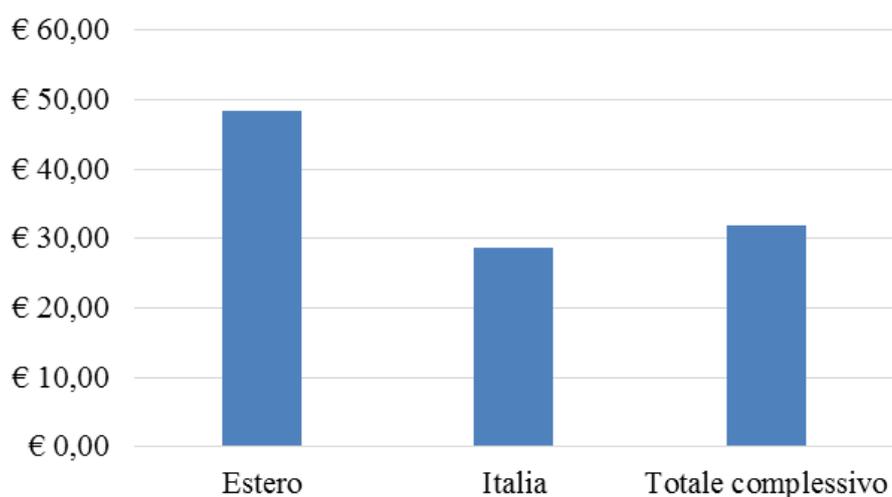


Tabella 27. Spesa media pro-capite giornaliera dei turisti (agosto 2016)

Provenienza	Spesa media pro-capite giornaliera	Spesa minima pro-capite giornaliera	Spesa massima pro-capite giornaliera
Estero	€ 48,48	€ 18,75	€ 68,18
Italia	€ 28,20	€ 5,83	€ 75,00
Totale complessivo	€ 31,58	€ 5,83	€ 75,00

Tabella 28. Spesa media pro-capite giornaliera degli escursionisti (agosto 2016)

Provenienza	Spesa media pro-capite giornaliera	Spesa minima pro-capite giornaliera	Spesa massima pro-capite giornaliera
Italia	€ 36,67	€ 33,33	€ 40,00
Totale complessivo	€ 36,67	€ 33,33	€ 40,00

Si considerano infine i canali di informazione utilizzati dai visitatori per conoscere il Parco e le sue attività. Dalle rilevazioni effettuate nei confronti dei visitatori con conoscenza pregressa emerge che il passaparola svolge un ruolo di primaria importanza, seguito da Internet, che diventa il primo canale tra i turisti. Poco rilevante il ruolo dei social network.

Tabella 29. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori con conoscenza pregressa (agosto 2016)

Canali di informazione	Estero	Italia	Totale
Passaparola		33	33
Internet	1	22	23
Altro (IAT, proloco, "lo conosco da sempre", ...)	1	16	17
Riviste	1	10	11
Social network		1	1
Totale complessivo	3	82	85

Figura 31. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori con conoscenza pregressa (agosto 2016)

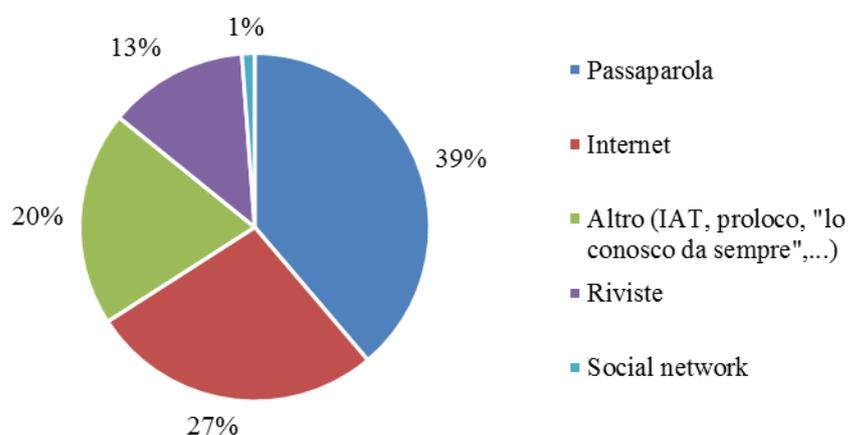


Tabella 30. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei turisti con conoscenza pregressa (agosto 2016)

Canali di informazione	Estero	Italia	Totale
Internet	1	19	20
Altro (IAT, proloco, "lo conosco da sempre",...)	1	11	12
Passaparola		11	11
Riviste	1	8	9
Social network		1	1
Totale complessivo	3	50	53

Tabella 31. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione degli escursionisti con conoscenza pregressa (agosto 2016)

Canali di informazione	Italia
Passaparola	22
Altro (IAT, proloco, "lo conosco da sempre",...)	5
Internet	3
Riviste	2
Totale complessivo	32

Passaparola ed Internet sono i canali principalmente utilizzati anche dai visitatori alla prima visita per informarsi sul Parco o per venire a conoscenza dell'esistenza del Parco stesso.

Tabella 32. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori alla prima visita (agosto 2016)

Canali di informazione	Eestero	Italia	Totale
Passaparola	2	11	13
Internet	1	9	10
Altro	1	3	4
Riviste	1		1
Totale complessivo	5	23	28

Figura 32. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori alla prima visita (agosto 2016)

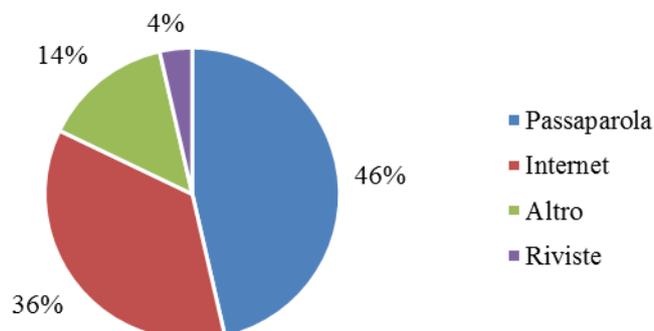




Tabella 33. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei turisti alla prima visita (agosto 2016)

Canali di informazione	Eestero	Italia	Totale
Internet	1	7	8
Passaparola	2	6	8
Altro	1	3	4
Riviste	1		1
Totale complessivo	5	16	21

Tabella 34. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione degli escursionisti alla prima visita (agosto 2016)

Canali di informazione	Italia
Passaparola	5
Internet	2
Totale complessivo	7

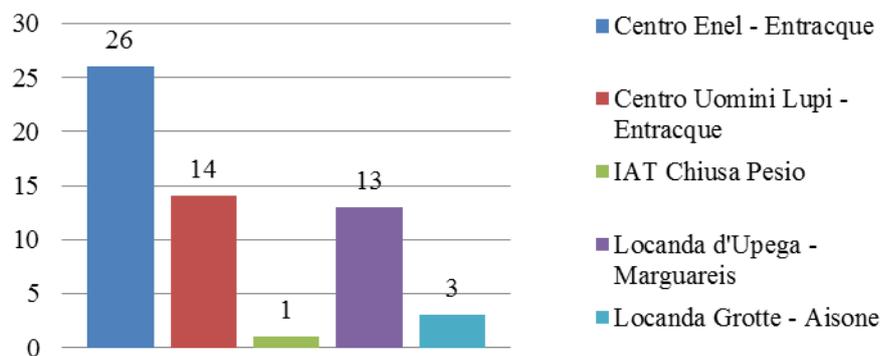
3.3 Indagine condotta nelle vacanze natalizie 2016: risultati e principali evidenze

Nelle vacanze natalizie del 2016 i questionari sono stati messi a disposizione dei visitatori per l'auto compilazione presso alcuni punti ritenuti strategici in accordo con l'Ente di gestione del Parco delle Alpi Marittime e Marguareis.

Tabella 35. Distribuzione delle interviste, vacanza natalizie 2016

Luogo	Natale 2016
Centro Enel - Entracque	26
Centro Uomini Lupi - Entracque	14
Locanda d'Upega - Marguareis	13
Palanfrè	10
Locanda Grotte - Aisone	3
IAT Chiusa Pesio	1
Totale complessivo	67

Figura 33. Distribuzione delle interviste, vacanza natalizie 2016





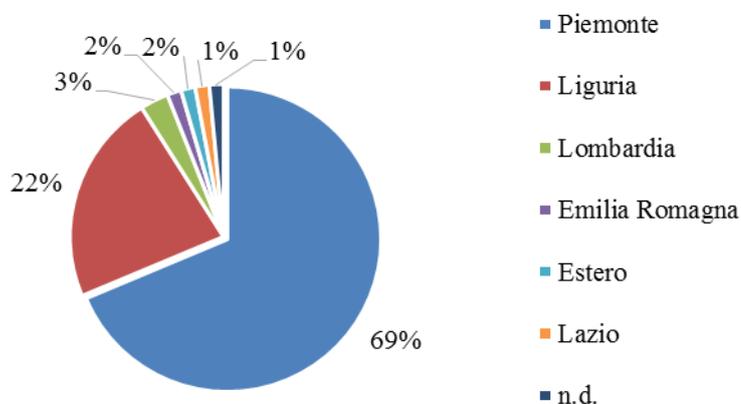
3.3.1 Profilo degli intervistati

I visitatori del campione sono italiani di provenienza da Piemonte e Liguria.

Tabella 36. Distribuzione delle provenienze dei visitatori per regione e provincia o Stato estero, agosto 2016, vacanze natalizie 2016

Regione italiana / Stato estero	Provincia	Totale
Piemonte	Alessandria	3
	Asti	2
	Cuneo	29
	Torino	12
Liguria	Genova	3
	Imperia	7
	Savona	5
Lombardia	Milano	1
	Varese	1
Lazio	Frosinone	1
Emilia Romagna	Bologna	1
Estero	Estero	1
n.d.	n.d.	1
Totale complessivo		67

Figura 34. Provenienza dei visitatori per regione o Stato estero, vacanze natalizie 2016



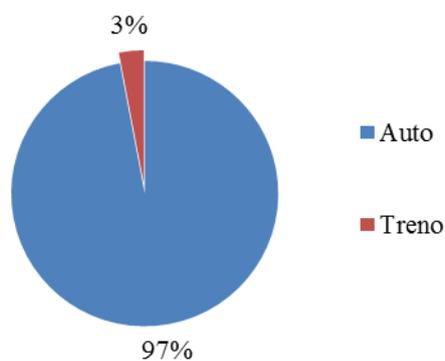
Il mezzo di trasporto principale è l'autovettura privata.

3.3.2 Risultati delle interviste

Tabella 37. Mezzo di trasporto principale utilizzato dai visitatori per raggiungere il Parco, vacanze natalizie 2016

Mezzo di trasporto	Totale
Auto	65
Treno	2
Totale complessivo	67

Figura 35. Mezzo di trasporto principale utilizzato dai visitatori per raggiungere il Parco, vacanze natalizie 2016

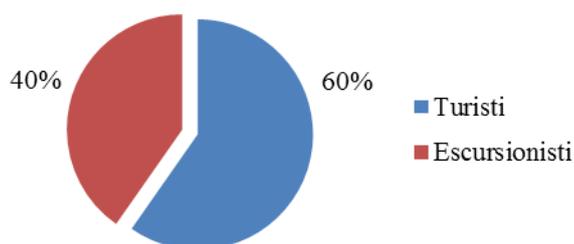


Durante le vacanze natalizie, in base ai dati raccolti dai visitatori con l'autocompilazione dei questionari, il 60% è turista, ovvero pernotta fuori casa almeno una notte.

Tabella 38. Tipo di visitatore, vacanze natalizie 2016

Tipo Visitatore	Valore
Turisti	40
Escursionisti	27

Figura 36. Tipo di visitatore, vacanze natalizie 2016

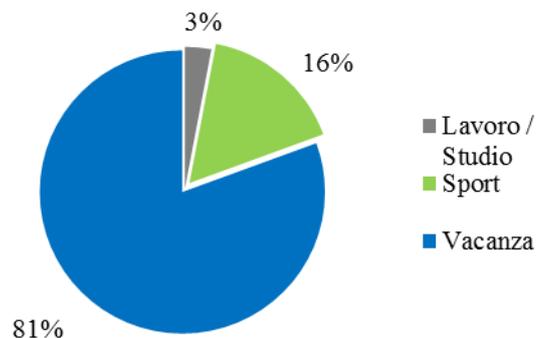


I motivi principali del soggiorno sono rappresentati dalla vacanza e dalla pratica di sport.

Tabella 39. Motivo principale della visita, vacanze natalizie 2016

Motivo del soggiorno	Totale
Vacanza	54
Sport	11
Lavoro / Studio	2
Totale complessivo	67

Figura 37. Motivo principale della visita, vacanze natalizie 2016

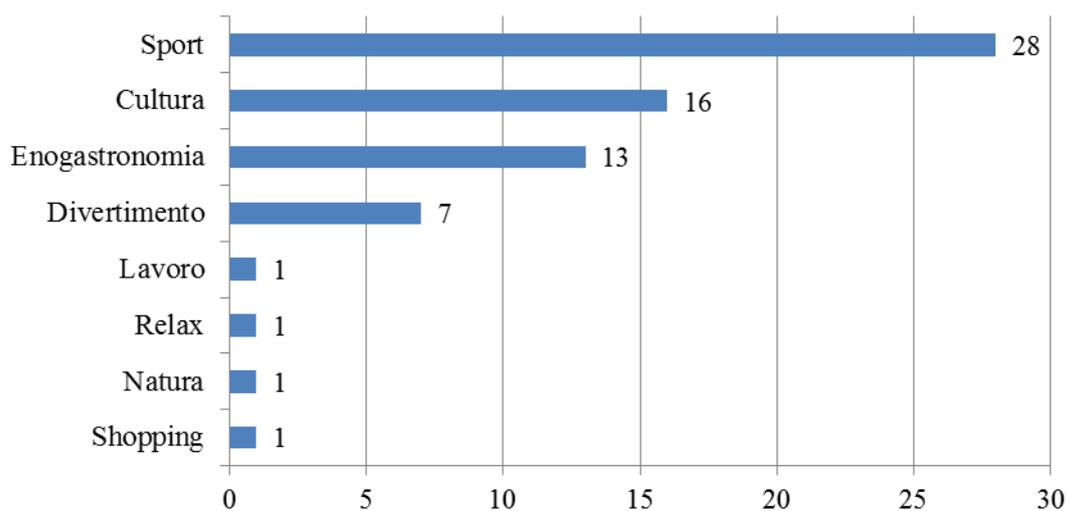


Le motivazioni di vacanza principali sono rappresentate dalla pratica di attività sportiva (per coloro i quali questa non è la motivazione principale), le visite culturali e l'enogastronomia.

Tabella 40. Motivazione della vacanza (più risposte possibili), vacanze natalizie 2016

Motivazione della vacanza	Totale
Sport	28
Cultura	16
Enogastronomia	13
Divertimento	7
Shopping	1
Natura	1
Relax	1
Lavoro	1

Figura 38. Motivazione della vacanza (più risposte possibili), vacanze natalizie 2016

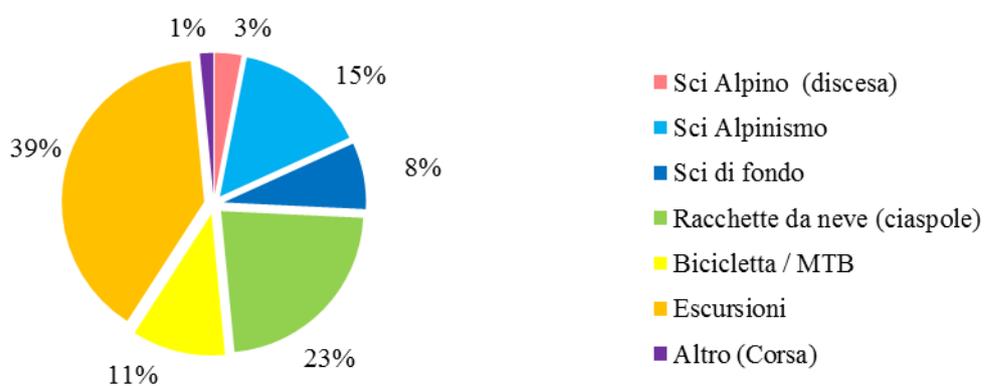


Gli sport praticati più frequentemente sono le escursioni a piedi, le ciaspole e lo sci alpinismo; meno praticato invece lo sci di fondo e la discesa.

Tabella 41. Attività sportiva praticata (più risposte possibili), vacanze natalizie 2016 - eliminare

Sport praticato	Totale
Escursioni	26
Racchette da neve (ciaspole)	15
Sci Alpinismo	10
Bicicletta / MTB	7
Sci di fondo	5
Sci Alpino (discesa)	2
Altro (Corsa)	1

Figura 39. Attività sportiva praticata (più risposte possibili), vacanze natalizie 2016

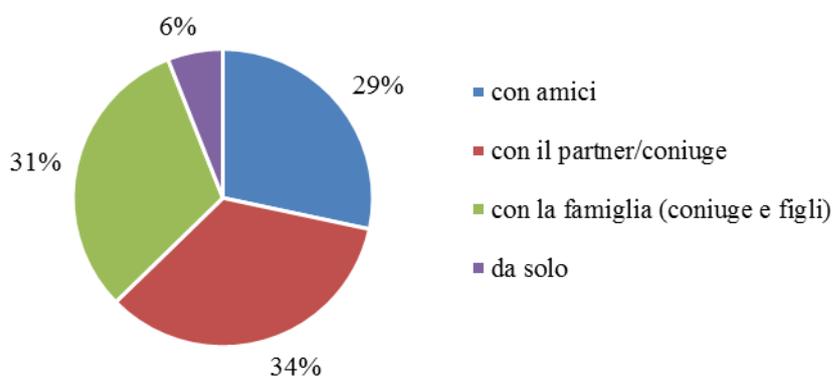


Il Parco viene visitato in compagnia della propria famiglia o con amici.

Tabella 42. Con chi viene visitato il Parco, vacanze natalizie 2016

Compagnia durante il soggiorno	Totale
Con il partner/coniuge	23
Con la famiglia (coniuge e figli)	21
Con amici	19
Da solo	4
Totale complessivo	67

Figura 40. Con chi viene visitato il Parco, vacanze natalizie 2016



I turisti durante le vacanze natalizie pernottano in prevalenza una, due o tre notti. Il pernottamento avviene nella maggior parte dei casi presso la seconda casa o casa in affitto oppure presso parenti o amici. Il pernottamento avviene in strutture all'interno del Parco o nel cuneese.

Tabella 43. Distribuzione della permanenza dei turisti, vacanze natalizie 2016

Numero di notti	Totale
1 notte	8
2 notti	10
3 notti	9
4 notti	3
5 o più notti	5
Totale complessivo	35

Figura 41. Distribuzione della permanenza dei turisti, vacanze natalizie 2016

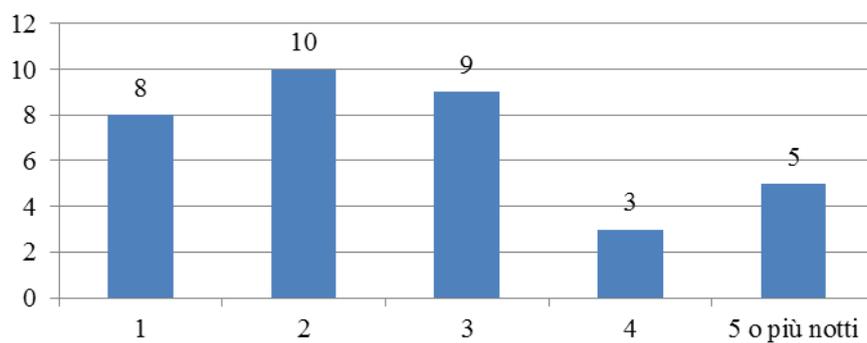


Tabella 44. Struttura di pernottamento dei turisti, vacanze natalizie 2016

Struttura	Totale
Casa di proprietà (seconda casa) / casa in affitto	13
Presso amici o parenti	9
B&B	6
Hotel	4
Residence	4
Altra struttura ricettiva	3
Agriturismo	1
Totale complessivo	40

Figura 42. Struttura di pernottamento dei turisti, vacanze natalizie 2016

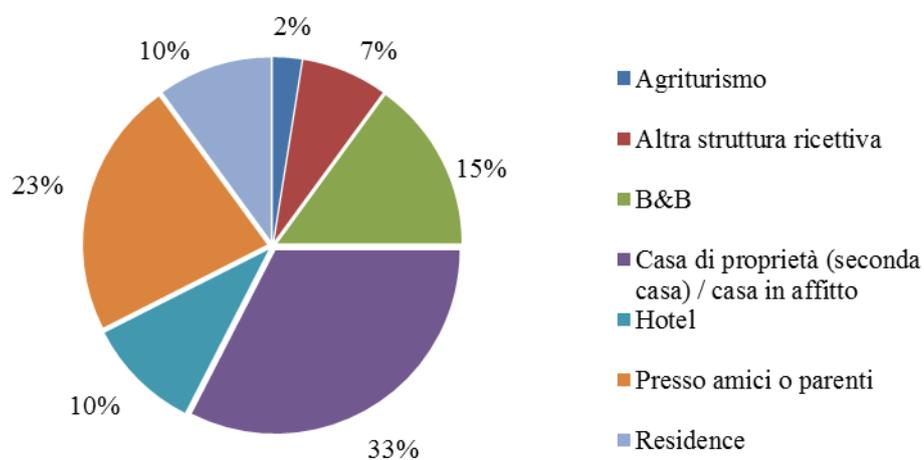
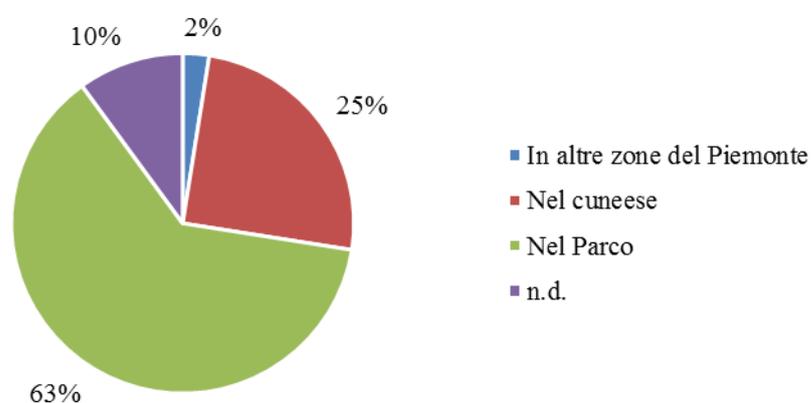


Tabella 45. Luogo di pernottamento dei turisti, vacanze natalizie 2016

Luogo di pernottamento	Totale
Nel Parco	25
Nel Cuneese	10
n.d.	4
In altre zone del Piemonte	1
Totale complessivo	40

Figura 43. Luogo di pernottamento dei turisti, vacanze natalizie 2016

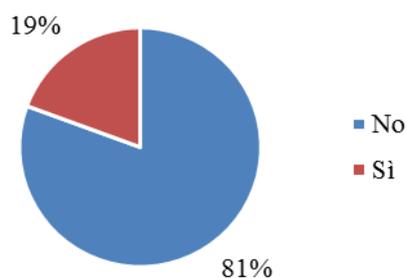


I visitatori delle vacanze natalizie del 2016 sono visitatori di ritorno nell'81% dei casi.

Tabella 46. Visitatori alla prima visita o di ritorno, vacanze natalizie 2016

Prima visita	Totale
No	54
Sì	13
Totale complessivo	67

Figura 44. Visitatori alla prima visita o di ritorno, vacanze natalizie 2016



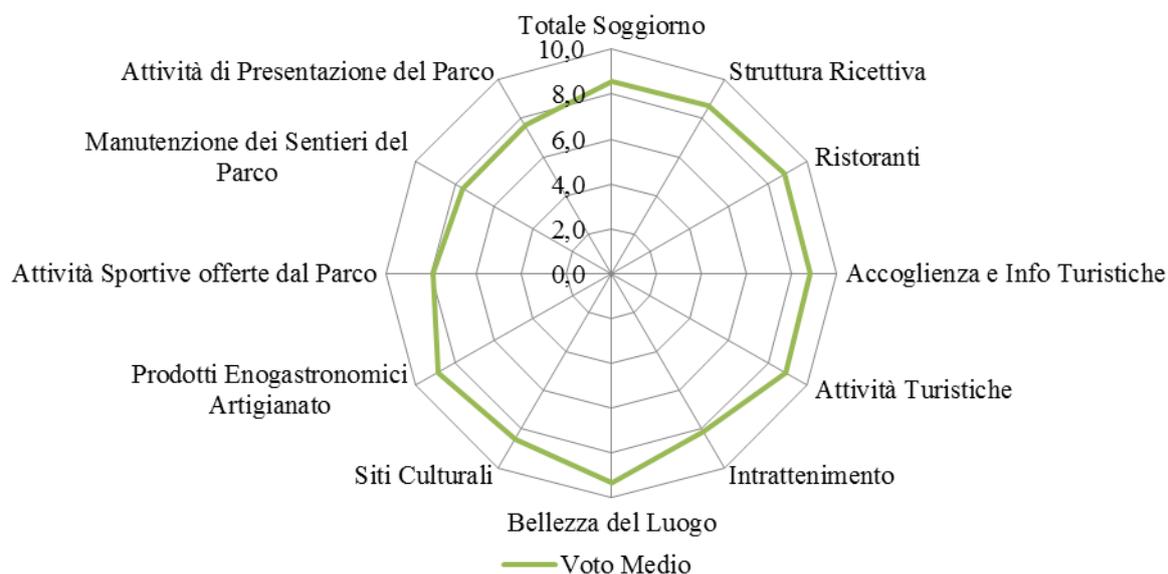


Anche durante le vacanze natalizie sono stati valutati alcuni aspetti di *customer satisfaction* per valutare alcuni aspetti del soggiorno e del Parco. Particolarmente positivi risultano la bellezza del luogo, le attività turistiche ed i ristoranti; medi i giudizi relativi alle attività sportive offerte dal Parco, alla manutenzione dei sentieri ed alle attività di presentazione del Parco.

Tabella 47. Valutazione degli aspetti del soggiorno e del Parco da parte dei visitatori, vacanze natalizie 2016

Aspetto	Voto Medio	Rispondenti
Totale soggiorno	8,6	44
Struttura ricettiva	8,6	19
Ristoranti	8,9	52
Accoglienza e info turistiche	8,8	57
Attività turistiche	8,9	46
Intrattenimento	8,1	42
Bellezza del luogo	9,3	64
Siti culturali	8,5	41
Prodotti enogastronomici e artigianato	8,8	44
Attività sportive offerte dal Parco	7,9	46
Manutenzione dei sentieri del Parco	7,6	54
Attività di presentazione del Parco	7,6	56

Figura 45. Valutazione degli aspetti del soggiorno e del Parco da parte dei visitatori, vacanze natalizie 2016

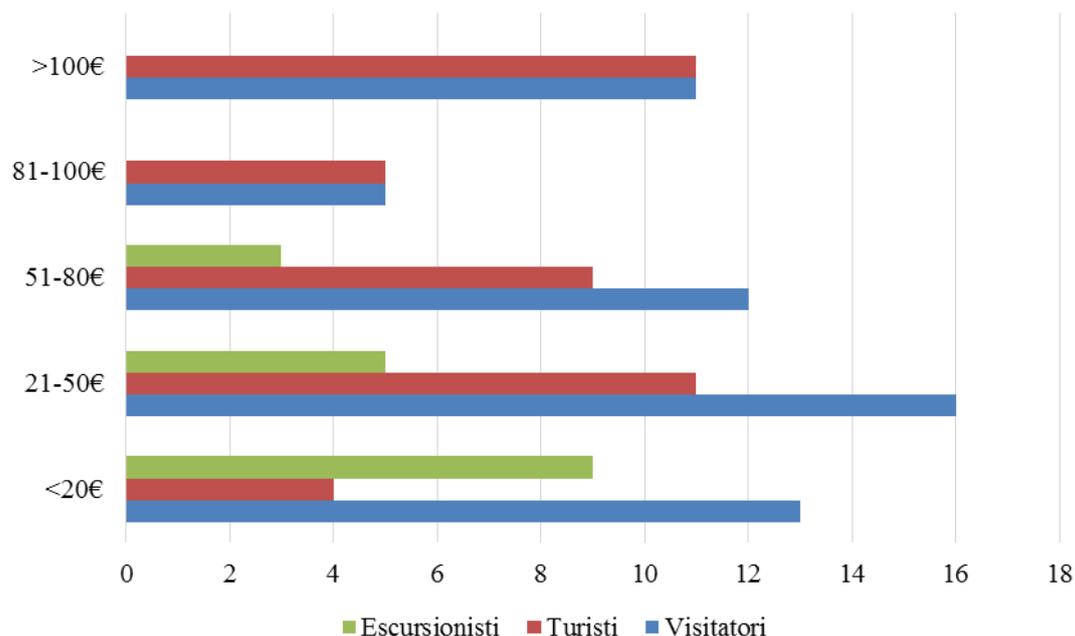


L'indagine sulla spesa è stata condotta facendo riferimento a delle fasce di spesa media pro-capite dei visitatori. Dai risultati emerge che a livello generale, considerando i visitatori nel loro insieme, la spesa media procapite è nella maggior parte dei casi inferiore agli 80,00 euro. Una spesa media pro-capite superiore ad 80,00 euro si registra solo tra i turisti.

Tabella 48. Fasce di spesa media pro-capite dei visitatori, dei turisti e degli escursionisti, vacanze natalizie 2016

Spesa media pro-capite	Visitatori	Turisti	Escursionisti
<20€	13	4	9
21-50€	16	11	5
51-80€	12	9	3
81-100€	5	5	
>100€	11	11	
Totale complessivo	57	40	17

Figura 46. Fasce di spesa media pro-capite dei visitatori, dei turisti e degli escursionisti, vacanze natalizie 2016

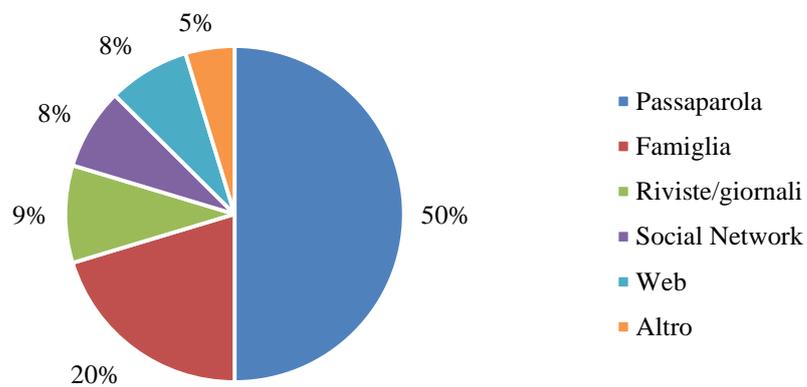


In merito ai canali di informazione utilizzati dai visitatori per conoscere le attività del Parco e per conoscere il Parco stesso, prevalgono il passaparola e la conoscenza del Parco da parte di persone della propria famiglia.

Tabella 49. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori, vacanze natalizie 2016

Canali di informazione	Totale
Passaparola	32
Famiglia	13
Riviste/giornali	6
Social Network	5
Web	5
Altro	3
Totale complessivo	64

Figura 47. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori, vacanze natalizie 2016



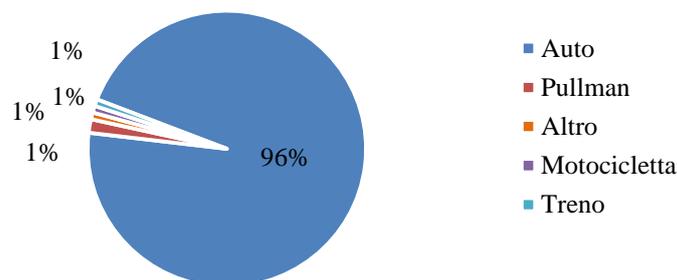
3.4 Indagine condotta online con riferimento al 2016: risultati e principali evidenze

Dall'indagine condotta con questionario online relativa al 2016 risulta che l'autovettura privata sia il mezzo di trasporto più utilizzato per raggiungere il Parco.

Tabella 50. Mezzo di trasporto principale utilizzato dai visitatori per raggiungere il Parco, indagine online 2016

Mezzo di trasporto	Totale
Auto	121
Pullman	2
Altro	1
Motocicletta	1
Treno	1
Totale complessivo	126

Figura 48. Mezzo di trasporto principale utilizzato dai visitatori per raggiungere il Parco, indagine online 2016

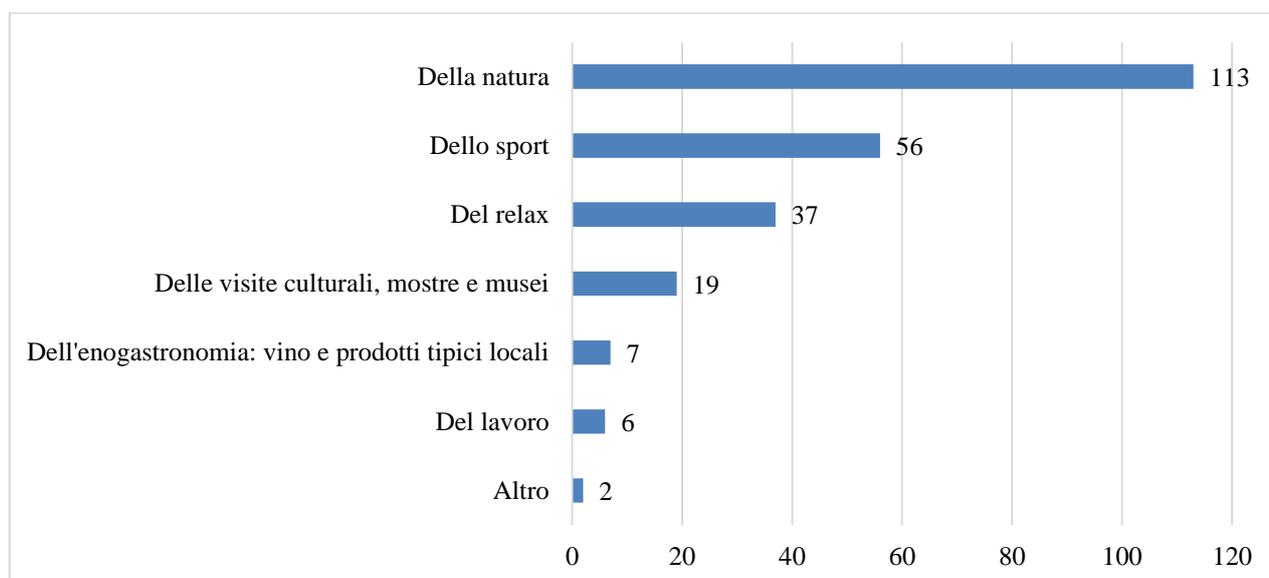


I motivi principali della visita sono rappresentati dalla natura, dallo sport e dal relax.

Tabella 51. Motivo principale della visita, indagine online 2016

Motivazione	Totale
Della natura	113
Dello sport	56
Del relax	37
Delle visite culturali, mostre e musei	19
Dell'enogastronomia: vino e prodotti tipici locali	7
Del lavoro	6
Altro	2
Totale complessivo	126

Figura 49. Motivo principale della visita, indagine online 2016

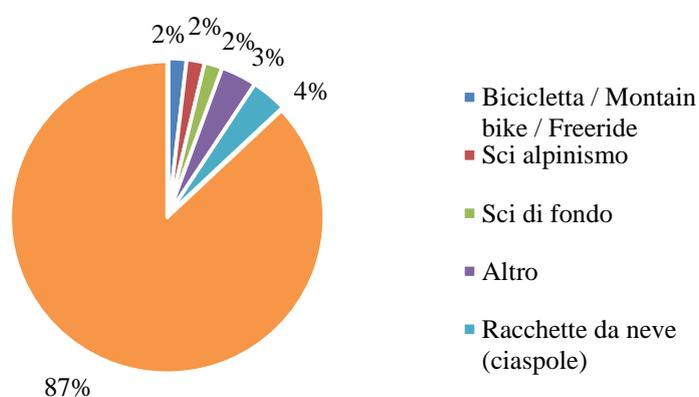


L'attività sportiva praticata più frequentemente è l'escursione a piedi.

Tabella 52. Attività sportiva praticata, indagine online 2016

Attività sportiva	Totale
Escursioni (passeggiate, trekking, etc...)	47
Altro	2
Racchette da neve (ciaspole)	2
Bicicletta / Mountain bike / Freeride	1
Sci alpinismo	1
Sci di fondo	1
Totale complessivo	54

Figura 50. Attività sportiva praticata, indagine online 2016

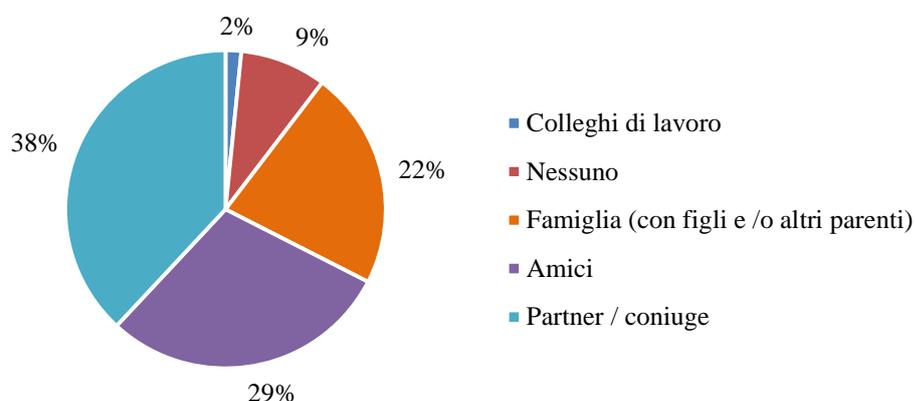


I visitatori viaggiano prevalentemente con il partner/coniuge, gli amici e la famiglia.

Tabella 53. Con chi viene visitato il Parco, indagine online 2016

Compagnia durante la visita	Totale
Partner / coniuge	48
Amici	37
Famiglia (con figli e /o altri parenti)	28
Nessuno	11
Collegli di lavoro	2
Totale complessivo	126

Figura 51. Con chi viene visitato il Parco, indagine online 2016



I turisti pernottano fuori casa da una a tre notti, nella maggior parte dei casi. Il soggiorno di chi pernotta rimanendo nel Parco o nei pressi del Parco avviene in strutture diverse da quelle alberghiere ed extralberghiere, come ad esempio Airbnb, ma anche presso hotel, campeggi e b&b.

Tabella 54. Distribuzione della permanenza dei turisti, indagine online 2016

Numero di notti	Totale
1 notte	17
2 notti	8
3 notti	11
4 notti	6
5 o più notti	12
Totale complessivo	54

Figura 52. Distribuzione della permanenza dei turisti, indagine online 2016

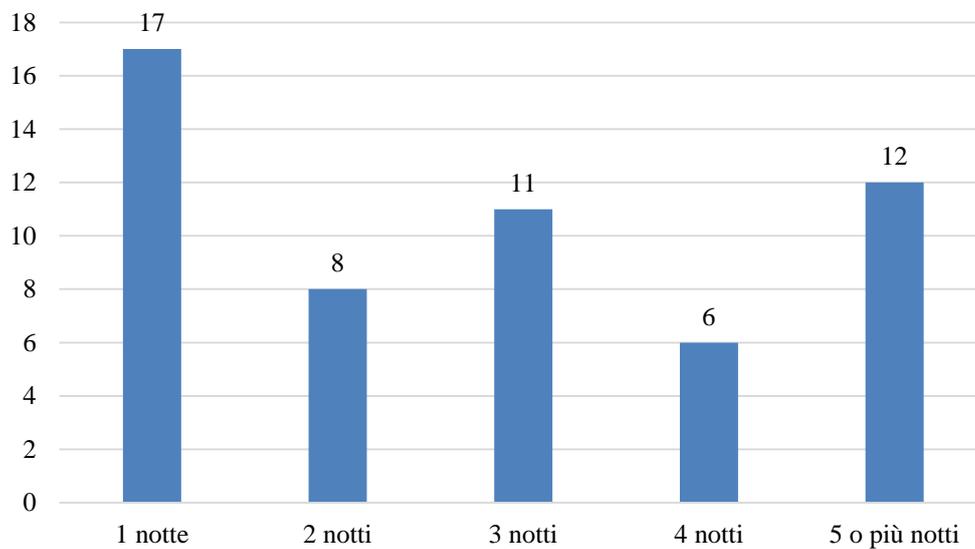


Tabella 55. Struttura di pernottamento dei turisti, indagine online 2016

Strutture per il pernottamento	Totale
Altra struttura ricettiva (es. Airbnb)	10
Hotel	10
B&B	8
Campeggio	8
Casa di proprietà (seconda casa) / appartamento in affitto	8
Presso amici o parenti	2
Residence	2
Totale complessivo	48

Figura 53. Struttura di pernottamento dei turisti, indagine online 2016

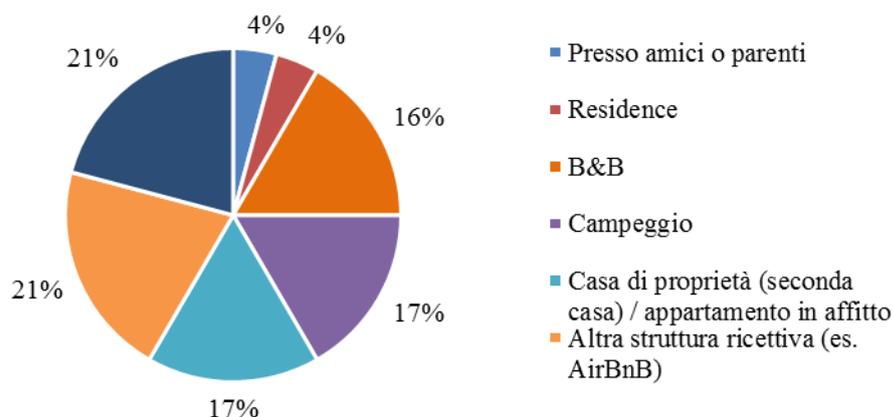
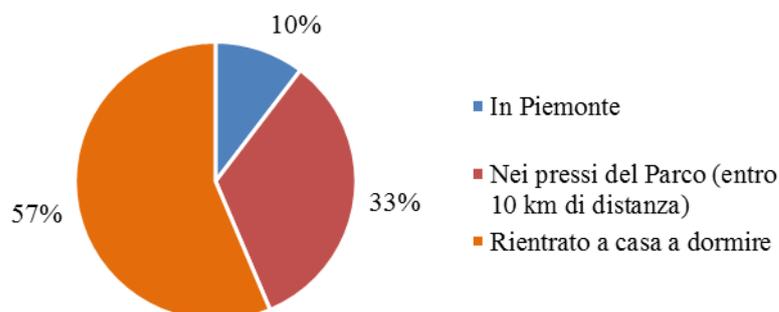


Tabella 56. Luogo di pernottamento dei visitatori, indagine online 2016

Luogo del pernottamento	Totale
Rientrato a casa a dormire	71
Nei pressi del Parco (entro 10 km di distanza)	42
In Piemonte	13
Totale complessivo	126

Figura 54. Luogo di pernottamento dei visitatori, indagine online 2016

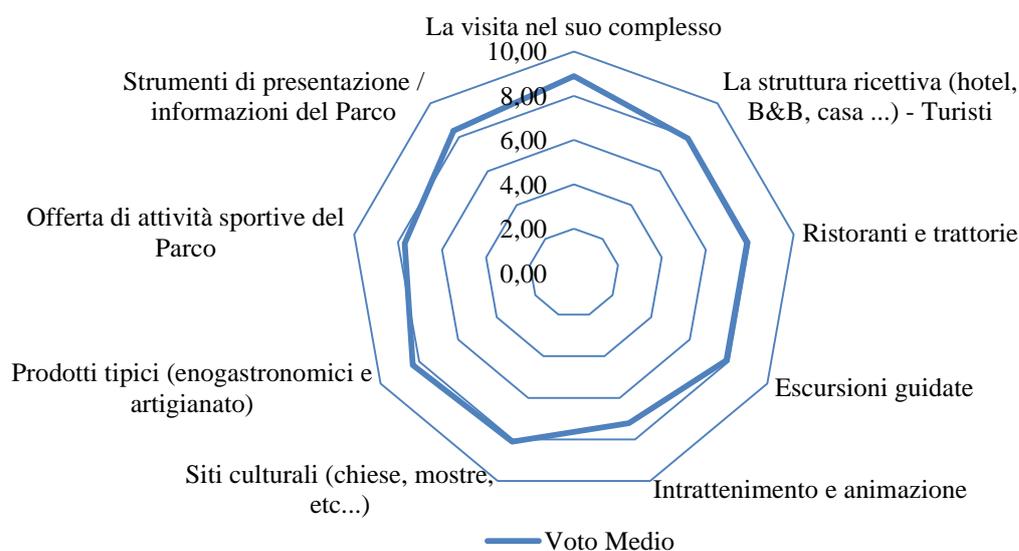


I visitatori che hanno partecipato all'indagine online esprimono valutazioni variabili a seconda dei diversi aspetti considerati. Tra i giudizi migliori compaiono la visita nel suo complesso e gli strumenti di presentazione e informazione del Parco; tra i giudizi medi figurano l'offerta di attività sportive del Parco e la presenza di attività di intrattenimento e animazione.

Tabella 57. Valutazione degli aspetti del soggiorno e del Parco da parte dei visitatori, indagine online 2016

Aspetto	Voto Medio
La visita nel suo complesso	8,9
La struttura ricettiva (hotel, B&B, casa ...) - Turisti	7,9
Ristoranti e trattorie	7,9
Escursioni guidate	7,9
Intrattenimento e animazione	7,2
Siti culturali (chiese, mostre, etc...)	8,1
Prodotti tipici (enogastronomici e artigianato)	8,3
Offerta di attività sportive del Parco	7,7
Strumenti di presentazione / informazioni del Parco	8,4

Figura 55. Valutazione degli aspetti del soggiorno e del Parco da parte dei visitatori, indagine online 2016



Dall'indagine relativa alla spesa, i risultati indicano che le fasce di spesa media pro-capite indicate in maggioranza dagli intervistati sono quella con spesa inferiore ai 20 euro e la fascia 21-50 euro. I turisti spendono mediamente di più rispetto agli escursionisti.

Tabella 58. Spesa media pro-capite giornaliera dei visitatori, indagine online 2016

Spesa media pro-capite	Totale
Minore di 20 €	51
Oltre 100 €	3
Tra 21 e 50 €	48
Tra 51 e 80 €	19
Tra 81 e 100 €	5
Totale complessivo	126

Figura 56. Spesa media pro-capite giornaliera dei visitatori, indagine online 2016

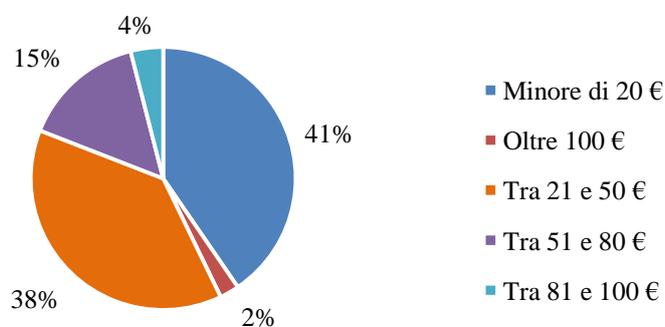


Tabella 59. Spesa media pro-capite giornaliera dei turisti, indagine online 2016

Spesa media pro-capite	Totale
Minore di 20 €	7
Oltre 100 €	1
Tra 21 e 50 €	26
Tra 51 e 80 €	16
Tra 81 e 100 €	5
Totale complessivo	55

Figura 57. Spesa media pro-capite giornaliera dei turisti, indagine online 2016

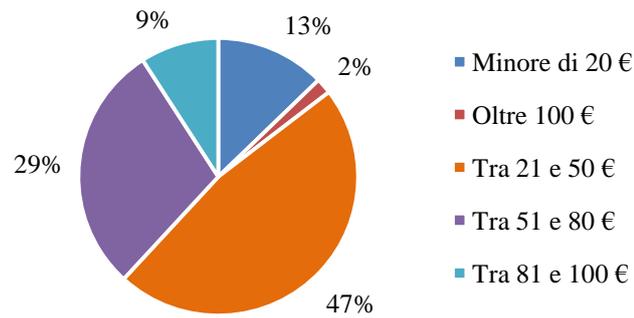
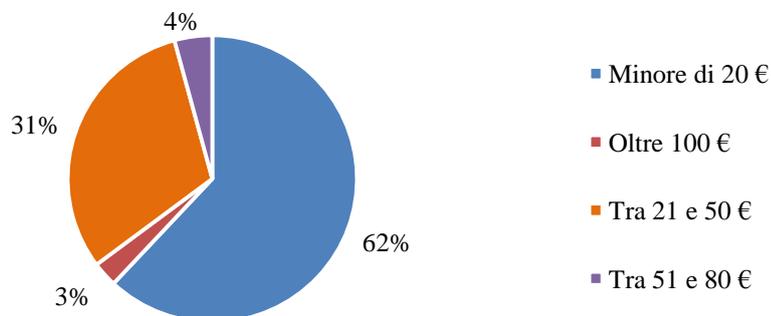


Tabella 60. Spesa media pro-capite giornaliera degli escursionisti, indagine online 2016

Spesa media pro-capite	Totale
Minore di 20 €	44
Oltre 100 €	2
Tra 21 e 50 €	22
Tra 51 e 80 €	3
Totale complessivo	71

Figura 58. Spesa media pro-capite giornaliera degli escursionisti, indagine online 2016

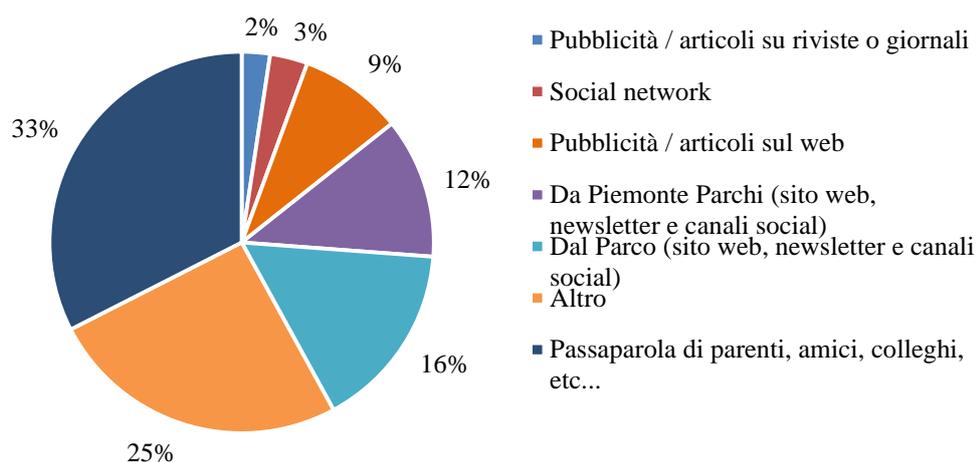


I canali di informazione più utilizzati sono il passaparola, altri canali non specificati ed il Parco.

Tabella 61. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori, indagine online 2016

Canali di informazione	Totale
Passaparola di parenti, amici, colleghi, etc...	41
Altro	32
Dal Parco (sito web, newsletter e canali social)	20
Da Piemonte Parchi (sito web, newsletter e canali social)	15
Pubblicità / articoli sul web	11
Social network	4
Pubblicità / articoli su riviste o giornali	3
Totale complessivo	126

Figura 59. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori, indagine online 2016



Attraverso l'indagine online è stato preso in considerazione anche il progetto Parchi da Gustare, conosciuto solo dal 23% degli intervistati; appena il 4% degli intervistati ha acquistato un Menù del Parco, iniziativa legata al progetto stesso.

Tabella 62. Conoscenza del progetto "Parchi da gustare", indagine online 2016

Conoscenza del progetto	Totale
No	97
Sì	29
Totale complessivo	126

Figura 60. Conoscenza del progetto "Parchi da gustare", indagine online 2016

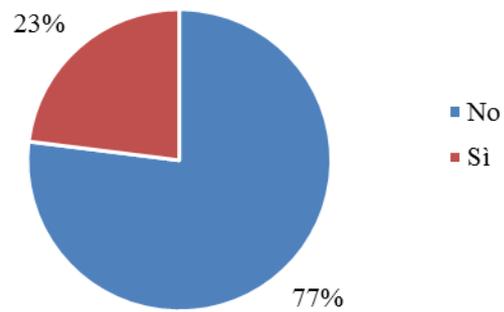
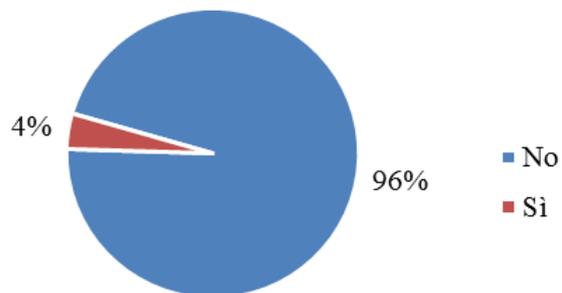


Tabella 63. Progetto "Parchi da gustare", acquisto del "Menù del Parco", indagine online 2016

Acquisto del "Menù del Parco"	Totale
No	121
Si	5
Totale complessivo	126

Figura 61. Progetto "Parchi da gustare", acquisto del "Menù del Parco", indagine online 2016



3.5 Indagine condotta nell'estate 2017

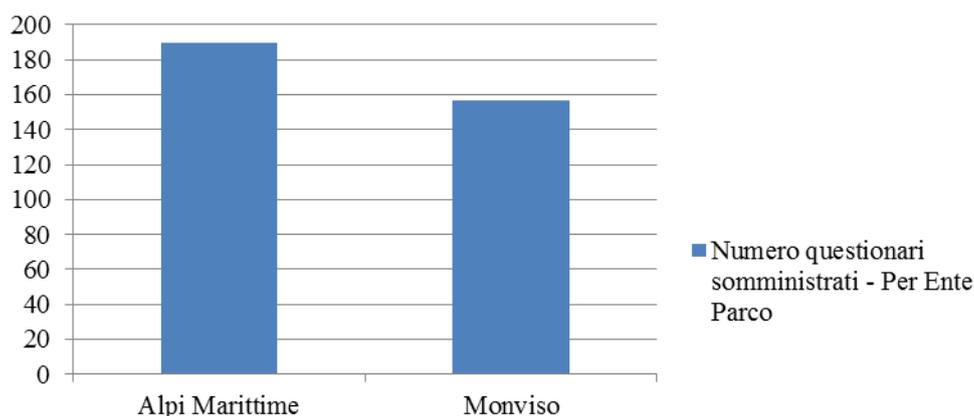
Nell'estate del 2017 l'indagine sui visitatori ha riguardato sia il territorio del Parco della Alpi Marittime e Marguareis che il territorio del Parco del Monviso ed è stata condotta tramite interviste *face-to-face* e auto compilazione dei questionari da parte dei visitatori.

Tabella 64. Distribuzione delle interviste per Ente Parco, estate 2017

Parco	Totale
Alpi Marittime	190
Monviso	157
Totale complessivo	347

3.5.1 Profilo degli intervistati

Figura 62. Distribuzione delle interviste per Ente Parco, estate 2017



I visitatori sono in prevalenza italiani, con picchi dalle province di Cuneo e Torino, a seguire Genova e Milano. Sul fronte dei visitatori stranieri, i Paesi con il maggior numero di intervistati sono Germania, Olanda e Francia.

Tabella 65. Distribuzione delle interviste per provenienza (Italia e estero), estate 2017

Provenienza	Totale
Totale estero complessivo	98
Totale Italia complessivo	249
Totale complessivo	347

Figura 63. Distribuzione delle interviste per provenienza (Italia e estero), estate 2017

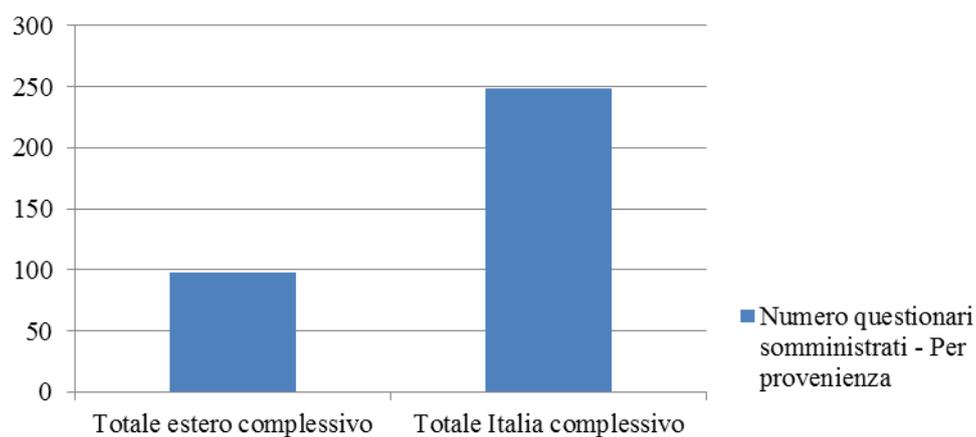


Tabella 66. Distribuzione delle interviste per provenienza (Italia e estero) ed Ente Parco, estate 2017

Provenienza	Alpi Marittime	Monviso
Eestero	76	22
Italia	114	135
Totale	190	157

Figura 64. Distribuzione delle interviste per provenienza (Italia e estero) ed Ente Parco, estate 2017

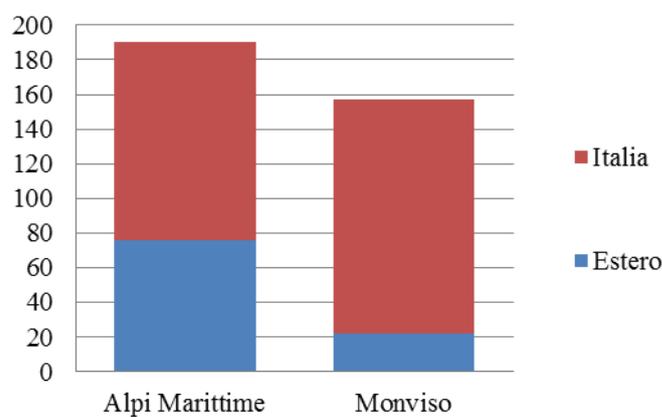




Tabella 67. Distribuzione delle provenienze dei visitatori italiani per regione e provincia, estate 2017

Regione	Provincia	Totale
Piemonte	Alessandria	4
	Asti	11
	Cuneo	80
	Novara	1
	Torino	75
Liguria	Genova	26
	Imperia	4
	Savona	9
Lombardia	Bergamo	1
	Lecco	2
	Milano	16
	Monza-Brianza	1
	Pavia	1
	Varese	1
Emilia Romagna	Bologna	4
Sicilia	Catania	2
	Palermo	1
Veneto	Belluno	2
Lazio	Roma	2
Toscana	Firenze	1
Non specificato		5
Totale complessivo		249



Figura 65. Distribuzione delle provenienze dei visitatori italiani per regione e provincia, estate 2017

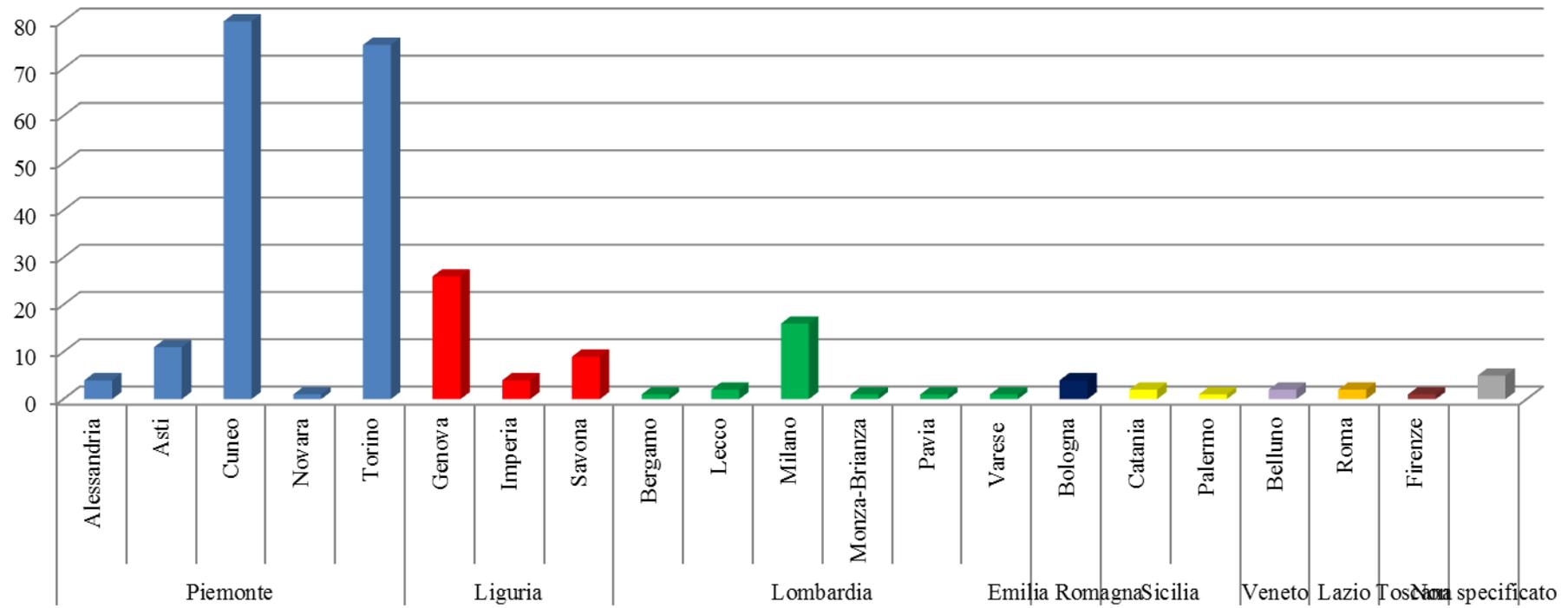




Tabella 68. Parco Alpi Marittime, distribuzione delle interviste per Stato di provenienza, estate 2017

Paesi di provenienza	Totale
Italia	114
Germania	29
Olanda	18
Francia	12
Austria	5
Belgio	4
Regno Unito	3
Danimarca	1
Lussemburgo	1
Spagna	1
Svizzera	1
Usa	1
Totale Alpi Marittime	190
Totale estero Alpi Marittime	76
Totale Italia Alpi Marittime	114

Figura 66. Parco Alpi Marittime, distribuzione delle interviste per Stato estero di provenienza, estate 2017

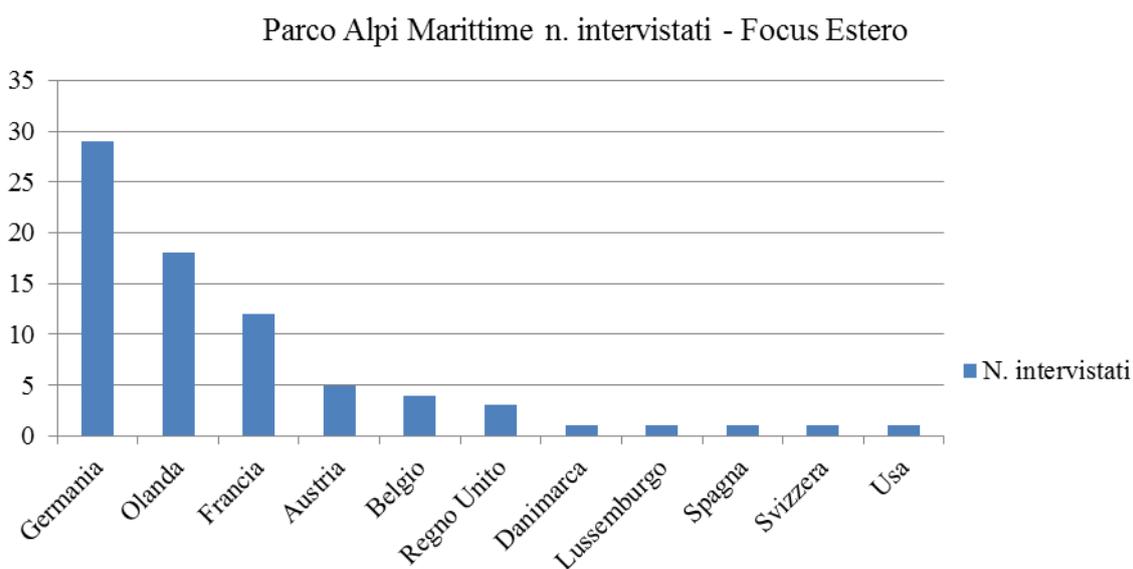


Tabella 69. Parco del Monviso, distribuzione delle interviste per Stato estero di provenienza, estate 2017

Paesi di provenienza	Totale
Italia	135
Francia	8
Germania	6
Usa	4
Regno Unito	2
Canada	1
Finlandia	1
Totale Monviso	157
Totale estero Monviso	22
Totale Italia Monviso	135

Figura 67. Parco del Monviso, distribuzione delle interviste per Stato estero di provenienza, estate 2017

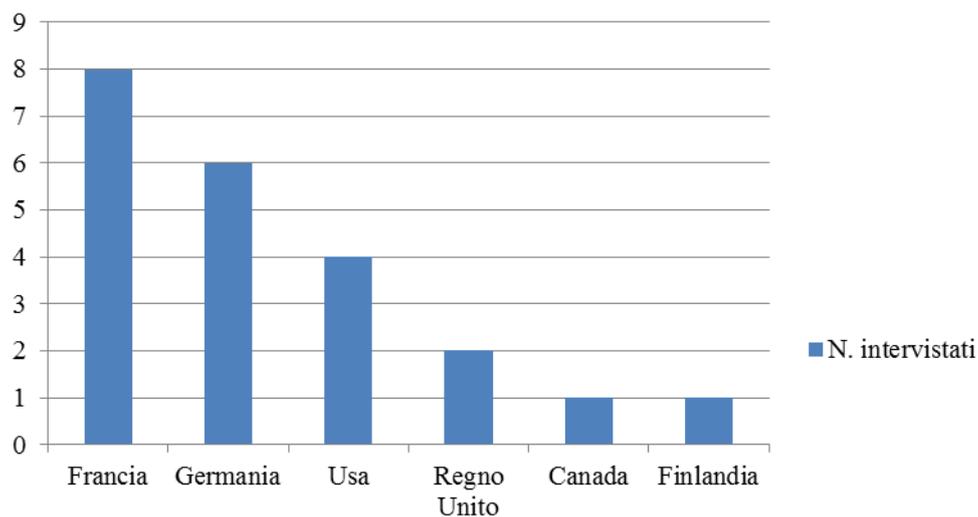
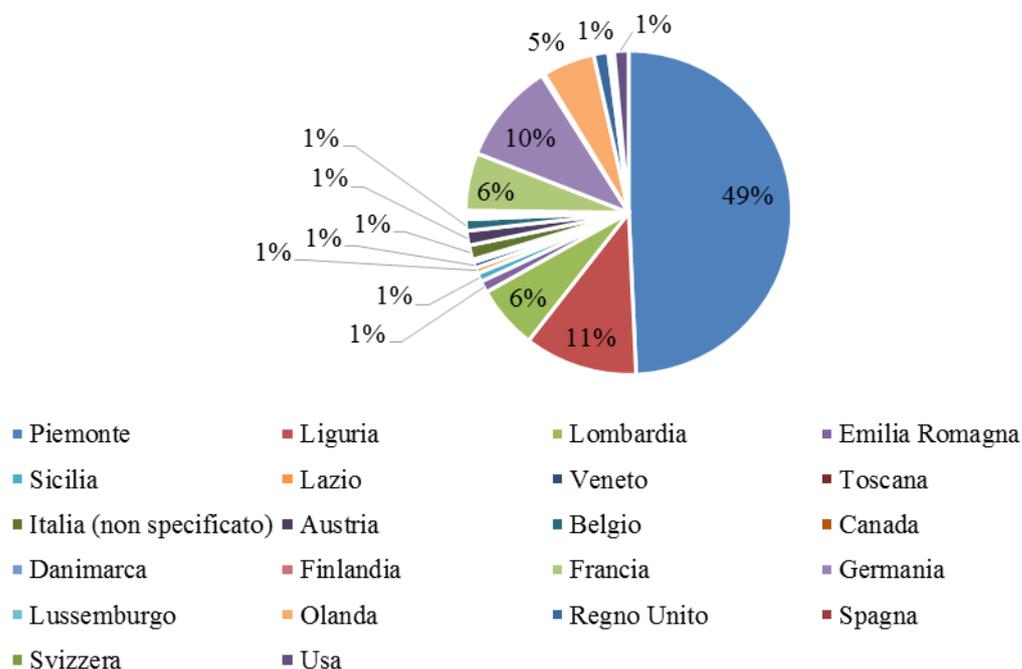




Tabella 70. Distribuzione delle interviste per regione o Stato estero di provenienza, estate 2017

Regione / Paese	n. intervistati
Piemonte	171
Liguria	39
Lombardia	22
Emilia Romagna	4
Sicilia	3
Lazio	2
Veneto	2
Toscana	1
Italia (non specificato)	5
Germania	35
Francia	20
Olanda	18
Austria	5
Regno Unito	5
Usa	5
Belgio	4
Canada	1
Danimarca	1
Finlandia	1
Lussemburgo	1
Spagna	1
Svizzera	1
Totale complessivo	347

Figura 68. Distribuzione delle interviste per regione o Stato estero di provenienza, estate 2017



3.5.2 Risultati delle interviste

Anche i risultati dell'indagine condotta nell'estate 2017 indicano che i visitatori raggiungono il Parco principalmente con l'autovettura privata.

Tabella 71. Mezzo di trasporto principale utilizzato dai visitatori per raggiungere il Parco, estate 2017

Mezzo di trasporto	Totale
Auto	260
Altro	30
Pullman	14
Treno	9
Aereo	4
Totale complessivo	317

Figura 69. Mezzo di trasporto principale utilizzato dai visitatori per raggiungere il Parco, estate 2017

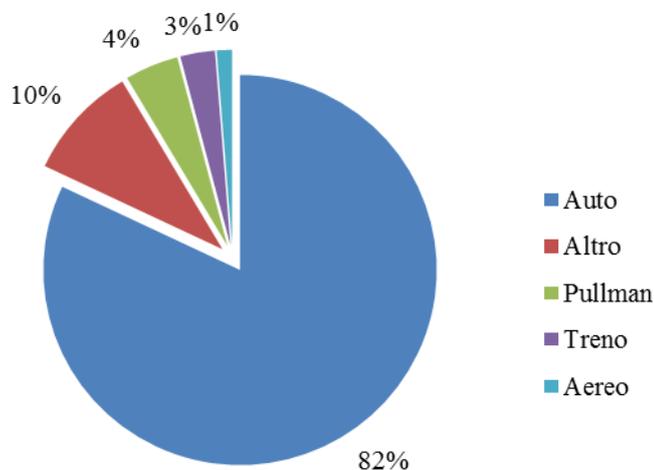
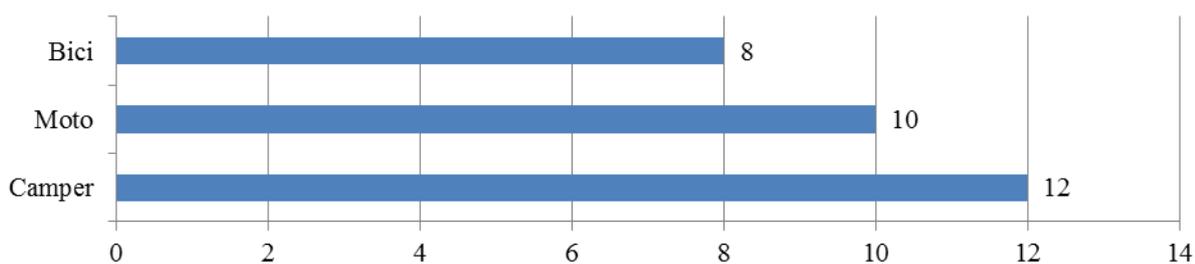


Figura 70. Mezzo di trasporto principale utilizzato dai visitatori per raggiungere il Parco, dettaglio voce "Altro", estate 2017

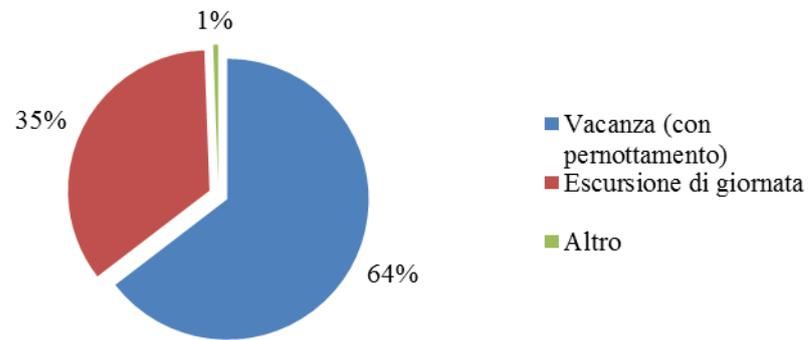


Il motivo principale della visita è rappresentato dalla vacanza con pernottamento, nel 64% dei casi, mentre si tratta di una escursione in giornata nel 35% dei casi.

Tabella 72. Motivo principale della visita, estate 2017

Motivo della visita	Totale
Vacanza (con pernottamento)	224
Escursione di giornata	121
Altro	2
Totale complessivo	347

Figura 71. Motivo principale della visita, estate 2017



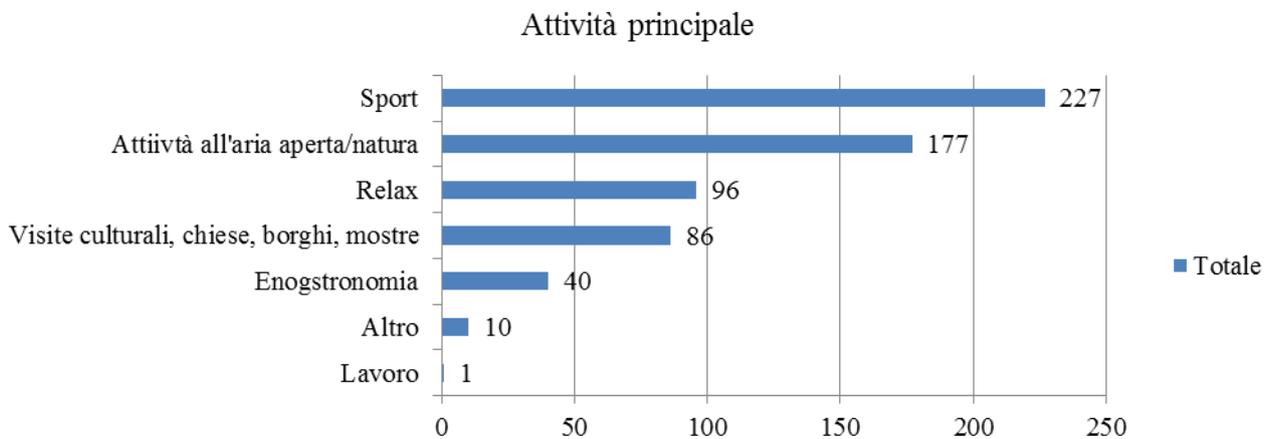
3.5.3 I motivi principali della vacanza

Le motivazioni principali della vacanza sono la pratica di attività sportiva, le attività all'aria aperta e a contatto con la natura e il relax.

Tabella 73. Motivazione della vacanza (più risposte possibili), estate 2017

Motivazioni	Totale
Sport	227
Attività all'aria aperta/natura	177
Relax	96
Visite culturali, chiese, borghi, mostre	86
Enogastronomia	40
Altro	10
Lavoro	1
Totale	637

Figura 72. Motivazione della vacanza (più risposte possibili), estate 2017

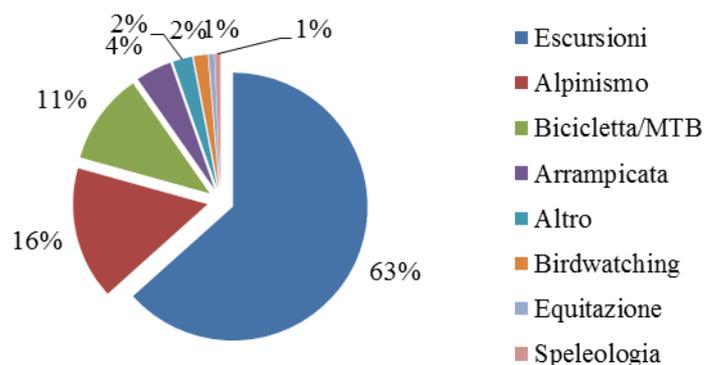


Chi pratica attività sportiva effettua escursioni a piedi; seguono alpinismo e bicicletta.

Tabella 74. Attività sportiva praticata, estate 2017

Sport praticati	Totale
Escursioni	190
Alpinismo	48
Bicicletta/MTB	33
Arrampicata	13
Altro	7
Birdwatching	5
Equitazione	2
Speleologia	2
Totale	300

Figura 73. Attività sportiva praticata, estate 2017

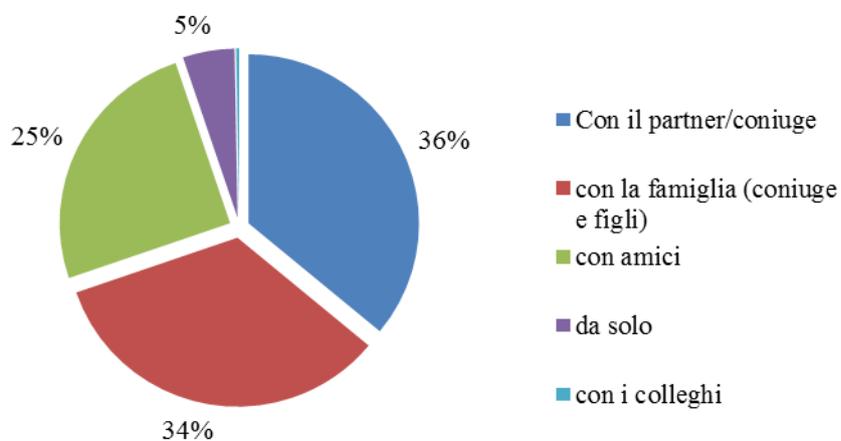


I visitatori viaggiano prevalentemente con il partner/coniuge, in famiglia o con amici.

Tabella 75. Con chi viene visitato il Parco, estate 2017

Compagnia	Totale
Con il partner/coniuge	125
con la famiglia (coniuge e figli)	117
con amici	87
da solo	17
con i colleghi	1
Totale complessivo	347

Figura 74. Con chi viene visitato il Parco, estate 2017



Con riferimento al numero di notti trascorso fuori casa, le ricorrenze maggiori sono una o due notti e più di cinque notti. Il pernottamento avviene prevalentemente presso rifugi, campeggi ed hotel/residence.

Tabella 76. Distribuzione della permanenza dei turisti, estate 2017

Numero di notti	Totale
1 notte	51
2 notti	34
3 notti	17
4 notti	16
5 notti	30
Più di 5 notti	65
Totale complessivo	213

Figura 75. Distribuzione della permanenza dei turisti, estate 2017

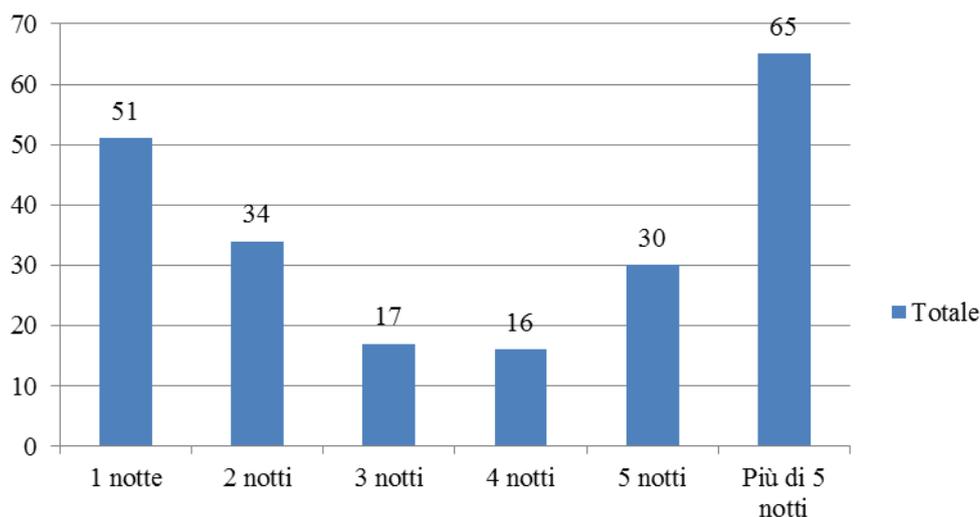
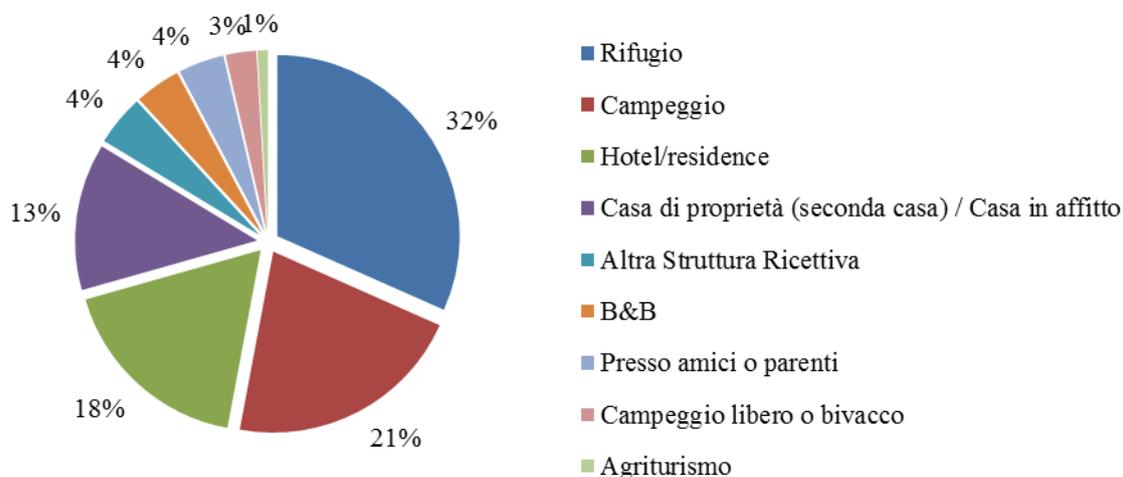


Tabella 77. Struttura di pernottamento dei turisti, estate 2017

Tipologia di struttura	Totale
Rifugio	70
Campeggio	47
Hotel/residence	39
Casa di proprietà (seconda casa) / Casa in affitto	29
Altra Struttura Ricettiva	10
B&B	9
Presso amici o parenti	9
Campeggio libero o bivacco	6
Agriturismo	2
Totale complessivo	221

Figura 76. Struttura di pernottamento dei turisti, estate 2017



I visitatori nel loro insieme, italiani e stranieri, giudicano positivamente in particolare la bellezza dei luoghi e il soggiorno nel suo complesso; giudizio medio per quanto riguarda le possibilità di intrattenimento. A differenza delle indagini precedenti, è meno marcata la differenza di giudizio tra italiani e stranieri.

Tabella 78. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte dei visitatori, estate 2017

Aspetto	Provenienza			Rispondenti		
	Eestero	Italia	Totale complessivo	Eestero	Italia	Totale complessivo
Totale Soggiorno	8,93	8,84	8,86	81	206	287
Struttura Ricettiva	8,25	8,54	8,41	69	79	148
Ristoranti	8,23	8,23	8,23	65	97	162
Accoglienza	8,39	8,64	8,56	62	132	194
Escursioni Guidate	7,32	8,70	8,25	19	40	59
Intrattenimento	7,59	7,83	7,73	32	47	79
Bellezza dei luoghi	9,38	9,51	9,47	77	222	299
Siti Culturali	8,05	8,39	8,28	39	77	116
Prodotti enogastronomici e artigianato	8,74	8,83	8,79	110	65	175

Figura 77. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte dei visitatori, estate 2017

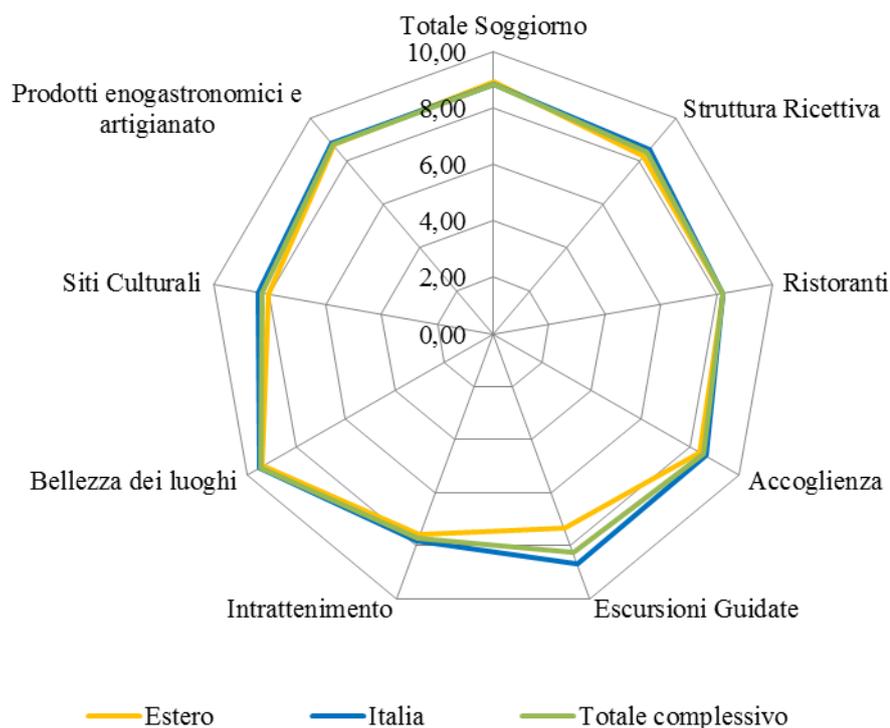


Tabella 79. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte dei turisti alla prima visita, estate 2017

Aspetto	Provenienza			Rispondenti		
	Estero	Italia	Totale complessivo	Estero	Italia	Totale complessivo
Totale Soggiorno	8,8	8,7	8,8	47	41	88
Struttura Ricettiva	8,0	8,5	8,2	43	29	72
Ristoranti	7,9	8,5	8,1	34	24	58
Accoglienza	8,3	8,5	8,4	40	33	73
Escursioni Guidate	7,7	8,8	8,3	11	12	23
Intrattenimento	7,9	7,4	7,8	18	5	23
Bellezza dei luoghi	9,4	9,5	9,5	42	38	80
Siti Culturali	8,1	8,4	8,2	25	25	50
Prodotti enogastronomici e artigianato	8,7	8,7	8,7	38	20	58

Figura 78. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte dei turisti alla prima visita, estate 2017

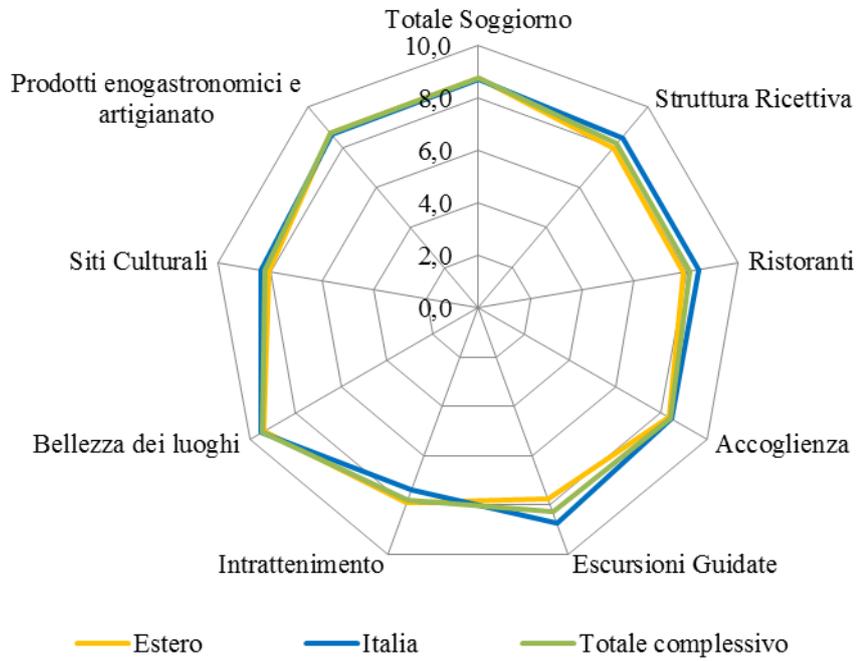




Tabella 80. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte dei turisti con conoscenza pregressa, estate 2017

Aspetto	Provenienza			Rispondenti		
	Estero	Italia	Totale complessivo	Estero	Italia	Totale complessivo
Totale Soggiorno	9,2	8,8	8,9	27	79	106
Struttura Ricettiva	8,7	8,6	8,6	24	48	72
Ristoranti	8,6	8,2	8,3	25	46	71
Accoglienza	8,5	8,5	8,5	17	61	78
Escursioni Guidate	6,5	8,8	8,3	6	20	26
Intrattenimento	6,7	7,8	7,5	10	32	42
Bellezza dei luoghi	9,5	9,6	9,5	29	82	111
Siti Culturali	8,2	8,3	8,3	11	35	46
Prodotti enogastronomici e artigianato	8,7	8,9	8,9	23	44	67

Figura 79. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte dei turisti con conoscenza pregressa, estate 2017

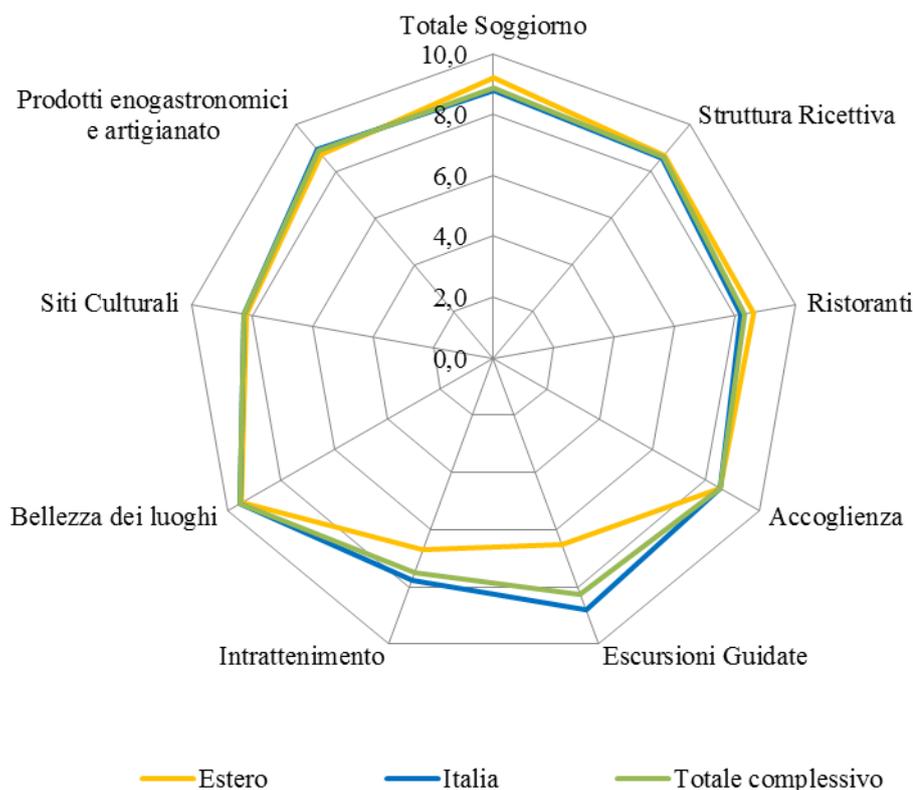
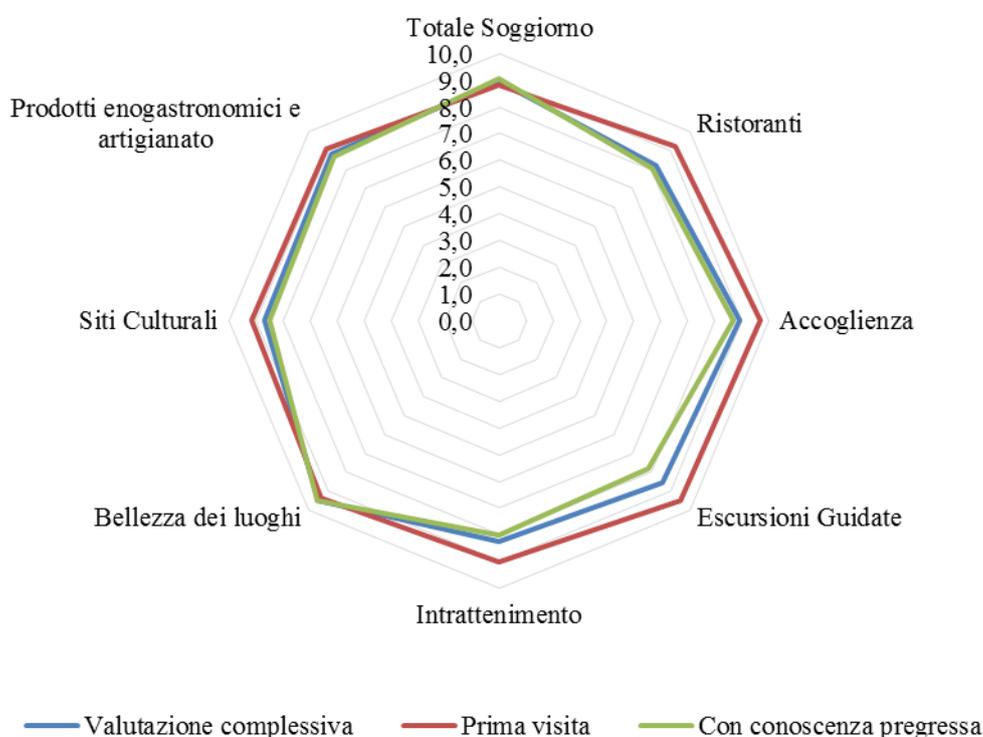


Tabella 81. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte degli escursionisti, estate 2017

Aspetto	Valutazione			Rispondenti		
	Complessiva	Prima visita	Con conoscenza pregressa	Complessiva	Prima visita	Con conoscenza pregressa
Totale Soggiorno	9,0	8,8	9,0	90	26	64
Ristoranti	8,2	9,3	8,0	30	4	26
Accoglienza	8,9	9,7	8,7	41	10	31
Escursioni Guidate	8,6	9,5	7,8	9	4	5
Intrattenimento	8,2	9,0	8,0	13	3	10
Bellezza dei luoghi	9,5	9,3	9,5	104	29	75
Siti Culturali	8,7	9,2	8,5	19	5	14
Prodotti enogastronomici e artigianato	8,8	9,1	8,7	48	15	33

Figura 80. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte degli escursionisti, estate 2017





Gli aspetti relativi all'offerta di attività sportive e alla manutenzione dei sentieri sono giudicati mediamente positivi sia dagli italiani che dagli stranieri; il tema degli strumenti di presentazione del Parco, invece, registra un giudizio medio di 8,4 per gli italiani e di 7,7 per gli stranieri.

Tabella 82. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei visitatori, estate 2017

Aspetto del Parco	Provenienza			Rispondenti		
	Eestero	Italia	Totale complessivo	Eestero	Italia	Totale complessivo
Offerta di attività sportive	8,2	8,2	8,2	34	64	98
Manutenzioni sentieri	8,3	8,6	8,5	77	142	219
Strumenti di presentazione	7,7	8,4	8,2	55	154	209

Figura 81. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei visitatori, estate 2017

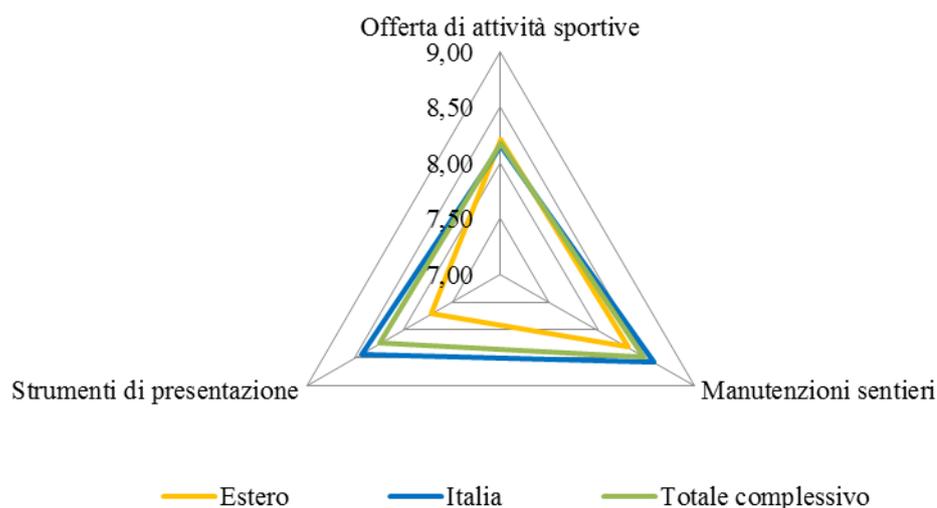


Tabella 83. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei turisti alla prima visita, estate 2017

Aspetto del Parco	Provenienza			Rispondenti		
	Eestero	Italia	Totale complessivo	Eestero	Italia	Totale complessivo
Offerta di attività sportive	7,6	8,0	7,8	12	21	33
Manutenzioni sentieri	8,4	8,8	8,5	45	25	70
Strumenti di presentazione	7,5	8,4	7,9	32	27	59



Figura 82. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei turisti alla prima visita, estate 2017



Tabella 84. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei turisti con conoscenza pregressa, estate 2017

Aspetto del Parco	Provenienza			Rispondenti		
	Estero	Italia	Totale complessivo	Estero	Italia	Totale complessivo
Offerta di attività sportive	9,0	8,0	8,2	10	33	43
Manutenzioni sentieri	8,2	8,4	8,4	27	65	92
Strumenti di presentazione	8,1	8,2	8,2	18	65	83

Figura 83. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei turisti con conoscenza pregressa, estate 2017

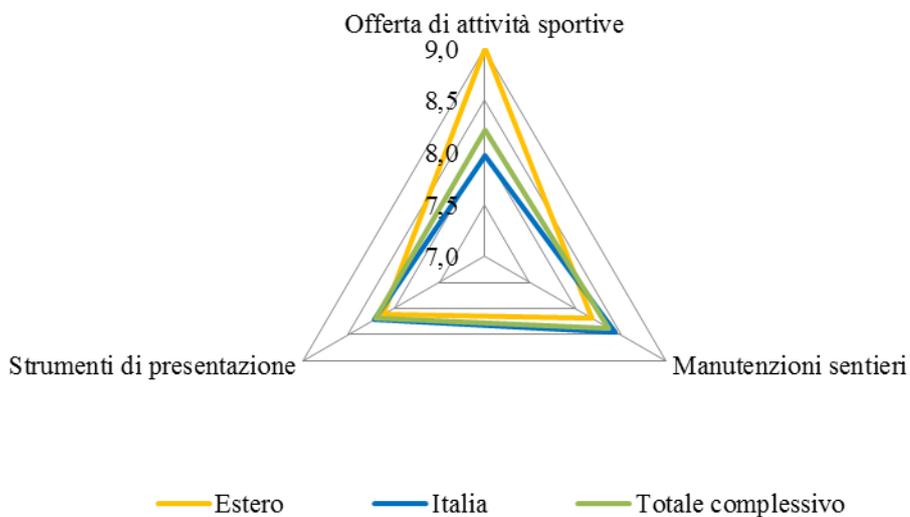


Tabella 85. Valutazione degli aspetti del Parco da parte degli escursionisti, estate 2017

Aspetto	Valutazione			Rispondenti		
	Complessiva	Prima visita	Con conoscenza pregressa	Valutazione complessiva	Prima visita	Con conoscenza pregressa
Offerta di attività sportive	8,7	8,7	8,6	20	6	14
Manutenzioni sentieri	8,7	8,7	8,7	54	10	44
Strumenti di presentazione	8,7	8,9	8,7	65	21	44

Figura 84. Valutazione degli aspetti del Parco da parte degli escursionisti, estate 2017



Con riferimento alla spesa, nella maggior parte dei casi i visitatori italiani e stranieri registrano una spesa media pro-capite inferiore agli 80 euro.

Tabella 86. Fasce di spesa media pro-capite dei visitatori italiani e stranieri, estate 2017

Fascia di spesa	Italia	Eestero	Totale
Minore di 20€	95	9	104
Tra 21 e 50€	80	44	124
Tra 51 e 80€	28	29	57
Tra 81 e 100€	14	4	18
Oltre 100€	9	5	14
Totale	226	91	317

Figura 85. Fasce di spesa media pro-capite dei visitatori italiani e stranieri, estate 2017

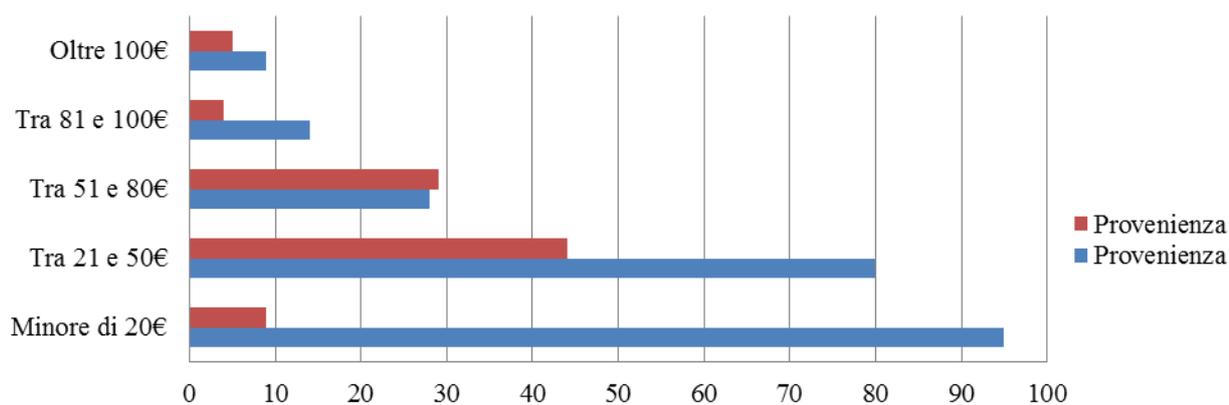
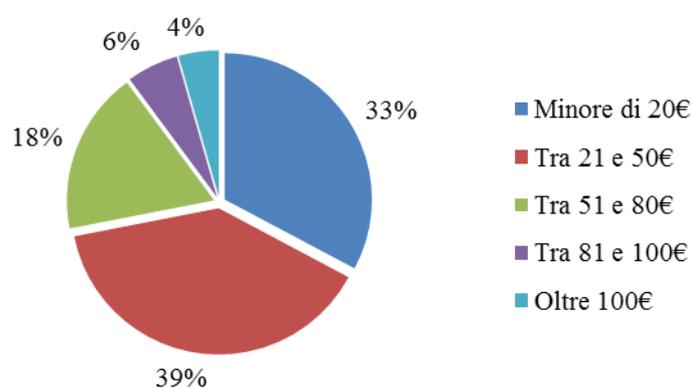


Figura 86. Fasce di spesa media pro-capite dei visitatori, estate 2017

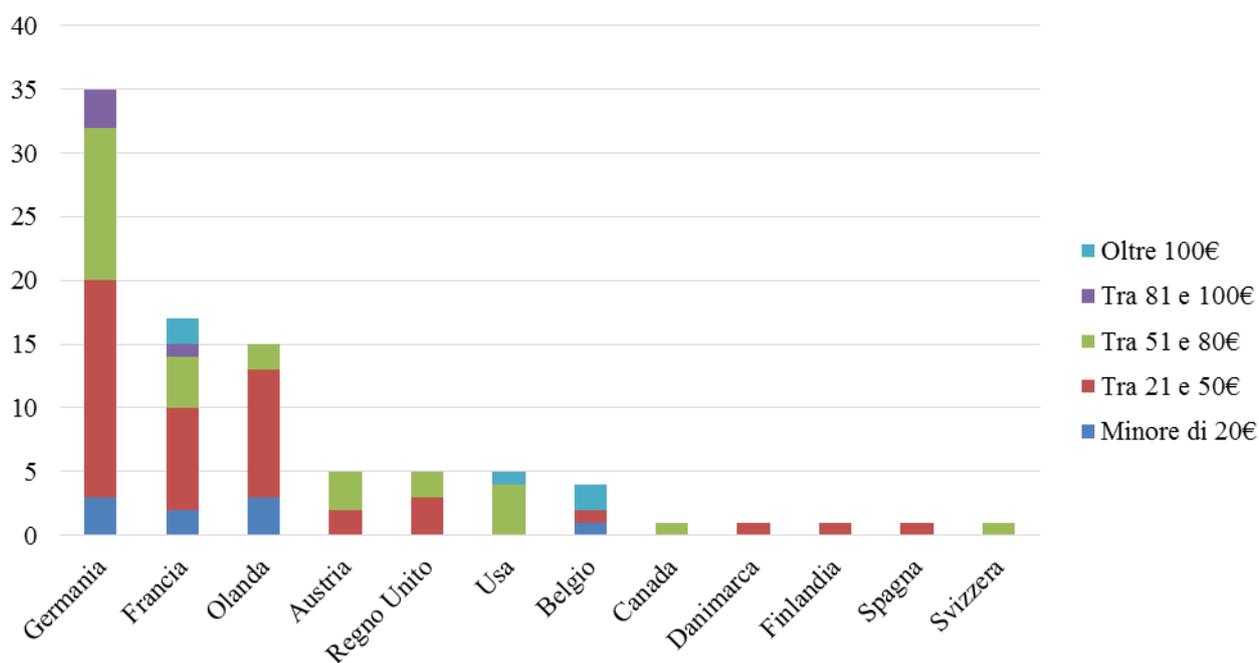


La spesa media procapite degli stranieri si attesta tra i 21 e gli 80 euro.

Tabella 87. Fasce di spesa media pro-capite dei visitatori stranieri, estate 2017

Stato estero	< 20€	21-50€	51-80€	81-100€	> 100€	Rispondenti
Germania	3	17	12	3		35
Francia	2	8	4	1	2	17
Olanda	3	10	2			15
Austria		2	3			5
Regno Unito		3	2			5
Usa			4		1	5
Belgio	1	1			2	4
Canada			1			1
Danimarca		1				1
Finlandia		1				1
Spagna		1				1
Svizzera			1			1
Totale	9	44	29	4	5	91

Figura 87. Fasce di spesa media pro-capite dei visitatori stranieri, estate 2017

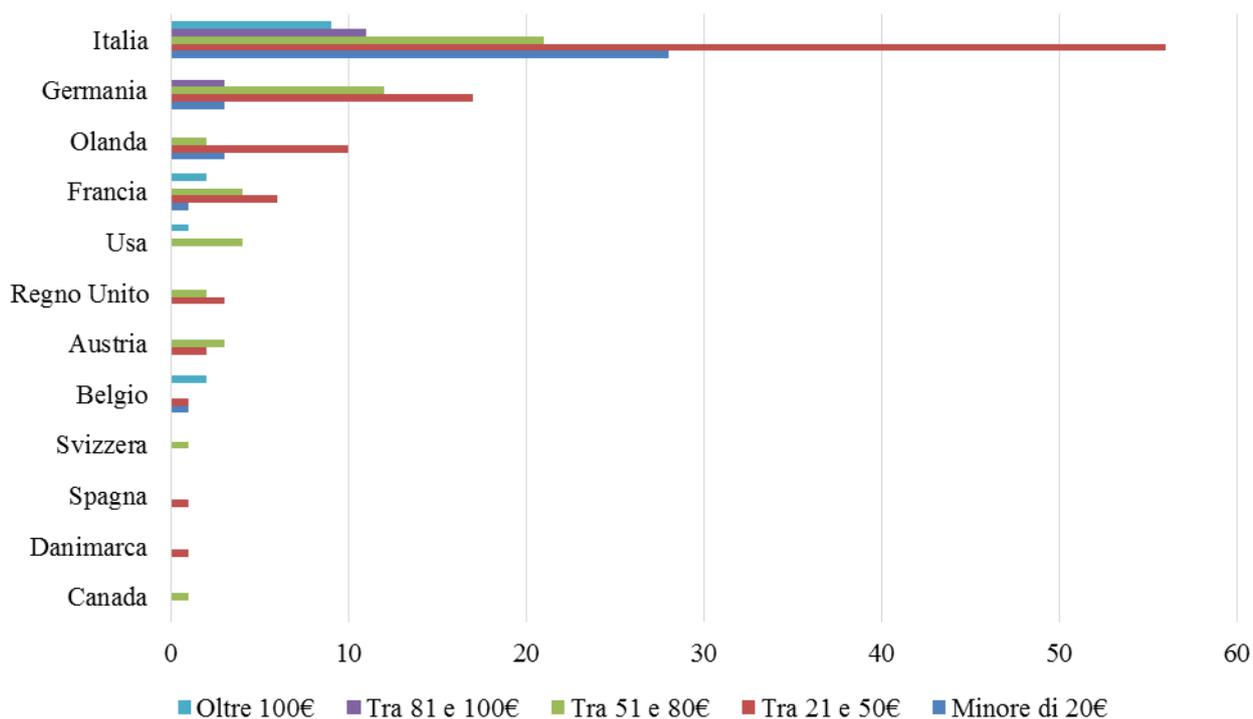


Tra i turisti la fascia di spesa media pro-capite prevalente è quella tra 21,00 e 50,00 euro.

Tabella 88. Fasce di spesa media pro-capite dei turisti italiani e stranieri, estate 2017

Provenienza	< 20€	21-50€	51-80€	81-100€	>100€	Rispondenti
Italia	28	56	21	11	9	125
Germania	3	17	12	3		35
Olanda	3	10	2			15
Francia	1	6	4		2	13
Austria		2	3			5
Regno Unito		3	2			5
Usa			4		1	5
Belgio	1	1			2	4
Canada			1			1
Danimarca		1				1
Spagna		1				1
Svizzera			1			1
Totale complessivo	36	97	50	14	14	211

Figura 88. Fasce di spesa media pro-capite dei turisti italiani e stranieri, estate 2017

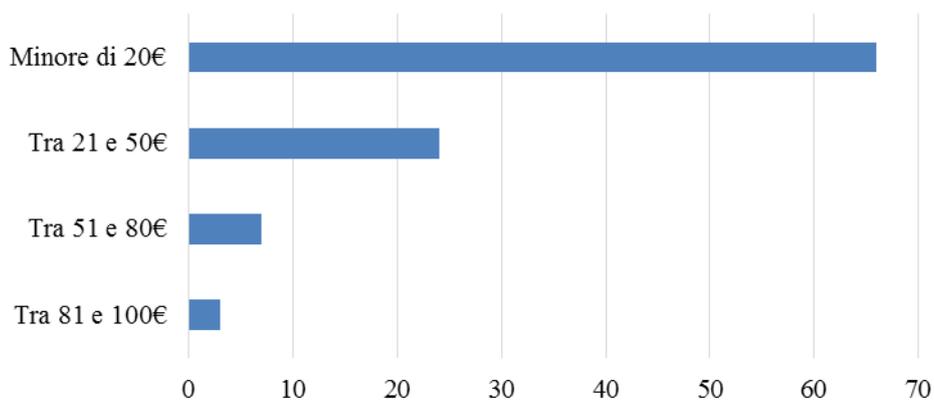


Gli escursionisti registrano una spesa media pro-capite inferiore rispetto ai turisti; la fascia prevalente è infatti quella con una spesa minore di 20 euro, seguita dalla fascia 21-50 euro.

Tabella 89. Fasce di spesa media pro-capite degli escursionisti, estate 2017

	Minore di 20€	Tra 21 e 50€	Tra 51 e 80€	Tra 81 e 100€	Rispondenti
Escursionisti	66	24	7	3	100

Figura 89. Fasce di spesa media pro-capite degli escursionisti, estate 2017



Il canale di informazione principale utilizzato per informarsi sul Parco o tramite cui il Parco viene conosciuto è il passaparola; la voce “Altro” comprende in prevalenza Internet, Associazioni (per esempio il CAI) e libri/guide. Anche nell’indagine condotta nell’estate 2017 il peso dei social network è pressoché irrilevante.

Tabella 90. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori, estate 2017

Canali di informazione	Eestero	Italia	Totale
Passaparola di parenti, amici, colleghi, etc.	18	93	111
Altro	41	69	110
Dalla mia famiglia	8	44	52
Pubblicità/articoli sul web	9	20	29
Pubblicità/articoli su riviste o giornali	8	11	19
Social network	6	7	13
Totale complessivo	90	244	334

Figura 90. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori, estate 2017

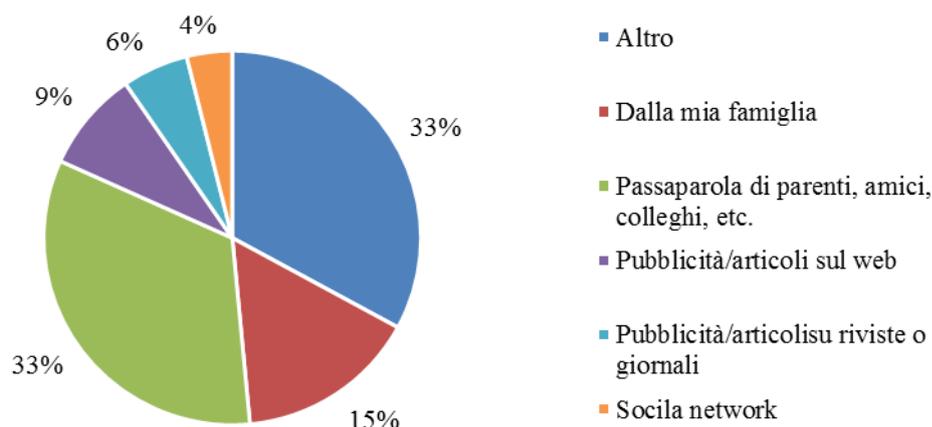


Tabella 91. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori con conoscenza pregressa, estate 2017

Canali di informazione	Eestero	Italia	Totale
Altro	16	54	70
Passaparola di parenti, amici, colleghi, ecc.	5	54	59
Dalla mia famiglia	7	35	42
Pubblicità/articoli sul web		16	16
Pubblicità/articoli su riviste o giornali	5	5	10
Social network	1	6	7
Totale complessivo	34	170	204

Figura 91. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori con conoscenza pregressa, estate 2017

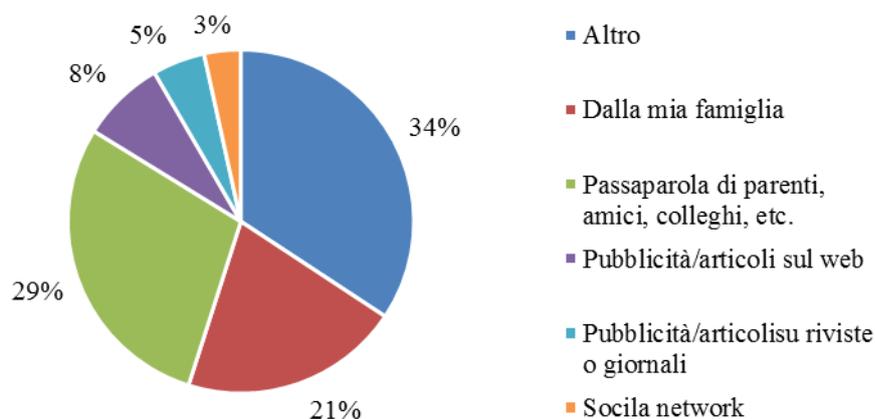


Tabella 92. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori alla prima visita, estate 2017

Canali di informazione	Estero	Italia	Totale
Passaparola di parenti, amici, colleghi, ecc.	13	39	52
Altro	24	15	39
Pubblicità/articoli sul web	9	4	13
Dalla mia famiglia	1	9	10
Pubblicità/articoli su riviste o giornali	3	6	9
Social network	5	1	6
Totale complessivo	55	74	129

Figura 92. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori alla prima visita, estate 2017

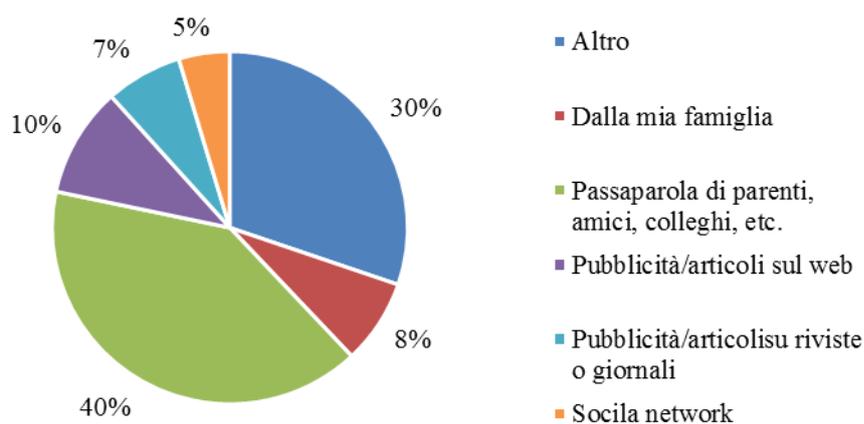


Tabella 93. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei turisti con conoscenza pregressa, estate 2017

Canali di informazione	Estero	Italia	Totale
Altro	14	27	41
Passaparola di parenti, amici, colleghi, ecc.	4	25	29
Dalla mia famiglia	7	14	21
Pubblicità/articoli sul web		13	13
Pubblicità/articoli su riviste o giornali	5	4	9
Social network	1	4	5
Totale complessivo	31	87	118

Figura 93. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei turisti con conoscenza pregressa, estate 2017

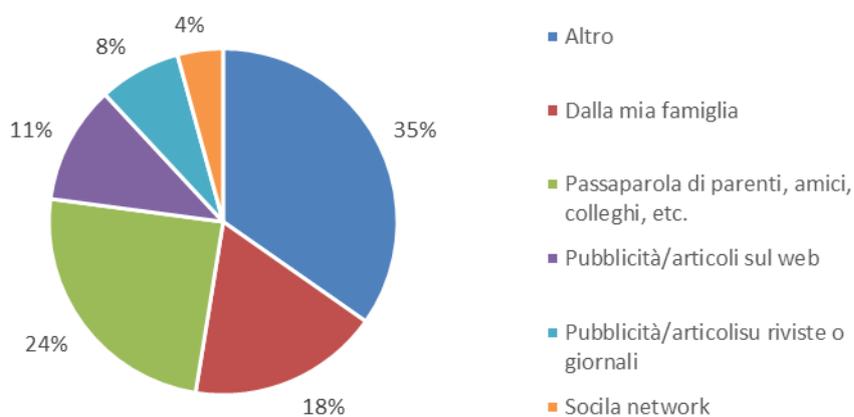


Tabella 94. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei turisti alla prima visita, estate 2017

Canali di informazione	Estero	Italia	Totale
Passaparola di parenti, amici, colleghi, ecc.	12	23	35
Altro	22	7	29
Pubblicità/articoli sul web	9	3	12
Pubblicità/articoli su riviste o giornali	3	5	8
Social network	5		5
Dalla mia famiglia	1	3	4
Totale complessivo	52	41	93

Figura 94. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei turisti alla prima visita, estate 2017

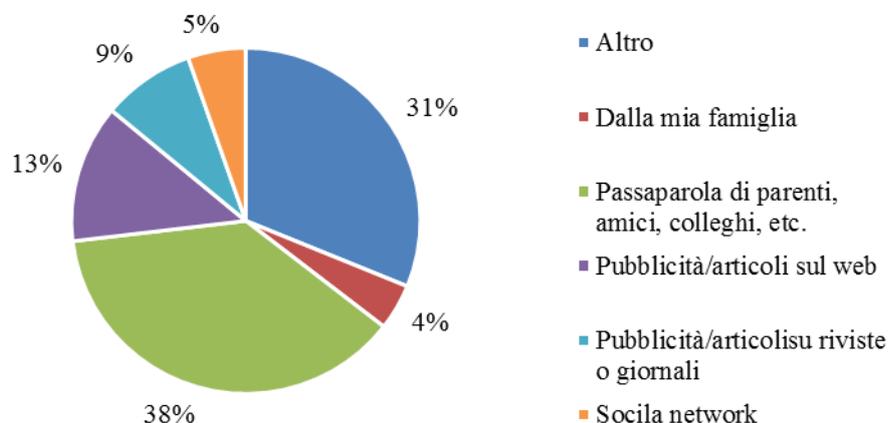


Tabella 95. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione degli escursionisti con conoscenza pregressa, estate 2017

Canali di informazione	Totale
Altro	27
Dalla mia famiglia	21
Passaparola di parenti, amici, colleghi, ecc.	30
Pubblicità/articoli sul web	3
Pubblicità/articoli su riviste o giornali	1
Social network	2
Totale complessivo	84

Figura 95. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione degli escursionisti con conoscenza pregressa, estate 2017

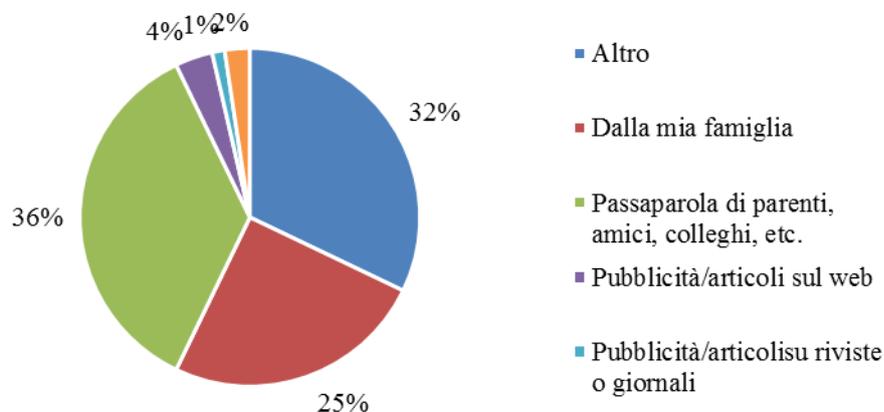
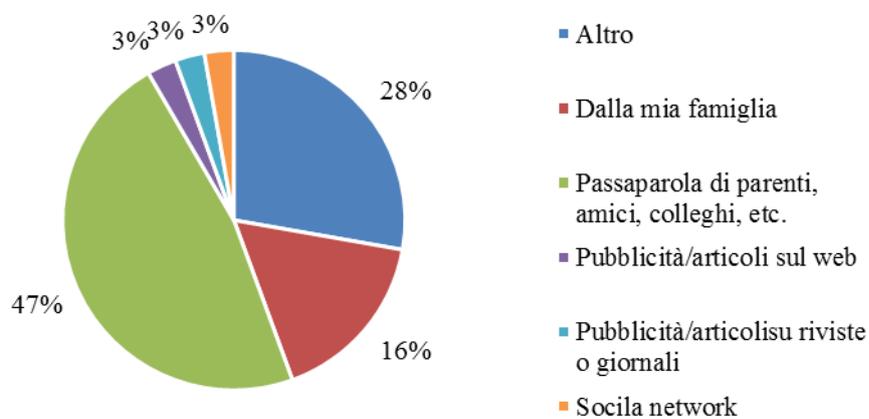


Tabella 96. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione degli escursionisti alla prima visita, estate 2017

Canali di informazione	Totale
Altro	10
Dalla mia famiglia	6
Passaparola di parenti, amici, colleghi, ecc.	17
Pubblicità/articoli sul web	1
Pubblicità/articoli su riviste o giornali	1
Social network	1
Totale complessivo	36

Figura 96. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione degli escursionisti alla prima visita, estate 2017





4. L'attività didattica e i giovani visitatori dei Parchi del Cuneese (approfondimento del paragrafo 6.3.2)

Per conoscere meglio l'attività dal punto di vista della domanda, è stata sviluppata una *survey* online rivolta ai referenti scolastici che hanno realizzato una visita ai Parchi (Alpi Marittime e Marguareis e Monviso) per conoscere le motivazioni principali della scelta della destinazione e la fidelizzazione, unitamente ai temi principali dell'attività didattica, le modalità di visita e la soddisfazione dell'esperienza vissuta nel Parco.

L'indagine, realizzata attraverso un questionario online, è stata realizzata nel periodo maggio-giugno 2017 a seguito dell'invio dell'invito a partecipare a circa 230 referenti di istituti scolastici di vario ordine e grado che sono stati fruitori dell'offerta didattica del Parco della Alpi Marittime e Marguareis e del Parco del Monviso.

Il campione autodefinito dai rispondenti, pari a 57 interviste utili, rappresenta il 25% del totale.

Ente di Gestione del Parco	N° referenti contattati	N° questionari utili
Alpi Marittime e Marguareis	72	19
Monviso	156	38
Totale complessivo	228	57

4.1 Risultati dell'indagine relativa all'offerta didattica dei Parchi

L'indagine rivolta agli istituti scolastici ha voluto subito prendere in considerazione il tema della fidelizzazione, ovvero la frequenza con cui gli istituti scolastici hanno effettuato delle attività didattiche proposte dagli Enti Parco negli ultimi cinque anni; per il Parco del Monviso quasi la metà degli istituti ha svolto attività tutti gli anni o comunque da tre a più volte negli ultimi cinque anni; nel Parco delle Alpi Marittime invece le risposte più frequenti sono da tre a più volte e solo sempre nello stesso arco temporale considerato degli ultimi cinque anni.

Tabella 97. Frequenza di utilizzo dell'offerta didattica da parte degli istituti scolastici negli ultimi cinque anni

Frequenza	Alpi Marittime e Marguareis	Monviso	Totale
Una volta	7	10	17
Due volte	1	2	3
Tre o più volte	9	11	20
È una attività che viene svolta tutti gli anni	2	15	17
Totale complessivo	19	38	57

Figura 97. Frequenza di utilizzo dell'offerta didattica da parte degli istituti scolastici negli ultimi cinque anni

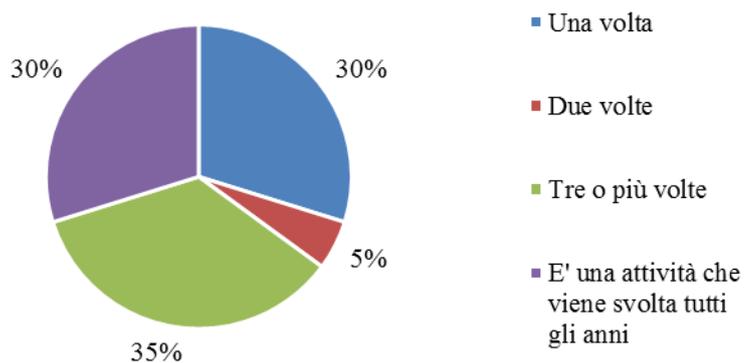
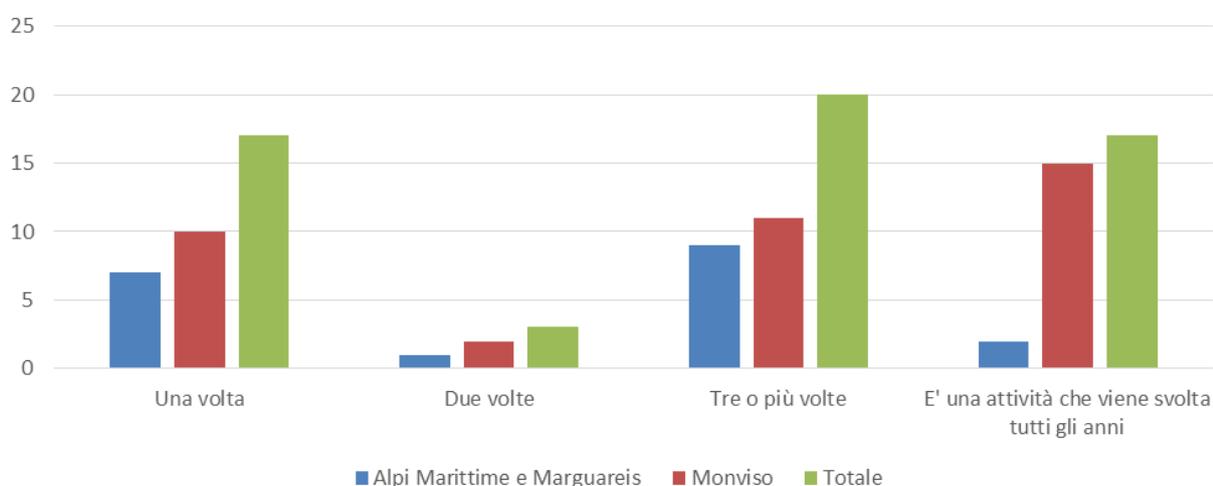


Grafico 98. Frequenza di utilizzo dell'offerta didattica da parte degli istituti scolastici negli ultimi cinque anni, per Ente Parco



Nel caso della prima visita, l'istituto scolastico è venuto a conoscenza del Parco e delle sue attività principalmente grazie al personale scolastico che conosceva già il Parco; da rilevare che per il Parco del Monviso gioca un ruolo importante anche l'invio agli istituti scolastici di materiale promozionale relativo alle attività didattiche che è possibile fare all'interno del Parco stesso.

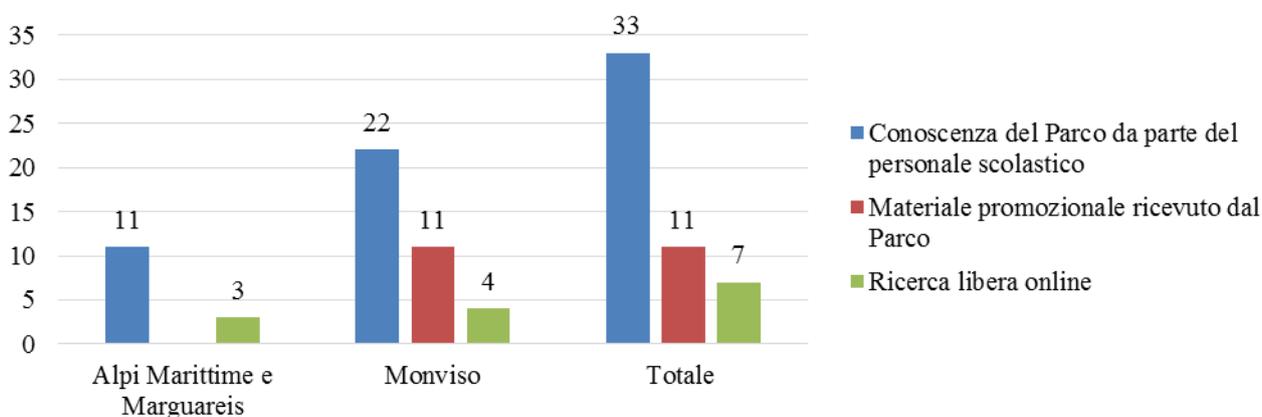
Tabella 98. Canali di informazione per la conoscenza del Parco

Canali di informazione	Alpi Marittime e Marguareis	Monviso	Totale
Conoscenza del Parco da parte del personale scolastico	11	22	33
Materiale promozionale ricevuto dal Parco		11	11
Ricerca libera online	3	4	7
Non era la prima volta	2	1	3
Abbinamento visita Enel	1		1
All'interno di un libretto di pacchetti di visite didattiche	1		1
Passaparola	1		1
Totale complessivo	19	38	57

Figura 99. Canali di informazione per la conoscenza del Parco



Figura 100. Canali di informazione per la conoscenza del Parco, dettaglio per Ente Parco delle voci principali



La visita al Parco è stata all'insegna di attività relative alla natura, soprattutto nel Parco del Monviso; seguono attività legate al mondo della scienza, che rappresenta la risposta più frequente nel caso del Parco delle Alpi Marittime, e della cultura. Poco rilevante il peso delle attività sportive.

Tabella 99. Tema principale della visita

Tema della visita	Alpi Marittime e Marguareis	Monviso	Totale
Natura	6	21	27
Scienza	8	8	16
Cultura, arte, storia	3	7	10
Archeologia sperimentale		1	1
Scienza applicata: centrale idroelettrica	1		1
Scienza e natura insieme	1		1
Sport		1	1
Totale complessivo	19	38	57

Figura 101. Tema principale della visita

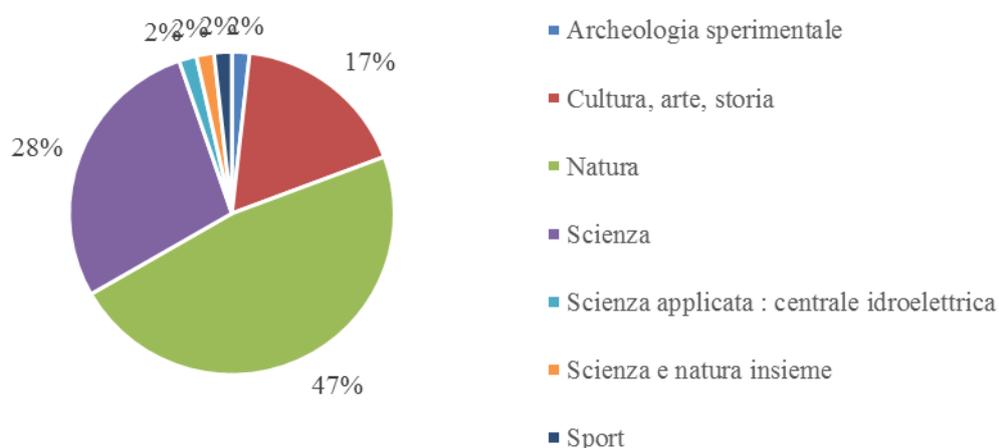
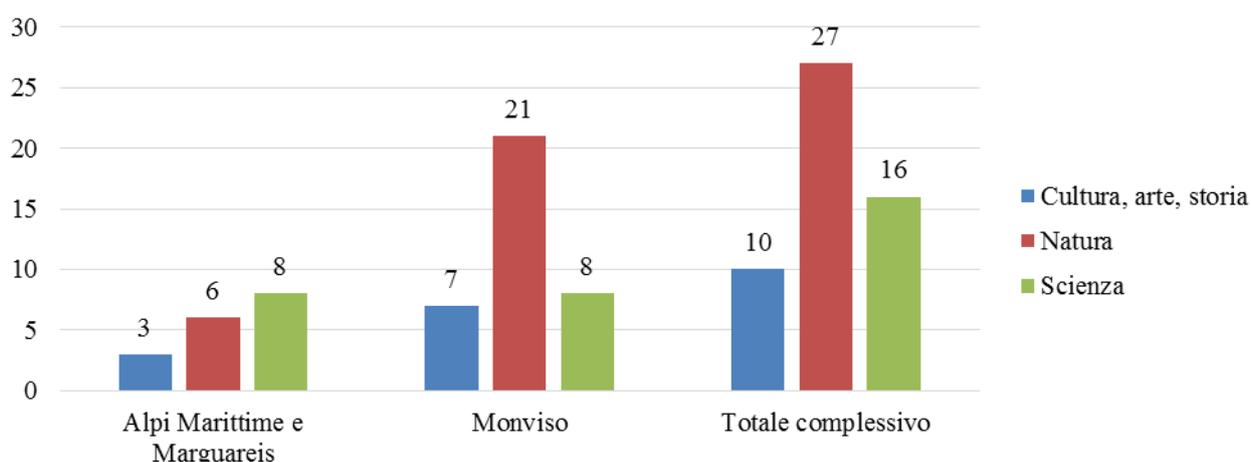


Figura 102. Tema principale della visita, dettaglio per Ente Parco delle voci principali



Rispetto ad altre tipologie di viaggio di istruzione gli istituti scolastici che hanno partecipato all'indagine scelgono il Parco come meta principalmente per precedenti esperienze positive; per il Parco del Monviso è molto rilevante la vicinanza geografica tra il Parco e l'istituto; importante per entrambi i Parchi è la possibilità di visitare il territorio oltre al Parco.

Tabella 100. Ragioni principali di scelta del Parco rispetto alle altre tipologie di viaggio di istruzione

Motivazioni di scelta	Alpi Marittime e Marguareis	Monviso	Totale
Precedenti esperienze di visita positive	13	18	31
Vicinanza geografica rispetto all'istituto scolastico	2	20	22
Possibilità di visita del territorio oltre al Parco (la visita al Parco è stata una componente della gita scolastica)	9	11	20
Rapporto qualità/prezzo	2	8	10
Totale complessivo	26	57	83

Figura 103. Ragioni principali di scelta del Parco rispetto alle altre tipologie di viaggio di istruzione

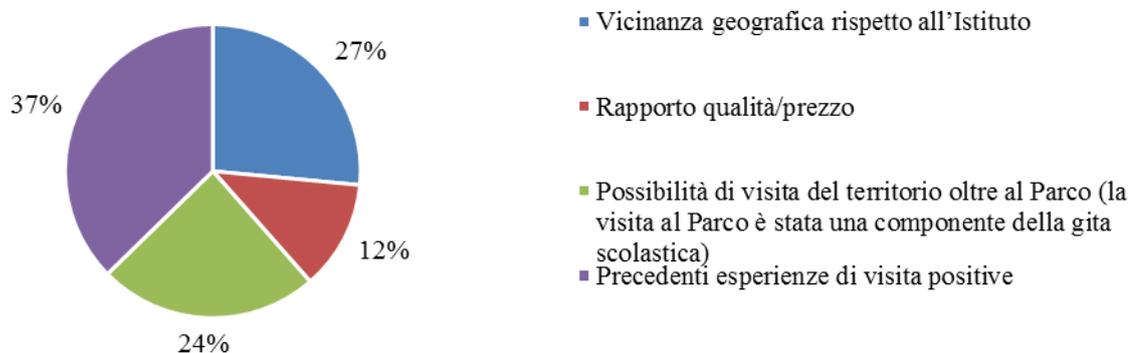
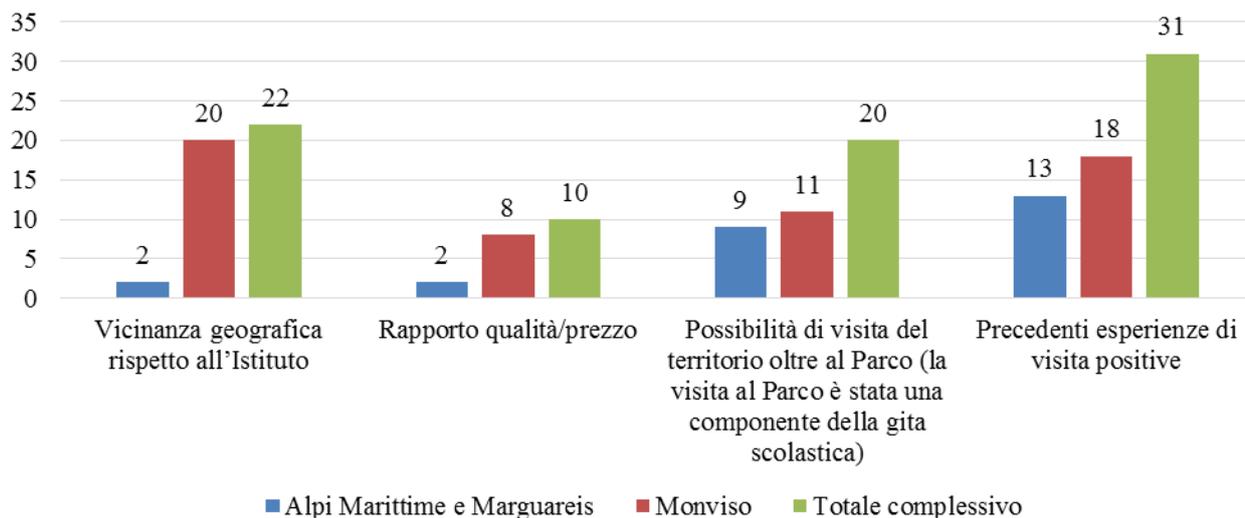


Figura 104. Ragioni principali di scelta del Parco rispetto alle altre tipologie di viaggio di istruzione, per Ente Parco



Prima del viaggio di istruzione le attività che vengono svolte in classe con gli alunni sono principalmente lezioni frontali, seguite per il Parco del Monviso anche da compiti assegnati agli studenti e visione di filmati.



Tabella 101. Attività svolte in classe prima del viaggio di istruzione

Attività	Alpi Marittime e Marguareis	Monviso	Totale
Lezione frontale	11	14	25
Assegnazione di compiti di ricerca/approfondimento agli studenti	1	10	11
Visione di filmati	2	7	9
Nessuna	2	5	7
"Allevamento" dei bachi da seta		1	1
Conversazioni, attività inerenti con i bambini	1		1
Laboratorio di lettura "Pinocchio"; approfondimento "risorse naturali offerte dall'uomo alla montagna"	1		1
Lettura del libro Il richiamo della foresta e quindi approfondimento sul lupo	1		1
Lezioni curricolari di storia sull'archeologia e sulla vita dei primi uomini		1	1
Totale complessivo	19	38	57

Tra le attività didattiche che sono state svolte dagli istituti scolastici durante la visita al Parco figurano principalmente le passeggiate e le escursioni a tema "fauna e flora".

Tabella 102. Attività didattiche svolte nel Parco

Attività	Alpi Marittime e Marguareis	Monviso	Totale
Passeggiata naturalistica/escursione guidata: tema fauna e flora	11	25	36
Escursione guidata con focus su altre tematiche	3	7	10
Altre attività	4	4	8
Passeggiata naturalistica/ escursione guidata: tema geologia	1	2	3
Totale complessivo	19	38	57

Figura 105. Attività didattiche svolte nel Parco

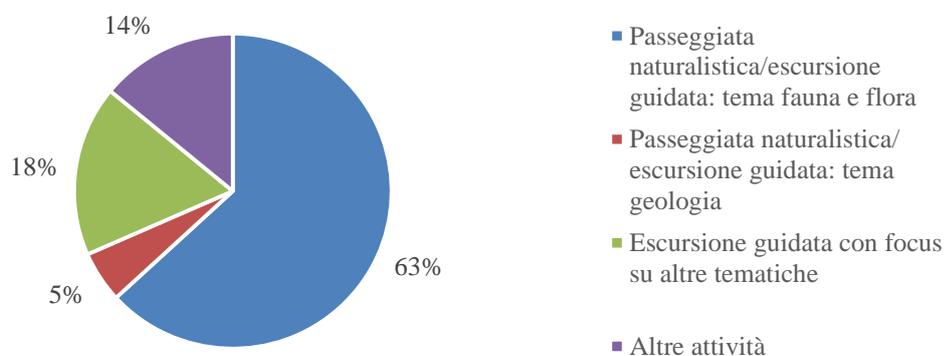
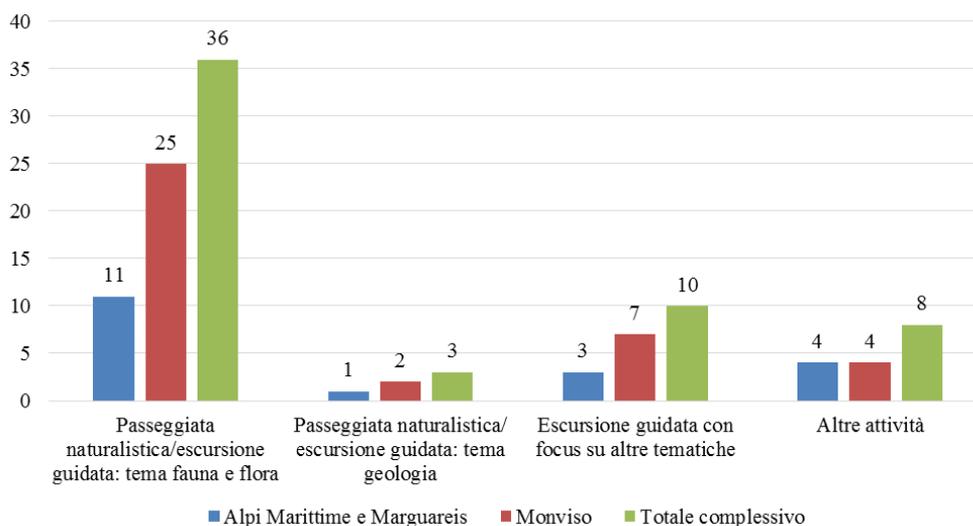


Figura 106. Attività didattiche svolte nel Parco, per Ente Parco



Al rientro dal viaggio di istruzione nella maggior parte dei casi vengono svolte attività in classe legate al viaggio stesso; tra queste figurano ai primi posti l'assegnazione di compiti di ricerca e di approfondimento e le lezioni frontali; non manca la visione di filmati ed una serie di altre attività che dipendono anche dall'ordine e grado della classe.

Tabella 103. Attività effettuate in classe dopo il viaggio di istruzione

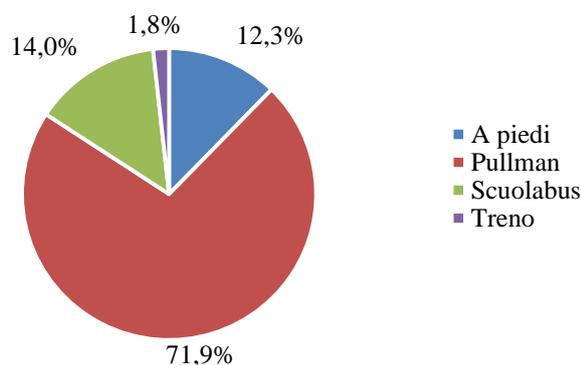
Attività	Alpi Marittime e Marguareis	Monviso	Totale
Assegnazione di compiti di ricerca/approfondimento agli studenti	6	18	24
Lezione frontale	2	10	12
Nessuna	6	1	7
Visione di filmati		3	3
Approfondimento di alcune attività proposte partendo dall'esperienza vissuta		1	1
Conversazione e rielaborazione con gli alunni dell'esperienza effettuata		1	1
Conversazioni, attività didattiche, rielaborazioni grafiche, pittoriche, ecc.	1		1
Disegni (alunni scuola primaria, classi prime)	1		1
Elaborazione dei contenuti appresi	1		1
Il classico testo narrativo realistico riferito all'esperienza; disegni	1		1
Il racconto scritto della loro esperienza	1		1
Rielaborazione e produzione di un power point		1	1
Rielaborazione scritta agli studenti per fissare le informazioni ricevute		1	1
Ripresa dei concetti chiavi emersi durante l'attività e registrazione di questi con supporto fotografico		1	1
Schede didattiche sull'argomento.		1	1
Totale complessivo	19	38	57

Il mezzo di trasporto principale per raggiungere il Parco da parte degli istituti scolastici che hanno partecipato all'indagine è il pullman o scuolabus, ovvero il mezzo di trasporto che viene utilizzato per gli spostamenti degli alunni in occasione di viaggi di istruzione.

Tabella 104. Mezzo di trasporto utilizzato per raggiungere il Parco

Mezzo di trasporto	Alpi Marittime e Marguareis	Monviso	Totale
Pullman	18	23	41
Scuolabus		8	8
A piedi		7	7
Treno	1		1
Totale complessivo	19	38	57

Figura 107. Mezzo di trasporto utilizzato per raggiungere il Parco



La visita al Parco avviene in giornata, ovvero l'istituto scolastico si è recato in visita al Parco solo per svolgere attività relative o interne al Parco stesso; non rappresenta la tappa di un itinerario più ampio.



Tabella 105. Visita al Parco come tappa di un itinerario più ampio o escursione di giornata

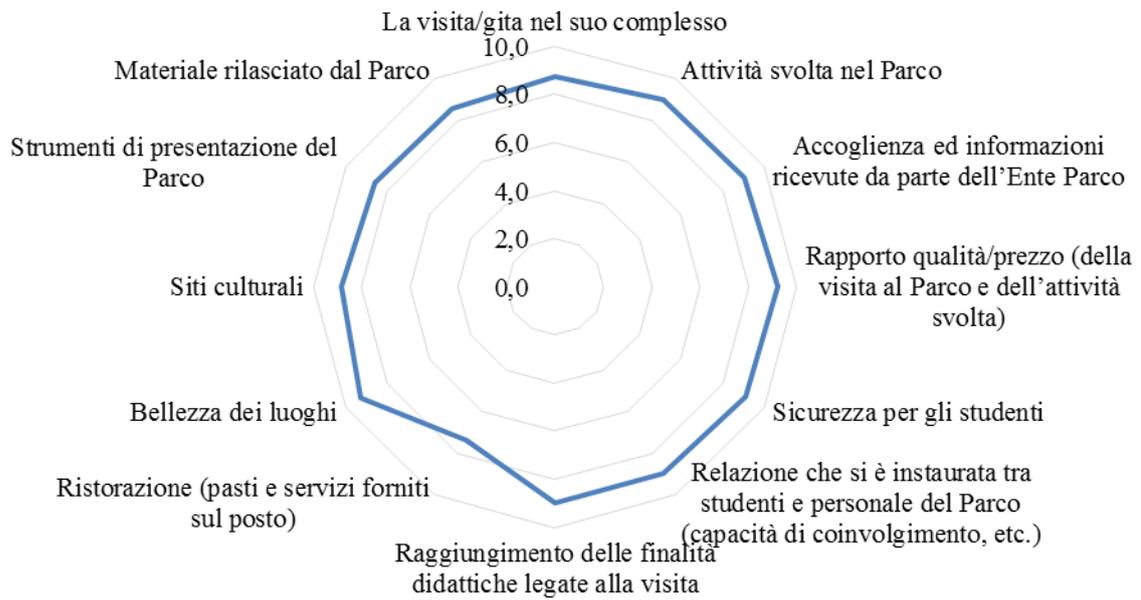
Visita al Parco	Alpi Marittime e Marguareis	Monviso	Totale
Un'escursione in giornata (solo attività relative o interne al Parco)	18	38	56
La tappa di un itinerario più ampio	1		1
Totale complessivo	19	38	57

L'indagine ha rivolto l'attenzione al grado di soddisfazione dei visitatori, con la richiesta di esprimere un giudizio su alcuni aspetti. Gli istituti scolastici giudicano mediamente molto positivo il rapporto qualità/prezzo della visita al Parco e dell'attività svolta, la bellezza dei luoghi e la sicurezza per gli studenti; giudizio discreto per quanto riguarda la ristorazione, ovvero i pasti ed i servizi forniti sul posto.

Tabella 106. Valutazione degli aspetti del viaggio di istruzione e delle attività svolte

Aspetto	Voto Medio complessivo
La visita/gita nel suo complesso	8,7
Attività svolta nel Parco	9,0
Accoglienza ed informazioni ricevute da parte dell'Ente Parco	9,0
Rapporto qualità/prezzo (della visita al Parco e dell'attività svolta)	9,2
Sicurezza per gli studenti	9,1
Relazione che si è instaurata tra studenti e personale del Parco (capacità di coinvolgimento, etc.)	9,0
Raggiungimento delle finalità didattiche legate alla visita	9,0
Ristorazione (pasti e servizi forniti sul posto)	7,4
Bellezza dei luoghi	9,3
Siti culturali	8,8
Strumenti di presentazione del Parco	8,6
Materiale rilasciato dal Parco	8,5
Struttura ricettiva (in caso di pernottamento)	-

Figura 108. Valutazione degli aspetti del viaggio di istruzione e delle attività svolte





Indice delle Tabelle

Tabella 1. Ricettività alberghiera ed extralberghiera per Parco.....	3
Tabella 2. Offerta ricettiva in termini di strutture, camere e posti letto nei territori degli Enti di gestione	6
Tabella 3. Flussi turistici, arrivi e presenze per Ente di gestione, informazioni di dettaglio.....	9
Tabella 4. Stakeholder coinvolti nell'indagine sulla filiera turistica.....	12
Tabella 5. Indagine sui visitatori: metodologia e profilo degli intervistati.....	14
Tabella 6. Distribuzione delle interviste (agosto 2016).....	15
Tabella 7. Provenienza dei visitatori per regione e provincia o Stato estero (agosto 2016).....	16
Tabella 8. Mezzo di trasporto principale utilizzato dai visitatori per raggiungere il Parco (agosto 2016).....	19
Tabella 9. Tipo di visitatore (agosto 2016).....	19
Tabella 10. Motivo principale della visita (agosto 2016).....	20
Tabella 11. Motivazione della vacanza (più risposte possibili) (agosto 2016).....	21
Tabella 12. Attività sportiva praticata (agosto 2016)	21
Tabella 13. Con chi viene visitato il Parco (agosto 2016).....	22
Tabella 14. Distribuzione della permanenza dei turisti (agosto 2016)	23
Tabella 15. Struttura di pernottamento dei turisti (agosto 2016).....	23
Tabella 16. Luogo di pernottamento dei turisti (agosto 2016)	24
Tabella 17. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte dei visitatori (agosto 2016).....	25
Tabella 18. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte dei turisti alla prima visita (agosto 2016)	26
Tabella 19. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte dei turisti con conoscenza pregressa (agosto 2016).....	27
Tabella 20. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte degli escursionisti (agosto 2016)	28
Tabella 21. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei visitatori (agosto 2016).....	29
Tabella 22. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei turisti (agosto 2016).....	30
Tabella 23. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei turisti alla prima visita (agosto 2016).....	31
Tabella 24. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei turisti con conoscenza pregressa (agosto 2016).....	32
Tabella 25. Valutazione degli aspetti del Parco da parte degli escursionisti (agosto 2016).....	33
Tabella 26. Spesa media pro-capite giornaliera dei visitatori (agosto 2016).....	34
Tabella 27. Spesa media pro-capite giornaliera dei turisti (agosto 2016)	35
Tabella 28. Spesa media pro-capite giornaliera degli escursionisti (agosto 2016).....	35
Tabella 29. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori con conoscenza pregressa (agosto 2016)	36
Tabella 30. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei turisti con conoscenza pregressa (agosto 2016)	36
Tabella 31. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione degli escursionisti con conoscenza pregressa (agosto 2016).....	37
Tabella 32. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori alla prima visita (agosto 2016).....	37
Tabella 33. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei turisti alla prima visita (agosto 2016).....	38
Tabella 34. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione degli escursionisti alla prima visita (agosto 2016)	38
Tabella 35. Distribuzione delle interviste, vacanza natalizie 2016.....	39



Tabella 36. Distribuzione delle provenienze dei visitatori per regione e provincia o Stato estero, agosto 2016, vacanze natalizie 2016.....	40
Tabella 37. Mezzo di trasporto principale utilizzato dai visitatori per raggiungere il Parco, vacanze natalizie 2016.....	41
Tabella 38. Tipo di visitatore, vacanze natalizie 2016	42
Tabella 39. Motivo principale della visita, vacanze natalizie 2016.....	42
Tabella 40. Motivazione della vacanza (più risposte possibili), vacanze natalizie 2016	43
Tabella 41. Attività sportiva praticata (più risposte possibili), vacanze natalizie 2016 - eliminare	44
Tabella 42. Con chi viene visitato il Parco, vacanze natalizie 2016.....	45
Tabella 43. Distribuzione della permanenza dei turisti, vacanze natalizie 2016.....	45
Tabella 44. Struttura di pernottamento dei turisti, vacanze natalizie 2016.....	46
Tabella 45. Luogo di pernottamento dei turisti, vacanze natalizie 2016	47
Tabella 46. Visitatori alla prima visita o di ritorno, vacanze natalizie 2016	47
Tabella 47. Valutazione degli aspetti del soggiorno e del Parco da parte dei visitatori, vacanze natalizie 2016	48
Tabella 48. Fasce di spesa media pro-capite dei visitatori, dei turisti e degli escursionisti, vacanze natalizie 2016.....	49
Tabella 49. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori, vacanze natalizie 2016.....	50
Tabella 50. Mezzo di trasporto principale utilizzato dai visitatori per raggiungere il Parco, indagine online 2016.....	52
Tabella 51. Motivo principale della visita, indagine online 2016	52
Tabella 52. Attività sportiva praticata, indagine online 2016.....	53
Tabella 53. Con chi viene visitato il Parco, indagine online 2016	54
Tabella 54. Distribuzione della permanenza dei turisti, indagine online 2016.....	54
Tabella 55. Struttura di pernottamento dei turisti, indagine online 2016	55
Tabella 56. Luogo di pernottamento dei visitatori, indagine online 2016.....	56
Tabella 57. Valutazione degli aspetti del soggiorno e del Parco da parte dei visitatori, indagine online 2016.....	57
Tabella 58. Spesa media pro-capite giornaliera dei visitatori, indagine online 2016.....	58
Tabella 59. Spesa media pro-capite giornaliera dei turisti, indagine online 2016.....	58
Tabella 60. Spesa media pro-capite giornaliera degli escursionisti, indagine online 2016	59
Tabella 61. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori, indagine online 2016.....	60
Tabella 62. Conoscenza del progetto "Parchi da gustare", indagine online 2016	60
Tabella 63. Progetto "Parchi da gustare", acquisto del "Menù del Parco", indagine online 2016.....	61
Tabella 64. Distribuzione delle interviste per Ente Parco, estate 2017	62
Tabella 65. Distribuzione delle interviste per provenienza (Italia e estero), estate 2017	62
Tabella 66. Distribuzione delle interviste per provenienza (Italia e estero) ed Ente Parco, estate 2017	63
Tabella 67. Distribuzione delle provenienze dei visitatori italiani per regione e provincia, estate 2017	64
Tabella 68. Parco Alpi Marittime, distribuzione delle interviste per Stato di provenienza, estate 2017.....	66
Tabella 69. Parco del Monviso, distribuzione delle interviste per Stato estero di provenienza, estate 2017 ..	67
Tabella 70. Distribuzione delle interviste per regione o Stato estero di provenienza, estate 2017	68
Tabella 71. Mezzo di trasporto principale utilizzato dai visitatori per raggiungere il Parco, estate 2017.....	69
Tabella 72. Motivo principale della visita, estate 2017.....	70
Tabella 73. Motivazione della vacanza (più risposte possibili), estate 2017	71



Tabella 74. Attività sportiva praticata, estate 2017	72
Tabella 75. Con chi viene visitato il Parco, estate 2017	73
Tabella 76. Distribuzione della permanenza dei turisti, estate 2017	74
Tabella 77. Struttura di pernottamento dei turisti, estate 2017	74
Tabella 78. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte dei visitatori, estate 2017	75
Tabella 79. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte dei turisti alla prima visita, estate 2017	76
Tabella 80. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte dei turisti con conoscenza pregressa, estate 2017	78
Tabella 81. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte degli escursionisti, estate 2017	79
Tabella 82. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei visitatori, estate 2017	80
Tabella 83. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei turisti alla prima visita, estate 2017	80
Tabella 84. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei turisti con conoscenza pregressa, estate 2017 ..	81
Tabella 85. Valutazione degli aspetti del Parco da parte degli escursionisti, estate 2017	82
Tabella 86. Fasce di spesa media pro-capite dei visitatori italiani e stranieri, estate 2017	82
Tabella 87. Fasce di spesa media pro-capite dei visitatori stranieri, estate 2017	83
Tabella 88. Fasce di spesa media pro-capite dei turisti italiani e stranieri, estate 2017	84
Tabella 89. Fasce di spesa media pro-capite degli escursionisti, estate 2017	85
Tabella 90. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori, estate 2017	86
Tabella 91. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori con conoscenza pregressa, estate 2017	86
Tabella 92. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori alla prima visita, estate 2017	87
Tabella 93. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei turisti con conoscenza pregressa, estate 2017	88
Tabella 94. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei turisti alla prima visita, estate 2017	88
Tabella 95. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione degli escursionisti con conoscenza pregressa, estate 2017	89
Tabella 96. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione degli escursionisti alla prima visita, estate 2017	90
Tabella 97. Frequenza di utilizzo dell'offerta didattica da parte degli istituti scolastici negli ultimi cinque anni	92
Tabella 98. Canali di informazione per la conoscenza del Parco	93
Tabella 99. Tema principale della visita	94
Tabella 100. Ragioni principali di scelta del Parco rispetto alle altre tipologie di viaggio di istruzione	95
Tabella 101. Attività svolte in classe prima del viaggio di istruzione	97
Tabella 102. Attività didattiche svolte nel Parco	97
Tabella 103. Attività effettuate in classe dopo il viaggio di istruzione	98
Tabella 104. Mezzo di trasporto utilizzato per raggiungere il Parco	99
Tabella 105. Visita al Parco come tappa di un itinerario più ampio o escursione di giornata	100
Tabella 106. Valutazione degli aspetti del viaggio di istruzione e delle attività svolte	100

Indice dei grafici

Figura 1. Ricettività alberghiera ed extralberghiera in termini di strutture per Parco	4
Figura 2. Offerta ricettiva in termini di strutture nei territori degli Enti di gestione	6
Figura 3. Offerta ricettiva in termini di camere nei territori degli Enti di gestione	7
Figura 4. Offerta ricettiva in termini di posti letto nei territori degli Enti di gestione.....	7
Figura 5. Flussi turistici, arrivi per Ente di gestione.....	8
Figura 6. Flussi turistici, presenze per Ente di gestione	9
Grafico 7. Flussi turistici, arrivi sul territorio degli Enti di gestione.....	10
Grafico 8. Flussi turistici, presenze sul territorio degli Enti di gestione	10
Figura 9. Distribuzione delle interviste (agosto 2016)	15
Figura 10. Provenienza dei visitatori per regione o Stato estero (agosto 2016)	17
Figura 11. Distribuzione delle provenienze dei visitatori per regione e provincia o Stato estero (agosto 2016)	18
Figura 12. Mezzo di trasporto principale utilizzato dai visitatori per raggiungere il Parco (agosto 2016)	19
Figura 13. Tipo di visitatore (agosto 2016)	20
Figura 14. Motivo principale della visita (agosto 2016).....	20
Figura 15. Motivazione della vacanza (più risposte possibili) (agosto 2016)	21
Figura 16. Attività sportiva praticata (agosto 2016).....	22
Figura 17. Con chi viene visitato il Parco (agosto 2016)	22
Figura 18. Distribuzione della permanenza dei turisti (agosto 2016).....	23
Figura 19. Struttura di pernottamento dei turisti (agosto 2016)	24
Figura 20. Luogo di pernottamento dei turisti (agosto 2016).....	24
Figura 21. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte dei visitatori (agosto 2016)	26
Figura 22. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte dei turisti alla prima visita (agosto 2016).....	27
Figura 23. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte dei turisti con conoscenza pregressa (agosto 2016).....	28
Figura 24. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte degli escursionisti (agosto 2016).....	29
Figura 25. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei visitatori (agosto 2016)	30
Figura 26. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei turisti (agosto 2016)	31
Figura 27. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei turisti alla prima visita (agosto 2016)	32
Figura 28. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei turisti con conoscenza pregressa (agosto 2016) .	33
Grafico 29. Valutazione degli aspetti del Parco da parte degli escursionisti (agosto 2016).....	34
Figura 30. Spesa media pro-capite giornaliera dei visitatori (agosto 2016)	35
Figura 31. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori con conoscenza pregressa (agosto 2016).....	36
Figura 32. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori alla prima visita (agosto 2016).....	37
Figura 33. Distribuzione delle interviste, vacanza natalizie 2016	39
Figura 34. Provenienza dei visitatori per regione o Stato estero, vacanze natalizie 2016.....	41
Figura 35. Mezzo di trasporto principale utilizzato dai visitatori per raggiungere il Parco, vacanze natalizie 2016.....	41
Figura 36. Tipo di visitatore, vacanze natalizie 2016.....	42
Figura 37. Motivo principale della visita, vacanze natalizie 2016	43
Figura 38. Motivazione della vacanza (più risposte possibili), vacanze natalizie 2016	44



Figura 39. Attività sportiva praticata (più risposte possibili), vacanze natalizie 2016.....	44
Figura 40. Con chi viene visitato il Parco, vacanze natalizie 2016	45
Figura 41. Distribuzione della permanenza dei turisti, vacanze natalizie 2016	46
Figura 42. Struttura di pernottamento dei turisti, vacanze natalizie 2016	46
Figura 43. Luogo di pernottamento dei turisti, vacanze natalizie 2016.....	47
Figura 44. Visitatori alla prima visita o di ritorno, vacanze natalizie 2016.....	47
Figura 45. Valutazione degli aspetti del soggiorno e del Parco da parte dei visitatori, vacanze natalizie 2016	49
Figura 46. Fasce di spesa media pro-capite dei visitatori, dei turisti e degli escursionisti, vacanze natalizie 2016	50
Figura 47. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori, vacanze natalizie 2016	51
Figura 48. Mezzo di trasporto principale utilizzato dai visitatori per raggiungere il Parco, indagine online 2016	52
Figura 49. Motivo principale della visita, indagine online 2016.....	53
Figura 50. Attività sportiva praticata, indagine online 2016	53
Figura 51. Con chi viene visitato il Parco, indagine online 2016.....	54
Figura 52. Distribuzione della permanenza dei turisti, indagine online 2016	55
Figura 53. Struttura di pernottamento dei turisti, indagine online 2016.....	56
Figura 54. Luogo di pernottamento dei visitatori, indagine online 2016	56
Figura 55. Valutazione degli aspetti del soggiorno e del Parco da parte dei visitatori, indagine online 2016	57
Figura 56. Spesa media pro-capite giornaliera dei visitatori, indagine online 2016	58
Figura 57. Spesa media pro-capite giornaliera dei turisti, indagine online 2016	59
Figura 58. Spesa media pro-capite giornaliera degli escursionisti, indagine online 2016.....	59
Figura 59. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori, indagine online 2016.....	60
Figura 60. Conoscenza del progetto "Parchi da gustare", indagine online 2016.....	61
Figura 61. Progetto "Parchi da gustare", acquisto del "Menù del Parco", indagine online 2016	61
Figura 62. Distribuzione delle interviste per Ente Parco, estate 2017	62
Figura 63. Distribuzione delle interviste per provenienza (Italia e estero), estate 2017	63
Figura 64. Distribuzione delle interviste per provenienza (Italia e estero) ed Ente Parco, estate 2017.....	63
Figura 65. Distribuzione delle provenienze dei visitatori italiani per regione e provincia, estate 2017	65
Figura 66. Parco Alpi Marittime, distribuzione delle interviste per Stato estero di provenienza, estate 2017	66
Figura 67. Parco del Monviso, distribuzione delle interviste per Stato estero di provenienza, estate 2017....	67
Figura 68. Distribuzione delle interviste per regione o Stato estero di provenienza, estate 2017	69
Figura 69. Mezzo di trasporto principale utilizzato dai visitatori per raggiungere il Parco, estate 2017	70
Figura 70. Mezzo di trasporto principale utilizzato dai visitatori per raggiungere il Parco, dettaglio voce "Altro", estate 2017	70
Figura 71. Motivo principale della visita, estate 2017.....	71
Figura 72. Motivazione della vacanza (più risposte possibili), estate 2017	72
Figura 73. Attività sportiva praticata, estate 2017	73
Figura 74. Con chi viene visitato il Parco, estate 2017	73
Figura 75. Distribuzione della permanenza dei turisti, estate 2017.....	74
Figura 76. Struttura di pernottamento dei turisti, estate 2017	75
Figura 77. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte dei visitatori, estate 2017	76



Figura 78. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte dei turisti alla prima visita, estate 2017.....	77
Figura 79. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte dei turisti con conoscenza pregressa, estate 2017	78
Figura 80. Valutazione degli aspetti del soggiorno da parte degli escursionisti, estate 2017.....	79
Figura 81. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei visitatori, estate 2017	80
Figura 82. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei turisti alla prima visita, estate 2017	81
Figura 83. Valutazione degli aspetti del Parco da parte dei turisti con conoscenza pregressa, estate 2017	81
Figura 84. Valutazione degli aspetti del Parco da parte degli escursionisti, estate 2017	82
Figura 85. Fasce di spesa media pro-capite dei visitatori italiani e stranieri, estate 2017	83
Figura 86. Fasce di spesa media pro-capite dei visitatori, estate 2017	83
Figura 87. Fasce di spesa media pro-capite dei visitatori stranieri, estate 2017	84
Figura 88. Fasce di spesa media pro-capite dei turisti italiani e stranieri, estate 2017	85
Figura 89. Fasce di spesa media pro-capite degli escursionisti, estate 2017	85
Figura 90. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori, estate 2017.....	86
Figura 91. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori con conoscenza pregressa, estate 2017	87
Figura 92. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei visitatori alla prima visita, estate 2017	87
Figura 93. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei turisti con conoscenza pregressa, estate 2017	88
Figura 94. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione dei turisti alla prima visita, estate 2017	89
Figura 95 . Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione degli escursionisti con conoscenza pregressa, estate 2017.....	89
Figura 96. Conoscenza del Parco e delle sue attività: canali di informazione degli escursionisti alla prima visita, estate 2017	90
Figura 97. Frequenza di utilizzo dell'offerta didattica da parte degli istituti scolastici negli ultimi cinque anni	92
Grafico 98. Frequenza di utilizzo dell'offerta didattica da parte degli istituti scolastici negli ultimi cinque anni, per Ente Parco.....	93
Figura 99. Canali di informazione per la conoscenza del Parco.....	94
<i>Figura 100. Canali di informazione per la conoscenza del Parco, dettaglio per Ente Parco delle voci principali</i>	<i>94</i>
Figura 101. Tema principale della visita	95
Figura 102. Tema principale della visita, dettaglio per Ente Parco delle voci principali	95
Figura 103. Ragioni principali di scelta del Parco rispetto alle altre tipologie di viaggio di istruzione	96
<i>Figura 104. Ragioni principali di scelta del Parco rispetto alle altre tipologie di viaggio di istruzione, per Ente Parco</i>	<i>96</i>
Figura 105. Attività didattiche svolte nel Parco	97
Figura 106. Attività didattiche svolte nel Parco, per Ente Parco.....	98
Figura 107. Mezzo di trasporto utilizzato per raggiungere il Parco	99
Figura 108. Valutazione degli aspetti del viaggio di istruzione e delle attività svolte	101