

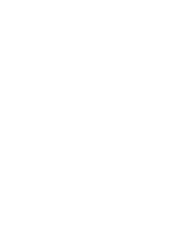


Turismo in Piemonte nel 2007 e dati principali 2008

Profilo del turista e Customer Satisfaction
La Montagna Invernale
Dati principali 2008 e un primo confronto 2007-2008

Università di Torino

22 maggio 2008



L'indagine è stata diretta da Chito Guala, docente di Metodologia delle scienze sociali (Università di Torino); ha collaborato Isabelle Saggin; le riflessioni conclusive sono state curate da Piervincenzo Bondonio, docente di Scienza delle Finanze (Università di Torino); la elaborazione dati è stata curata da Gianluca Bo (Metis Ricerche, Torino).

Per il Centro interdipartimentale OMERO (Università di Torino) il progetto di ricerca è stato originariamente elaborato dai professori Piervincenzo Bondonio, Chito Guala e Sergio Scamuzzi.

Lo sviluppo del progetto ha visto il coordinamento dall'Osservatorio Turistico, ora operante all'interno di Sviluppo Piemonte Turismo.



Misurazione dei flussi turistici in Piemonte

Chito Guala - Metodologia delle scienze sociali - Università di Torino

Premessa

Nel corso del 2007 in quattro aree del Piemonte (Montagna Invernale, Torino, Laghi, Langhe e Roero) è stata effettuata una ricerca su atteggiamenti, valutazioni e aspettative dei turisti e visitatori.

La ricerca si è avvalsa della collaborazione di molte strutture ricettive, alberghiere ed extraalberghiere, scelte secondo strategie di campionamento a base territoriale e di categoria delle strutture stesse.

Quasi 1700 questionari forniscono una panoramica dei "molti turismi" che attraversano il Piemonte, riflettendo gli aspetti positivi (in larga maggioranza) del soggiorno, ed evidenziando anche qualche problema, da verificare e risolvere nell'ottica di una rinnovata e moderna offerta turistica e culturale a livello regionale. Secondo i giudizi dei turisti e dei visitatori le diverse aree mostrano tipologie di soggiorno, interessi e valutazioni piuttosto differenziati, e questo dato conferma che solo un approfondimento qualitativo e una verifica diretta con i singoli turisti offre occasioni di riflessione più attente, al di là dei dati oggettivi disponibili, sempre utili.

Ma vediamo alcuni risultati della ricerca.

Durata del soggiorno e fidelizzazione

La durata del soggiorno si diversifica in tutte le quattro aree piemontesi:

Montagna invernale:

- il soggiorno è principalmente di una settimana (settimana bianca);
- visita per la prima volta o più volte

Colline

- in genere legata al week end;
- visita prevalentemente per la prima volta

Laghi:

- la permanenza si distingue in soggiorni di 2/3 giorni e di una settimana;
- visita per la prima volta
- chi predilige il campeggio soggiorna più a lungo (anche 2 settimane)

Torino:

- permanenza media 2/3 giorni, non necessariamente legati al week end
- visita per la prima o la seconda volta

Motivazioni del soggiorno

Il Turista sceglie il suo soggiorno nelle seguenti aree per:

Montagna invernale: → fare sport	Colline → vacanza e relax → cultura/enogastronomia
Laghi: → vacanza e relax	Torino: → vacanze e relax (con la "scoperta" in loco dell'offerta culturale e museale) → lavoro e affari → visita a parenti e amici

Con chi si va in vacanza, con chi si condivide il soggiorno

Nelle varie aree del Piemonte la vacanza si condivide:

Montagna invernale: → prevalentemente con gli amici, con una buona quota anche di famiglie	Colline → con la famiglia, cui seguono gli amici
Laghi: → con la famiglia	Torino: → con la famiglia, con amici, e da soli

Modalità della scelta

PASSA-PAROLA di amici e parenti: riveste un ruolo rilevante;

AGENZIE DI VIAGGIO: si riduce la funzione delle agenzie di viaggio nel "suggerire" le mete da visitare;

INTERNET: ottiene uno spazio interessante internet, pur all'interno di un sub-campione non maggioritario di "navigatori": segno che chi usa internet lo utilizza anche per organizzarsi la vacanza. Con il crescere della "rete", internet diventerà uno strumento sempre più importante.

Si riportano qui di seguito le modalità riferite per le singole aree:

Montagna invernale: → si affida maggiormente al consiglio di amici e parenti → propensione al ritorno MEDIO ALTA (72% sicuramente/probabilmente)	Colline → si affida maggiormente al consiglio di amici e parenti → propensione al ritorno MOLTO ALTA (85% sicuramente/probabilmente)
Laghi: → si affida maggiormente al consiglio di amici e parenti → propensione al ritorno MOLTO ALTA (79% sicuramente/probabilmente)	Torino: → si affida maggiormente al consiglio di amici e parenti → propensione al ritorno MOLTO ALTA (82% sicuramente/probabilmente)

Gli aspetti più positivi del soggiorno

Premesso che le critiche sono sempre state contenute, in tutte e quattro le aree, bisogna dire che le motivazioni di segno positivo risultano ben più marcate, e con punteggi alti. Un elemento comune a tutte le aree è il riconoscimento della bellezza dei luoghi e dell'area del soggiorno.

Nelle quattro aree troviamo una buona sottolineatura con riferimento a:

- l'offerta enogastronomia (specie a Torino, sui Laghi e nelle Langhe);
- i servizi alberghieri e di accoglienza (con eccellenze a Torino e sui Laghi);
- la conoscenza delle lingue da parte degli operatori (con i Laghi al primo posto);
- il buon rapporto qualità-prezzo (sottolineato soprattutto a Torino e sui Laghi).

In particolare vediamo come si distribuiscono le valutazioni più positive all'interno delle diverse aree considerate.

Montagna invernale:

- bellezza della destinazione
- qualità degli alberghi
- buon rapporto prezzo/qualità
- qualità del comprensorio sciistico

Laghi:

- bellezza della destinazione
- qualità degli alberghi
- accoglienza e informazioni

(punteggi molto alti su tutte le risposte)

Colline:

- bellezza della destinazione
- qualità degli alberghi
- offerta enogastronomica

Torino:

- qualità degli alberghi
- bellezza della destinazione
- accoglienza e informazioni

Alcune caratteristiche socioanagrafiche degli ospiti

Chi ha risposto al questionario è in prevalenza maschio principalmente a:

- Torino;
- Langhe-Roero.

I titoli di studio posseduti e la condizione occupazionale segnalano **campioni altamente scolarizzati e con attività lavorative qualificate**. In particolare, l'alta percentuale di laureati a Torino costituisce segno evidente di un turismo anche culturale, in espansione nel capoluogo piemontese. Appare chiaro che i flussi turistici in Piemonte fanno capo a ceti medi qualificati.

I dati sulla condizione occupazionale sono coerenti con quelli della scolarità. Sono fortemente presenti nelle quattro aree:

- dirigenti;
- imprenditori;
- liberi professionisti;
- impiegati;
- insegnanti.

Provenienza geografica

La diversa distribuzione di italiani e stranieri appare molto netta tra le quattro realtà territoriali,

MAGGIORANZA DI TURISTI STRANIERI:

- Laghi;
- Langhe e Roero;
- Montagna Invernale.

MAGGIORANZA DI TURISTI ITALIANI¹:

- La Montagna Invernale, e le Valli olimpiche in particolare, da tempo sono interessate da provenienze estere, anche grazie a tour operator internazionali;
- i Laghi storicamente richiamano turisti stranieri (e sono tutti stranieri i campeggiatori)
- nelle Langhe e nel Roero si muovono naturalmente anche molti italiani, che però esauriscono per lo più le loro visite in giornata, provenendo dal Piemonte e dalle regioni confinanti;
- Torino sta consolidando la propria diversificazione economica, punta sulla rinnovata offerta culturale e turistica, si presenta come "città da scoprire" e "città che non ci si aspetta".

¹ È registrata solo a Torino.

La Montagna Invernale

Dati principali 2008 e un primo confronto 2007-2008

Come nella rilevazione dell'anno scorso, i dati 2008 presentano valutazioni indubbiamente positive, con apprezzamenti diffusi su vari temi.

- La settimana bianca continua ad essere il tipo di soggiorno preferito, con oltre la metà dei casi.
- Il 58% degli intervistati ha scelto le valli alpine "per la prima volta".
- Fidelizzazione: l'intenzione di "ritornare" nella località coinvolge "sicuramente" il 33% degli intervistati, "probabilmente" il 39%.
- La pratica sportiva rimane il "core" della vacanza (quasi la metà dei casi), pur in presenza di altre voci (vacanza rilassante, riposarsi, stare con amici e familiari: non a caso la vacanza si condivide con famigliari e amici).
- La scelta della località nasce dal "passa parola", dai suggerimenti di parenti e amici (43%); disperse altre occasioni, interessante il dato di internet (22%).
- La vacanza è anche occasione per visitare altre località: sono citate Torino (21%), e altre località (36%), specie nell'arco alpino e in Francia.
- Gli elementi positivi del soggiorno sono in linea con la rilevazione del 2007: nell'ordine, la buona qualità del servizio alberghiero, la bellezza del luogo, il buon rapporto qualità-prezzo, l'offerta enogastronomica, i servizi di accoglienza e di informazione (tutti con punteggi compresi tra l'88 e il 78%).
- Due uniche criticità riguardano il "dopo sci", e cioè la "vita notturna" e lo "shopping" (ambidue al 43%): tali posizioni sono correlate all'età e al genere.
- Il voto complessivo dato alla vacanza trova un consenso positivo: in una scala da 1 a 10 la rilevazione 2008 trova una media di 7.8 (era 7.7 al 2007).
- Il 20% degli intervistati conosce il sito www.torinopiemonte.com (ma i siti sono molti, variamente individuati dai motori di ricerca).
- Nella rilevazione 2008 sono aumentati gli italiani (al 49%), con una forte presenza di liguri e lombardi (oltre ai piemontesi) tra gli italiani.
- La composizione sociale del campione risulta medio-alta, con buone percentuali di diplomi superiori (46%) e laureati (47%), e attività lavorative e professionali qualificate. Il dato 2008 è praticamente identico al 2007.