



## ***Laghi 2008*** ***Turismo in Piemonte***

### **Profilo del turista e Customer Satisfaction**

**Rapporto di sintesi dell'indagine sui turisti**



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 Scienze 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 di Sviluppo Piemonte Turismo.



## Indice

<b>PREMESSA .....</b>	<b>4</b>
<b>SEZIONE A - IL SOGGIORNO .....</b>	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>
<b>SEZIONE B. DATI SOCIOANAGRAFICI .....</b>	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>



## PREMESSA

Nel secondo anno di vita del progetto di collaborazione tra Sviluppo Piemonte Turismo (ex-Osservatorio Regionale sul Turismo) e il Centro interdipartimentale OMERO (Università di Torino), la seconda rilevazione<sup>1</sup>, dopo la Montagna Invernale, ha riguardato visitatori e turisti nell'area dei Laghi.

L'indagine si è svolta nei mesi di luglio ed agosto 2008, concentrandosi sul turismo estivo ed ha riguardato alcuni comuni delle province di Novara e del Verbano Cusio Ossola che affacciano sui due principali laghi piemontesi, Maggiore e d'Orta e precisamente i comuni di Oleggio Castello, Pettenasco, Orta San Giulio, Stresa, Verbania Intra e Pallanza, Fondotoce di Verbania e Baveno.

In queste aree, tenendo conto dei criteri di campionamento, basati sia sull'intensità dei flussi turistici e sulla loro distribuzione, sia sulla distribuzione per categorie delle strutture ricettive, sono stati scelti gli alberghi nei quali si sono effettuate la distribuzione e la raccolta dei questionari. Il campione è sovrapponibile a quello dello scorso anno essendo composto dai medesimi alberghi, con l'unica eccezione di un nuovo albergo che ha sostituito un esercizio che nel 2008 non ha più aderito all'iniziativa.

In partenza si è ipotizzata la compilazione di 300-400 questionari, numero sufficiente a tener adeguatamente conto della distribuzione territoriale e della diversificazione dell'offerta culturale e turistica.

In realtà i questionari compilati, verificati e controllati sono stati 360, così suddivisi per provincia:

<b>Provincia di Novara</b>	<b>Provincia del Verbano Cusio Ossola</b>
262 (72,8%)	98 (27,2%)

---

<sup>1</sup> Il Rapporto è stato redatto da Isabelle Saggin e Piervincenzo Bondonio; elaborazione dati di Metis Ricerche; il progetto di ricerca è stato originariamente elaborato, per conto del Centro OMERO, da Chito Guala, Piervincenzo Bondonio e Sergio Scamuzzi.

## SEZIONE A. IL SOGGIORNO

### 1. La durata del soggiorno e i tempi della sua pianificazione

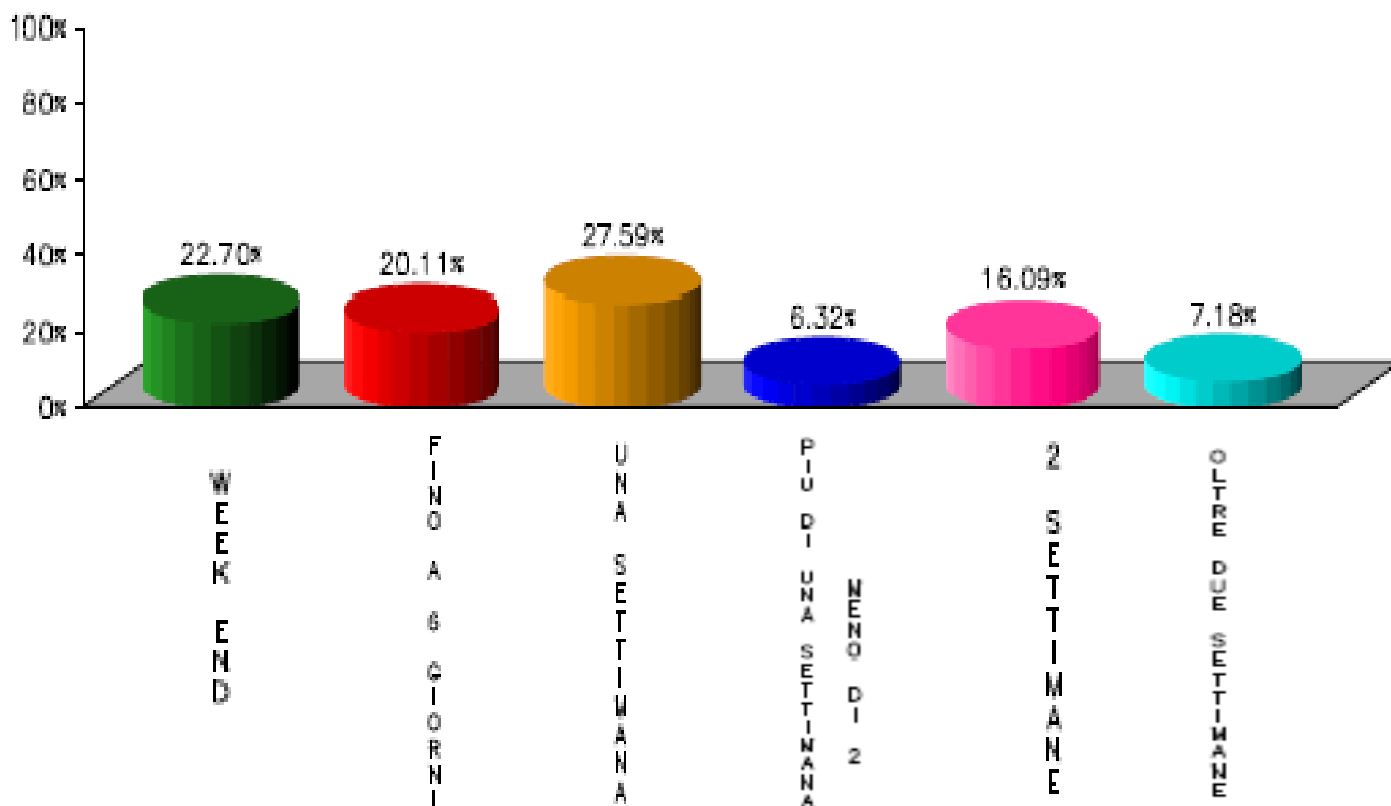


Tabella 1. La durata del soggiorno - n.risposte: 348

Il 27,6% degli intervistati dichiara un soggiorno di una settimana, un altro 20,1%, fino a 6 giorni e il 6,3% un di più di una e meno di 2 settimane: oltre la metà degli intervistati soggiorna quindi sui Laghi per circa una settimana.

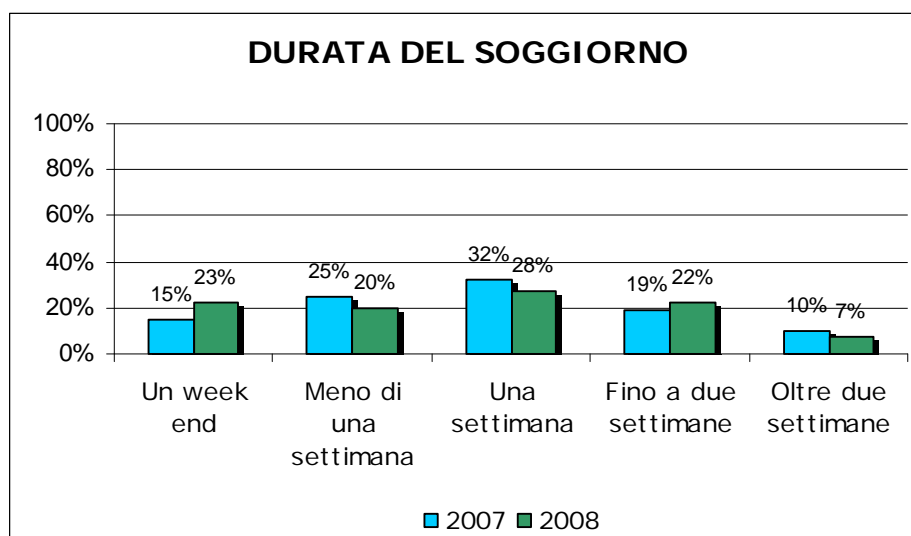


Tabella 2. La durata del soggiorno – confronto fra percentuali del 2007 e del 2008

Le risposte sono tuttavia molto differenziate: una quota consistente di intervistati (il 22,7%) afferma di preferire soggiorni brevi, di un solo weekend, ma il 23,3% effettua soggiorni di 2 settimane o più. Rispetto allo scorso anno la percentuale che più è variata in valore assoluto è quella corrispondente ai turisti del fine settimana che sale dal 15,1% al 22,7%

La tabella 3 che segue informa su un altro elemento di interesse per le tempistiche: l'anticipo con il quale è stato programmato il soggiorno. Fra gli intervistati prevalgono coloro che preferiscono organizzarlo con un largo anticipo: il 25,8% di tre mesi, il 18,9% con anticipo ancora superiore. Quote di visitatori significative gestiscono tuttavia la vacanza con la formula del *last minute*: il 22% degli intervistati infatti organizza la partenza una sola settimana prima e il 3,7% con anticipo ancora inferiore.

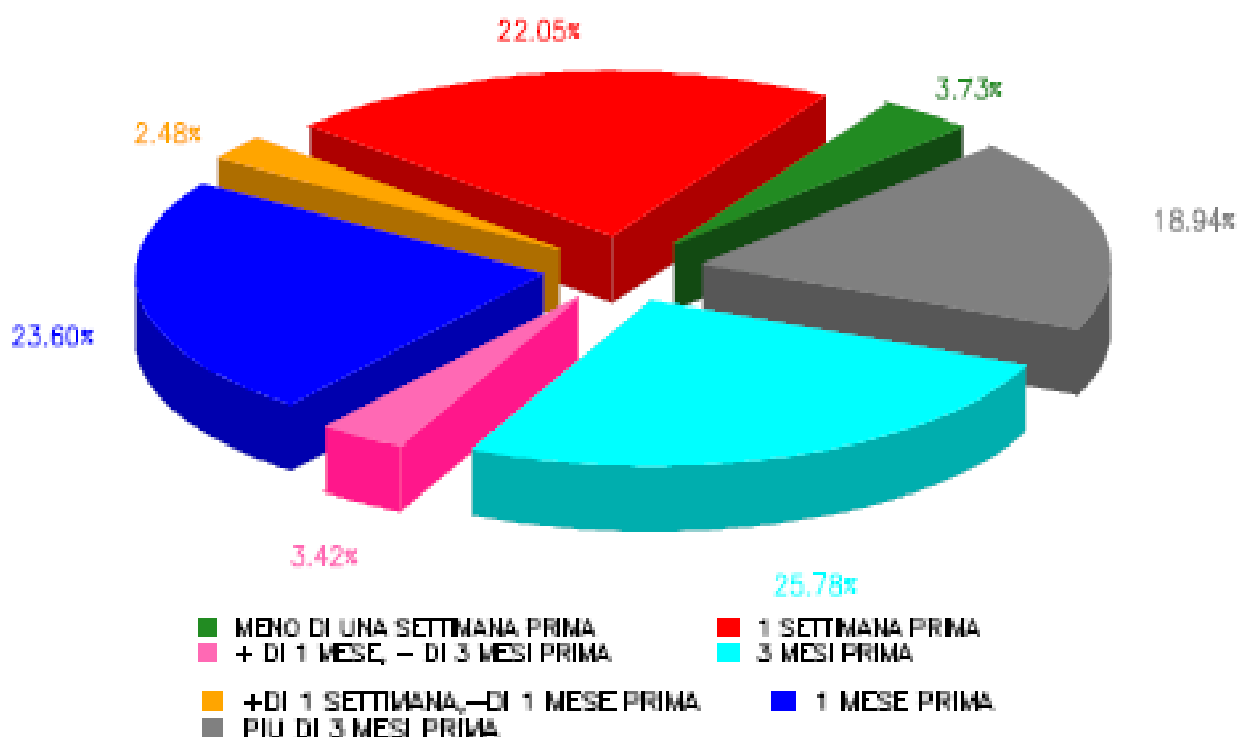


Tabella 3. Quanto tempo prima ha organizzato il soggiorno – n.rispondenti: 322

## 2. Laghi e altro Piemonte. I motivi di una loyalty evidente

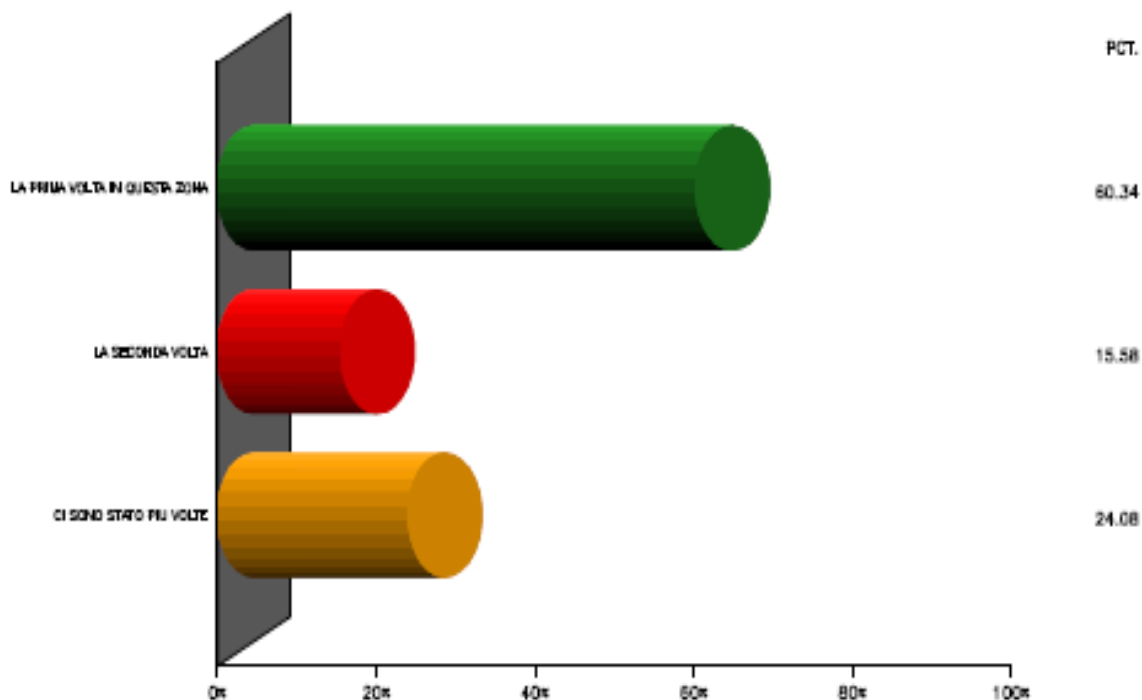


Tabella 4. Questo soggiorno rappresenta la prima visita ai Laghi? - n.rispondenti: 353

La località visitata rappresenta una novità per un'ampia maggioranza (il 60,3%); di intervistati; al contrario, è una meta consueta per il 24,1% (e ripetuta per la seconda volta per il restante 15,6%). Questo pone interrogativi sulla fidelizzazione verso il territorio piemontese, come emerge anche dalla Tabella 5.

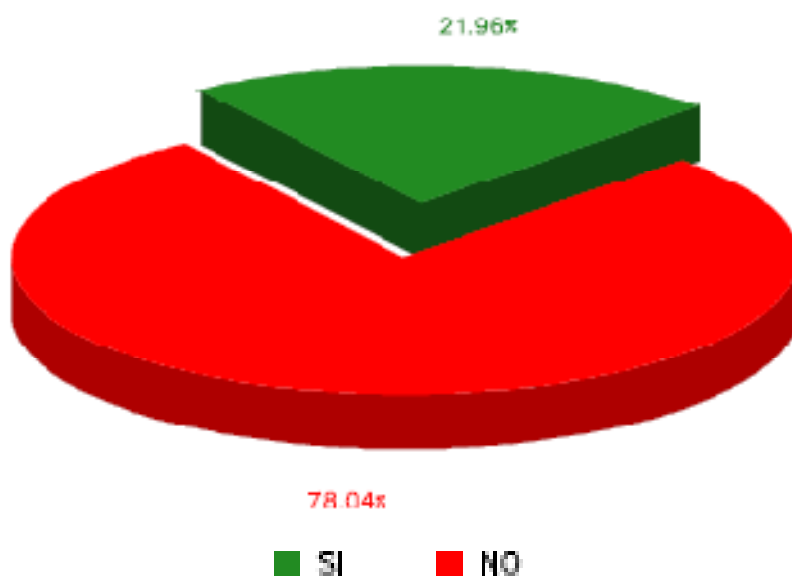


Tabella 5. Negli ultimi tre anni ha visitato altre zone del Piemonte? - n.rispondenti: 337

In essa risulta che il 78% dei partecipanti all'indagine dichiara di non aver visitato altre zone del Piemonte negli ultimi tre anni: dato che stimola riflessioni sull'adeguatezza delle strategie di comunicazione e marketing finora poste in essere. I fattori collegabili a questa caratteristica del turismo dei Laghi possono essere molteplici; tra di essi sono ipotizzabili i seguenti: una certa predilezione al cambiamento, il desiderio di non rimanere vincolati alle stesse località per vacanze lunghe, ma sicuramente anche l'alta percentuale nel campione di intervistati stranieri (82,5%).

Il 22% del campione che ha dichiarato di avere visitato anche altre aree del Piemonte ha distribuito le sue visite tra di esse in modo piuttosto uniforme, tra province di Alessandria, Asti e Cuneo (oltre 1/4 delle riposte), altri luoghi del Verbano Cusio Ossola (23% circa) e Torino (1/5 delle riposte).

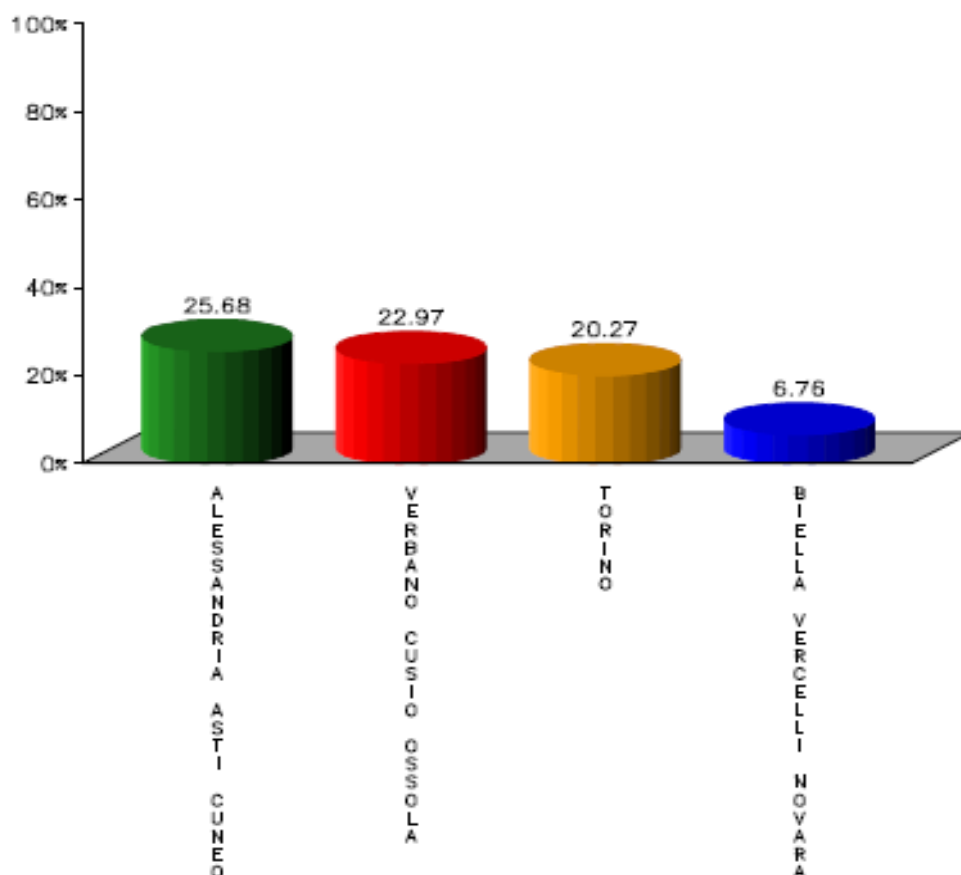


Tabella 6 . Località visitate in Piemonte – n. rispondenti: 56

Seppure la grande maggioranza non abbia visitato altre zone del Piemonte negli ultimi tre anni, questa quota è scesa di 4 punti percentuali rispetto al 2007 e, soprattutto, si registra una buona propensione ad replicare in un futuro vicino una vacanza nella zona dei



Laghi, come appare dalla Tabella 7. Gli intervistati sono divisi tra quanti pensano di tornare a visitare le località lacustri piemontesi nel prossimo futuro (29,3%) e quanti non ne hanno la certezza, ma propendono per una risposta affermativa (45,3%); gli incerti sono il 16,8%, quota probabilmente costituita da turisti "innovatori", che amano scoprire sempre nuove località. Per essi la ricerca delle novità prevale sulla tendenza a ritornare negli stessi posti, ritornando ad assaporare più volte ciò che si è gradito. Complessivamente emerge una significativa propensione alla fidelizzazione nei confronti della località visitata, che attrae soprattutto per la bellezza e la tranquillità che la contraddistinguono (il 33% degli intervistati ha motivato in questo modo la propria propensione a ritornare).

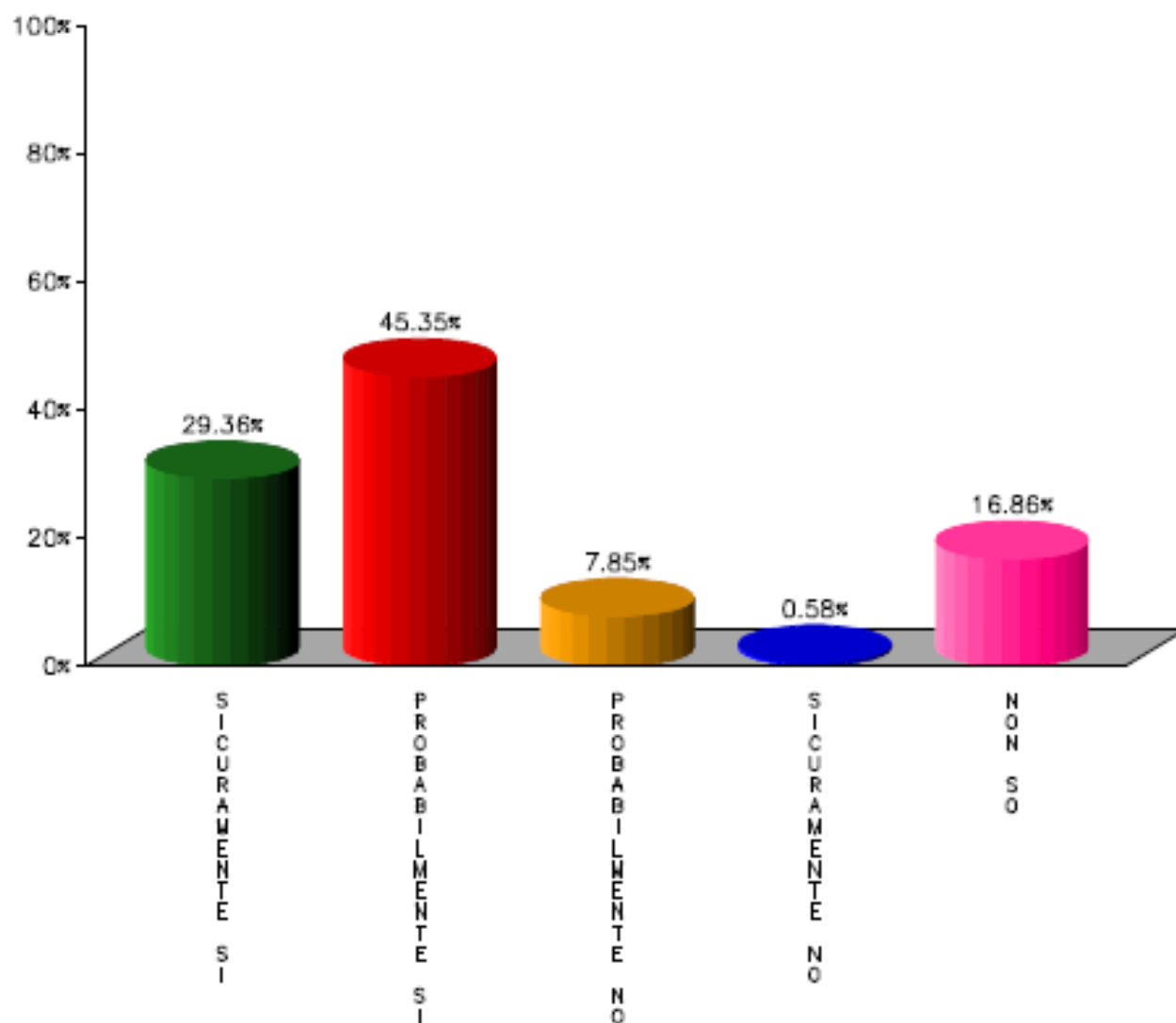


Tabella 7. Nei prossimi tre anni ha intenzione di tornare sui Laghi - n.rispondenti: 344

### 3. Lo scopo prevalente del soggiorno

Il periodo estivo trascorso al lago Maggiore e al lago d'Orta rappresenta per la netta maggioranza degli intervistati una vacanza (83,1%) nel senso tradizionale del termine. La quota di quanti attribuiscono al soggiorno una valenza culturale (12,5%) è contenuta e inferiore rispetto al 2007 (22%), ma resta superiore alle

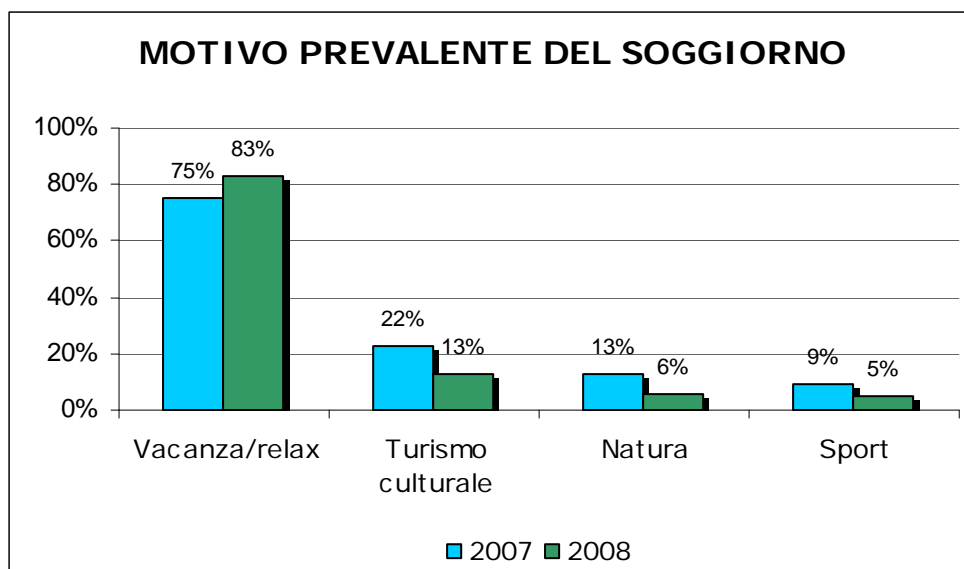


Tabella 8. Scopo prevalente del soggiorno (possibili più risposte)

altre opzioni più specifiche.

Dunque, rispetto al 2007, si accentua la prevalenza della vacanza-relax a scapito di altre attività, tra le quali primeggia, a grande distanza, l'intrattenimento culturale, che pure si avvantaggia della vicinanza con località di grande attrattiva, quali l'isola di San Giulio sul lago d'Orta e le isole Borromee sul lago Maggiore, e dovrebbe essere favorito dalla quantità notevole di iniziative e manifestazioni culturali di rilievo che si susseguono sul territorio durante l'intero periodo estivo (per limitarsi alle manifestazioni più conosciute si possono ricordare, per il 2008, l'XI edizione del Festival Umberto Giordano, la Notte bianca di Baveno, le settimane musicali di Stresa, il 34° Corso fiorito di Verbania).

Per il 7,5% del campione il soggiorno sul lago discende dall'essere questo sede di convegno: valore in crescita rispetto al 3,4% del 2007. Si tratta di un segnale della tendenza in atto nel turismo congressuale, che mostra una predilezione crescente verso località immerse nella natura, lontane dai centri nevralgici cittadini e metropolitani.

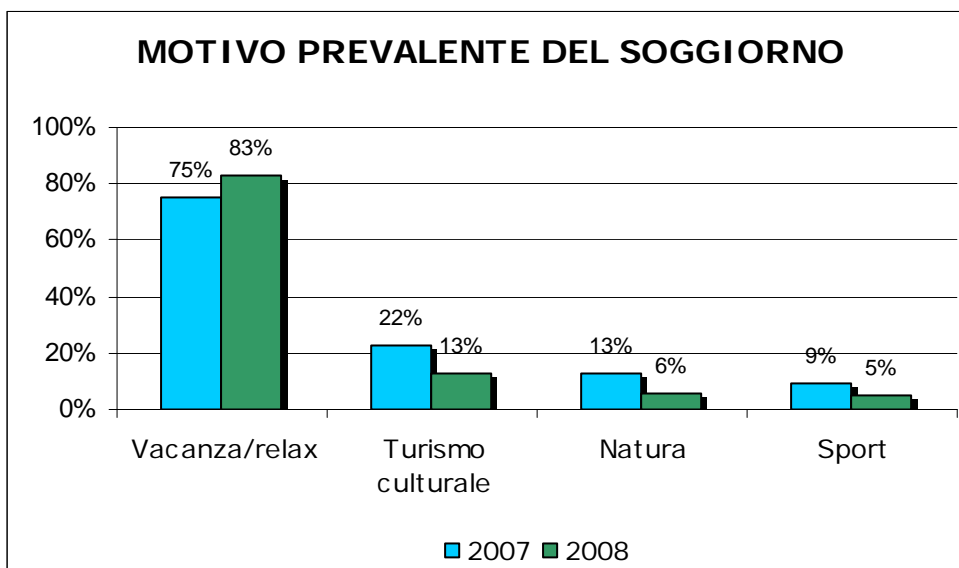


Tabella 9. Scopo prevalente del soggiorno – raffronto fra percentuali del 2007 e del 2008

In proposito si deve notare l'esistenza di una contraddizione tra il basso peso assegnato alle attrattive naturali (il 5,8% nel 2008, la metà che nell'anno precedente) come motivazione prevalente del soggiorno sul lago, e il pressoché unanime apprezzamento espresso nella valutazione complessiva sulla esperienza fatta, ove quasi tutti gli intervistati (il 92,5%) segnalano come elemento positivo del soggiorno "il luogo, la natura".

Infine tra gli scopi prevalenti della vacanza la possibilità di praticare attività sportive viene segnalata solamente da 1/20 delle risposte, con riferimento prevalente a trekking, passeggiate ed escursioni.

Sport praticati	%
TREKKING PASSEGGIATE ESCURSIONI	50
GITE IN BICI	22.2
SPORT ACQUATICI	22.2
ALTRO	11.1

Tabella 10. Sport praticati durante il soggiorno – n.rispondenti: 19

Le gite in montagna non sono però state un'attività praticata unicamente da chi ha pensato la vacanza come un momento sostanzialmente dedicato all'attività sportiva, ma anche da coloro che le considerano maggiormente uno svago ed un elemento collegato alla vicinanza con la

natura e al relax: il 33,8% del campione dichiara infatti di averne effettuate durante il proprio soggiorno.

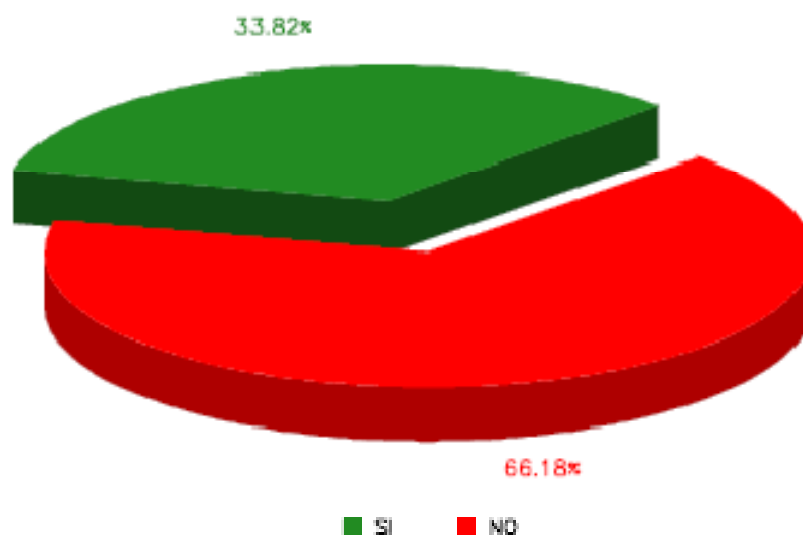


Tabella 11. Escursioni in montagna – n.risposte: 340

La Tab. 12 aggiunge ulteriori informazioni sulle attività legate alla vacanza: le visite a località vicine a quella di soggiorno superano per interesse quello per le gite in montagna, raccogliendo il 73% delle segnalazioni.

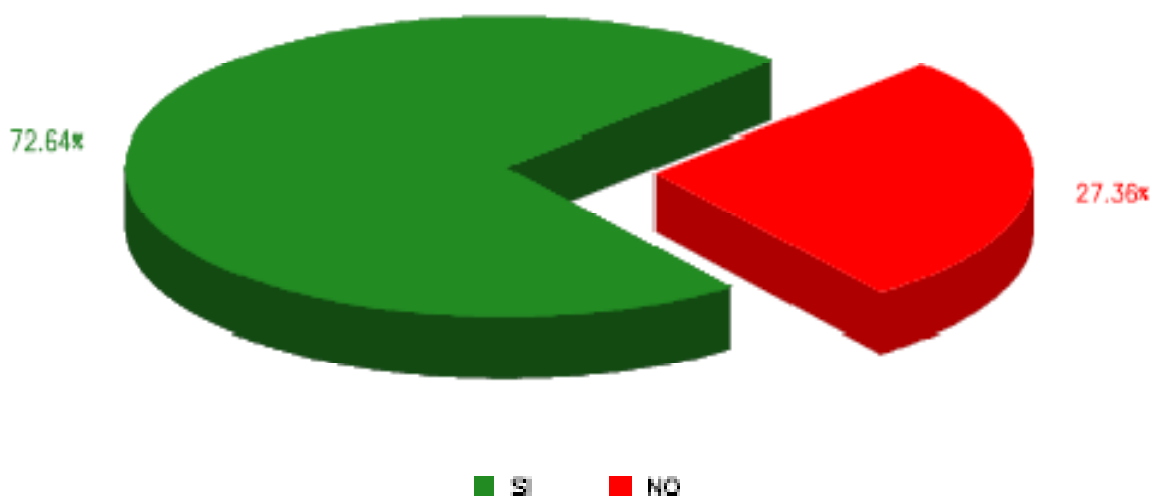


Tabella 12. Visita di altre località – n.risposte: 329

Da questi elementi risulta dunque un'ampia diversificazione degli interessi degli ospiti per le attività possibili ai Laghi, con la ricerca di altre esperienze, altri siti e nuovi itinerari che si accompagna allo svolgimento di pratiche sportive.

#### 4. Con chi si è condiviso il soggiorno e su suggerimento di chi si è venuti

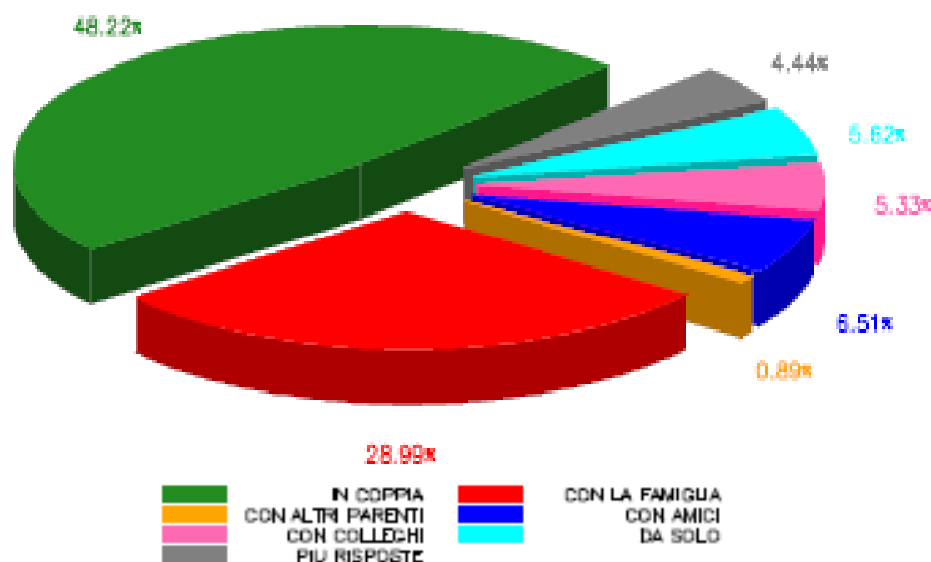


Tabella 13. Con chi condivide questo soggiorno (possibili più risposte)

La maggioranza degli intervistati trascorre la vacanza al Lago con il/la partner (48,2%) o con la famiglia e i figli (28,9%). Si ha inoltre, implicitamente, la conferma del rilievo assunto dal turismo congressuale che si manifesta attraverso le risposte di coloro che dichiarano di trascorrere il soggiorno al lago con colleghi (5,3%) o da soli (5,6%).

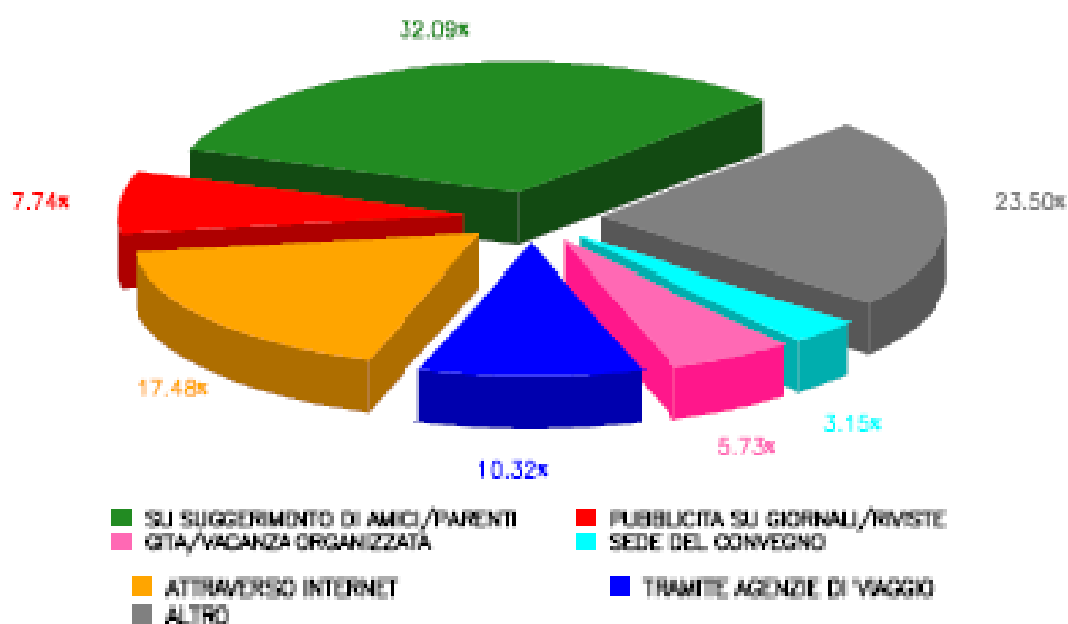




Tabella 14. Su consiglio di chi è stata scelta la località di soggiorno - n.risposte: 349  
Vediamo ora attraverso quali strade matura la scelta del soggiorno sui Laghi.

La scelta del luogo di villeggiatura, come era già emerso nelle precedenti indagini, dipende in primis dal passaparola (32.1%). Il ruolo assunto da Internet nella scelta della località è significativo, collocandosi al secondo posto con il 17.5% delle segnalazioni.

Come risulta dalla tabella 15 riferita alle risposte celate sotto la dicitura "altro" (23,5%), anche la fidelizzazione al luogo e alla struttura ospitante mostrano di avere il loro peso nella scelta della località; infatti la maggioranza ha segnalato di aver deciso semplicemente di tornare dove aveva già soggiornato. Vi è poi una frazione non marginale (10,3%) di intervistati che è stato consigliato dalle agenzie di viaggio, a indicare la buona reputazione di cui godono i Laghi piemontesi presso i professionisti delle vacanze.

<b>Altra modalità di scelta della località</b>	<b>%</b>
GIA' STATO IN PRECEDENZA	26
CURIOSITA' PERSONALE	13
BROCHURE, GUIDA TURISTICA	7
LAVORO/STUDIO	7
DI PASSAGGIO	6
ALTRO	8

Tabella 15. "Altro" nella scelta della località - percentuale rispondenti: 23,5% del totale del campione

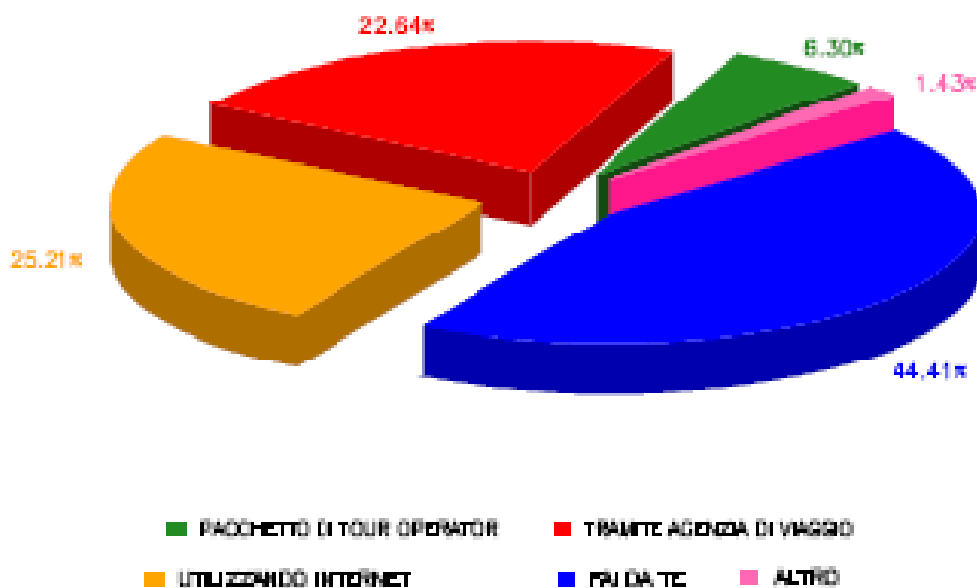


Tabella 16. In che modo ha organizzato la vacanza? (possibili più risposte)

La Tabella 16 ci dice come è stato organizzato il soggiorno, utilizzando quali servizi od opportunità. Qui il ruolo delle agenzie di viaggio appare più rilevante: il 22,6% degli intervistati ha dichiarato di essersi rivolto ad esse per prenotare la propria vacanza. Una quota leggermente superiore (il 25,2%) rappresenta coloro che invece utilizzano internet come risorsa principale per l'organizzazione, mentre il 44,4% degli intervistati si organizza in totale autonomia, anche prescindendo dal mezzo telematico.

## 5. L'uso di Internet nell'organizzare la vacanza

Internet è una risorsa che ha certamente cambiato il modo di organizzare le vacanze e con il passare degli anni acquisisce importanza crescente. Ciò è accaduto anche nel nostro caso: se lo scorso anno era il 21,3% del campione ad

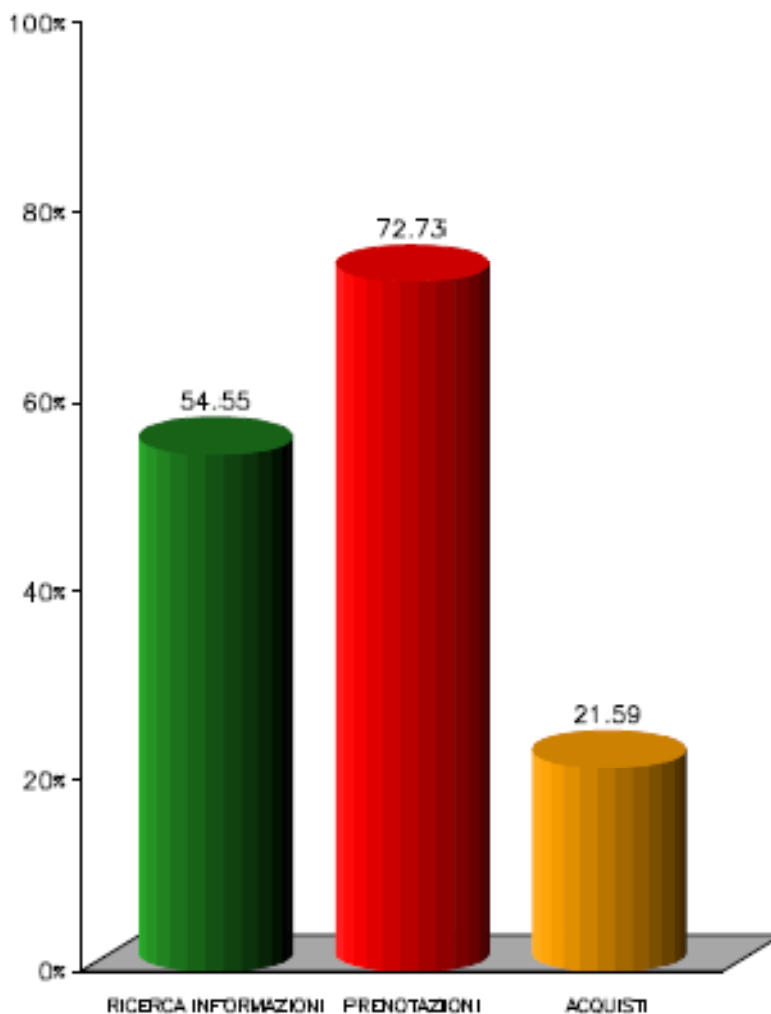


Tabella 17. Quali azioni ha effettuato in Internet per l'organizzazione di questo viaggio?  
(possibili più risposte)

avere scelto la rete per acquisire le informazioni e per effettuare le prenotazioni, quest'anno il 25,2% ha agito in questo modo.

Per approfondire il tema sono state inserite nel questionario alcune domande specifiche.

E' in tale modo risultato che gli intervistati attuano soprattutto prenotazioni on-line e poi ricercano informazioni tramite la rete. E' invece molto inferiore (circa 1/4) la quota di coloro che acquistano tramite internet i biglietti dei mezzi di trasporto per raggiungere la località di soggiorno, non fosse altro perché la grande maggioranza dei turisti (il 68,9%) raggiunge la località con l' auto propria.

I due siti maggiormente utilizzati dagli intervistati per effettuare le operazioni in questione sono [www.booking.com](http://www.booking.com) (26,9%) e [www.tripadvisor.co.uk](http://www.tripadvisor.co.uk) (15,4%), come risulta nella Tabella 18.



Nome sito	Frequenza risposte	Percentuale
BOOKING.COM	7	26.92
TRIPADVISOR.CO.UK	4	15.38
EXPEDIA.COM	3	11.54
GOOGLE	3	11.54
ALTRO	9	34.62

Tabella 18 .Siti Internet consultati per scegliere la località

I due siti, come del resto gli altri citati, sono punti di riferimento soprattutto per i visitatori stranieri; tutti i siti citati, compreso tripadvisor (segnalato nella sua versione anglofona), hanno peraltro una versione italiana.

Ma quali sono le azioni normalmente effettuate in rete per organizzare un viaggio? L'azione più frequentemente compiuta è la ricerca di informazioni (66,1%), mentre i casi di prenotazione on-line sono molto meno frequenti (40%). L'uso di internet per acquistare biglietti e pacchetti completi caratterizza una minoranza delle risposte fornite (18,3%), mentre il 7,2% dichiara di non utilizzare internet in nessuna delle fasi di organizzazione della vacanza (ed è probabile che tra queste persone molte non sappiano del tutto avvalersi dei servizi in rete tramite computer).

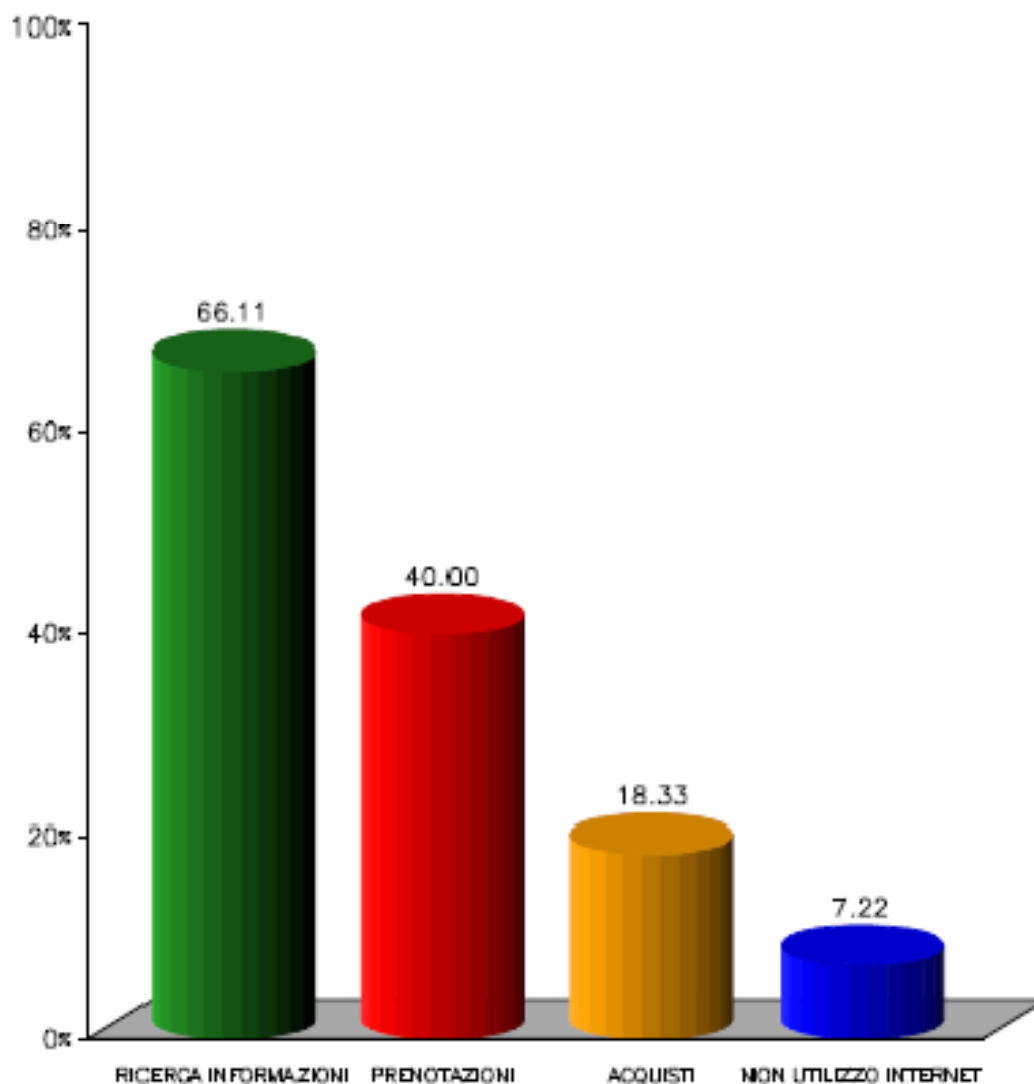


Tabella 19. Quali azioni effettua solitamente in Internet per l'organizzazione di un viaggio? (possibili più risposte)

In questo panorama di utilizzo di internet per acquisire informazioni su viaggio e soggiorno colpisce la quota estremamente bassa (4,6%), e dimezzata rispetto all'anno precedente, di coloro che dichiarano di conoscere il sito [www.torinopiemonte.com](http://www.torinopiemonte.com). E' un segnale che sollecita a ricercare le ragioni di ciò, possibile stimolo a sviluppare azioni di rafforzamento della visibilità del sito.

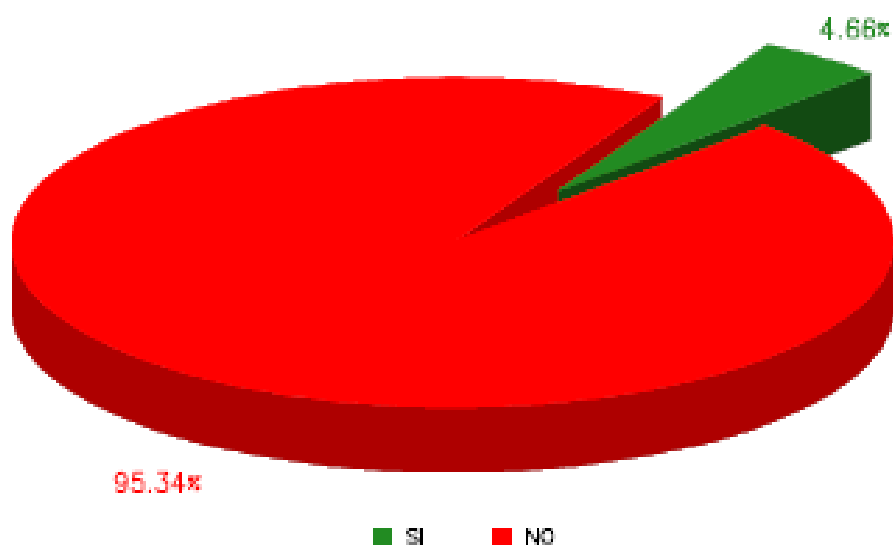


Tabella 20. Conoscenza del sito [www.torinopiemonte.com](http://www.torinopiemonte.com) - n.risposte: 322

Del resto, lo scarso utilizzo del sito piemontese “generalista” è forse destinato a rimanere tale anche in futuro per una ragione non negativa: l’esistenza di una pluralità di siti più specifici, anche specializzati nel dare informazioni sui Laghi piemontesi, che oltretutto compaiono nelle prime posizioni dei risultati offerti dai motori di ricerca più comunemente utilizzati.

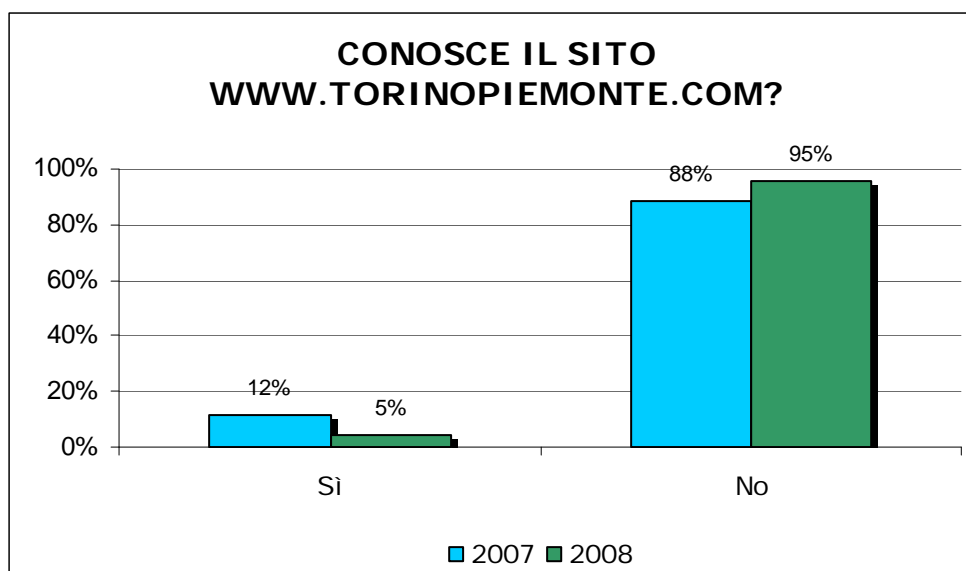


Tabella 21. Conoscenza del sito [www.torinopiemonte.com](http://www.torinopiemonte.com), dati 2007 – 2008 a confronto.

#### 4. I mezzi di trasporto utilizzati

Veniamo ai mezzi di trasporto utilizzati sia per spostarsi tra le varie cittadine sui Laghi, sia per giungere alla stessa località di soggiorno, che il 63,6% degli intervistati ritiene comunque sia facilmente raggiungibile.

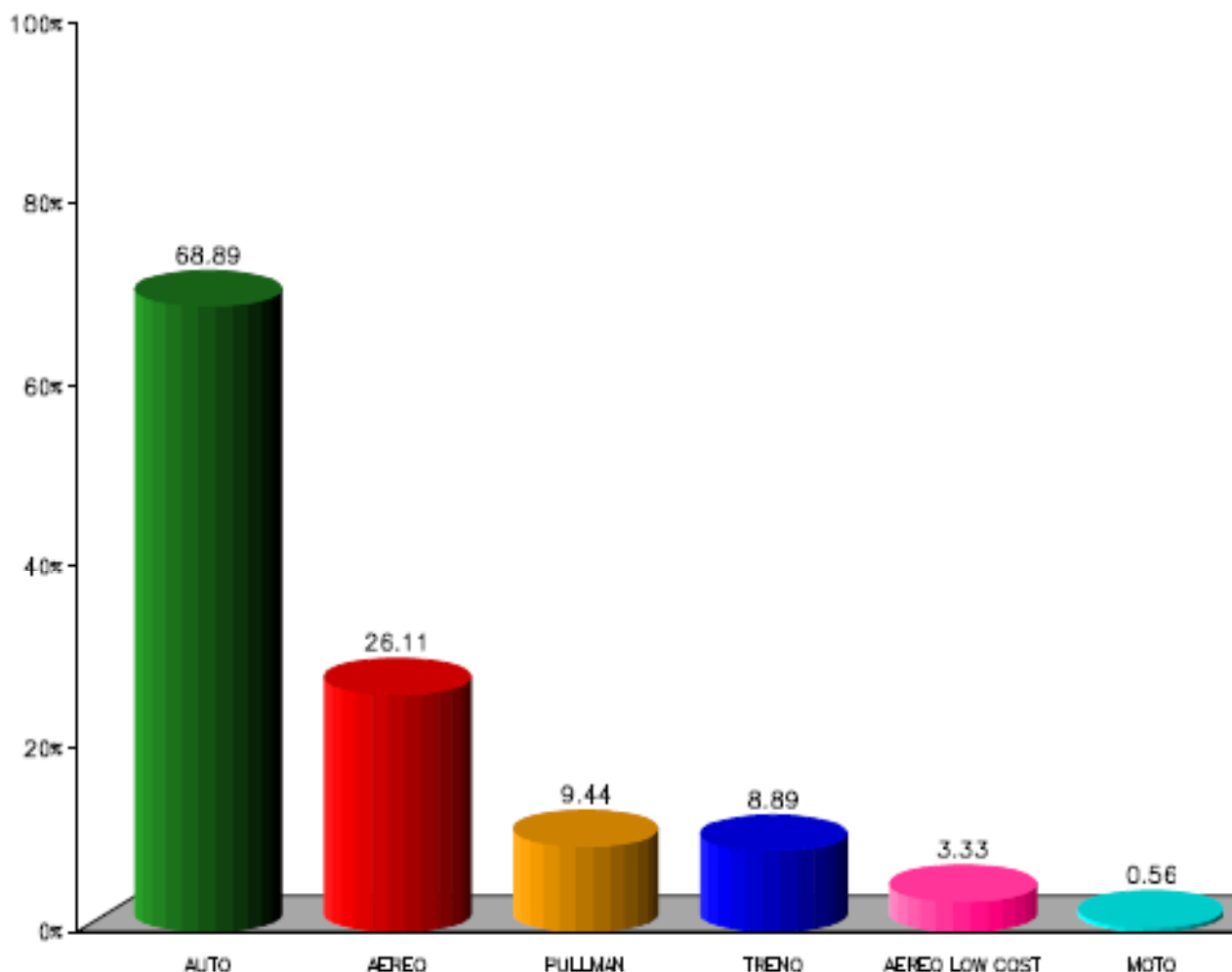


Tabella 22. Mezzi di trasporto utilizzati per raggiungere la località (possibili più risposte)

Il mezzo di trasporto preferito per spostarsi in loco rimane l'automobile (61,9%, Tabella 24), che è d'altronde anche il mezzo con il quale la grande maggioranza dei villeggianti ha raggiunto la località di soggiorno (68,9%: Tabella 23); lo scarto fra i due valori indica la presenza (seppure minoritaria) di coloro che, giunti in loco con la propria auto, per gli spostamenti preferiscono utilizzare i mezzi di trasporto locali. Traghetto e altri mezzi pubblici costituiscono infatti mezzi di trasporto frequentemente utilizzati (con il 27,8% e il 17,8% delle segnalazioni, rispettivamente). La somma delle segnalazioni supera il valore 100 (è pari a 117), per la possibilità di fornire più risposte: quindi anche

durante la vacanza non mancano i turisti che fanno uso di mezzi di trasporto diversi per muoversi tra le varie località.

Dopo l'auto, l'aereo (con il 26,1% delle segnalazioni) è il secondo mezzo preferito per giungere in loco (molta bassa, 3,3%, è la quota dei viaggiatori che fruiscono di tariffe aeree *low cost*: il che solleva l'interrogativo se sia per scelta autonoma o per vincoli di offerta). Gli altri mezzi di trasporto utilizzati si collocano a pochi punti percentuali di distanza l'uno dall'altro, oscillando fra il 9,4 % del pullman e l'8,9 del treno (tabella 23).

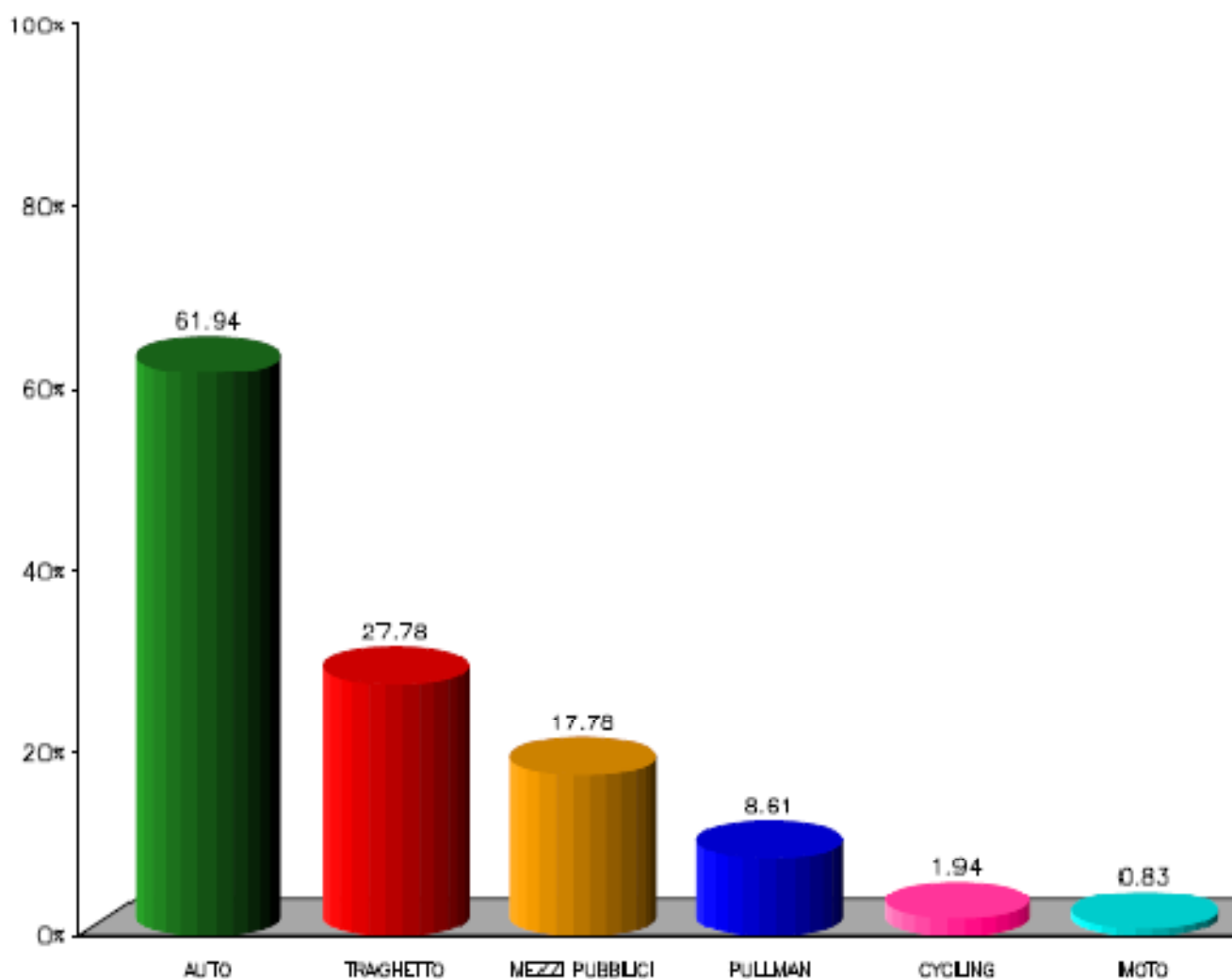


Tabella 23. Mezzi di trasporto utilizzati per spostarsi nella località (possibili più risposte)

Rispetto alla rilevazione del 2007 l'utilizzo dell'auto per raggiungere la località è in flessione (dal 74% al 69%), risultato probabilmente spiegabile con l'accresciuto costo della benzina che ha caratterizzato

l'estate del 2008. Per contro l'uso dell'aereo risulta quasi raddoppiato (dal 14% al 26%).

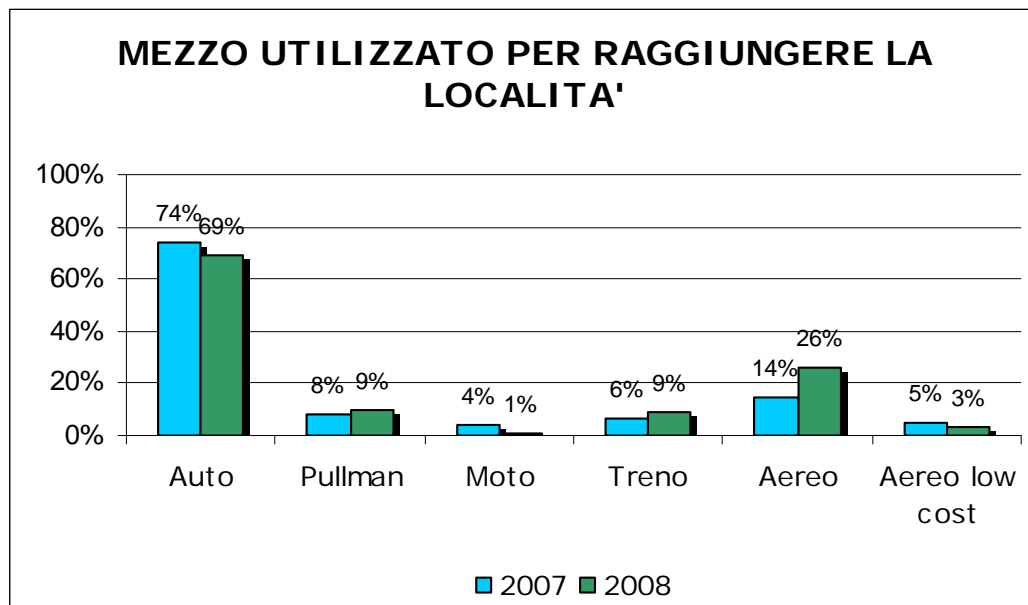


Tabella 24. Raffronto fra i mezzi di trasporto utilizzati per raggiungere la località nel 2007 e nel 2008

## 5. Elementi positivi e negativi del soggiorno

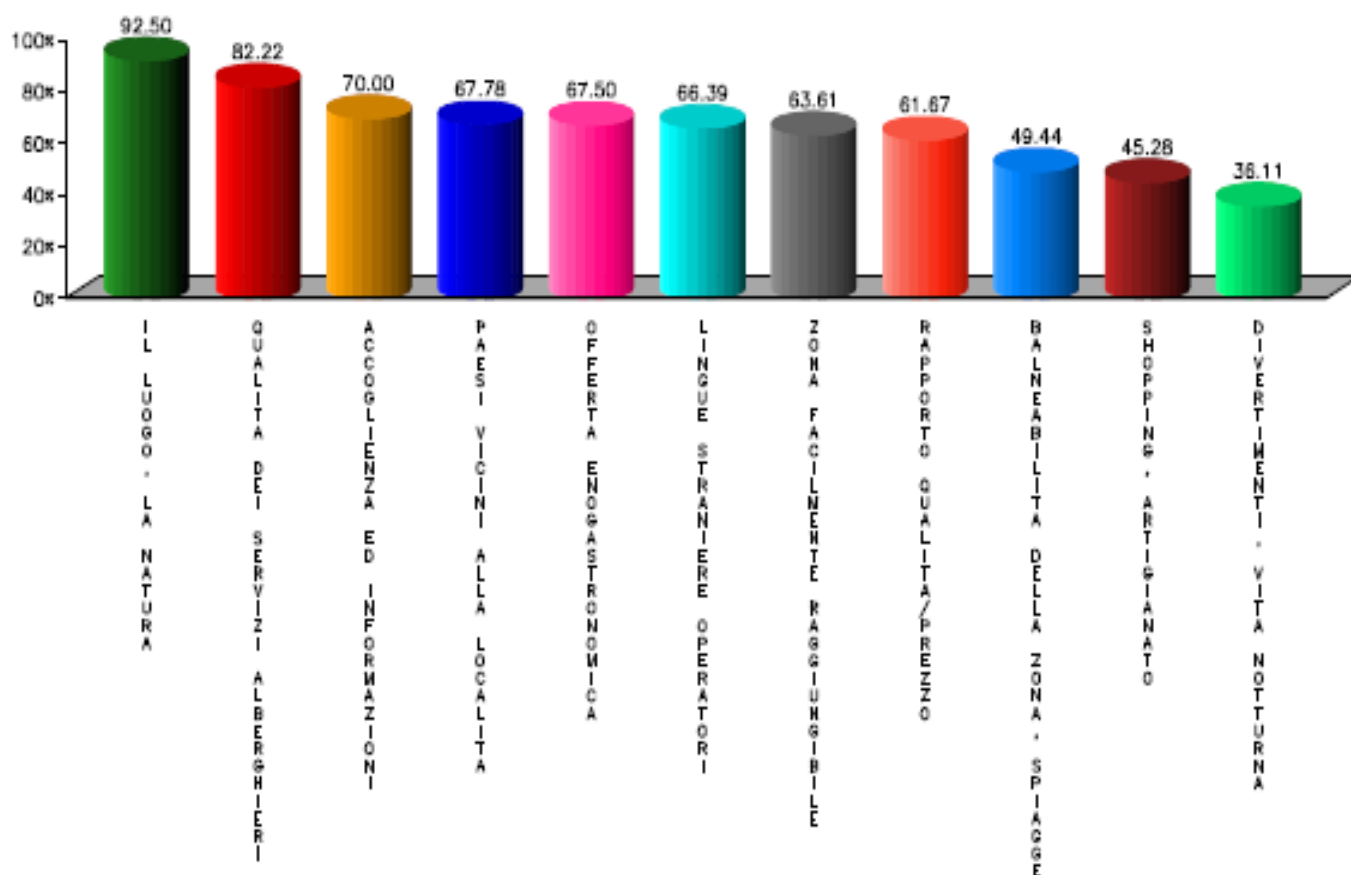


Tabella 25. Elementi positivi del soggiorno (possibili più risposte)

Veniamo agli elementi positivi del soggiorno, rilevando subito che anche per l'area dei Laghi la distribuzione degli apprezzamenti è quantitativamente molto più alta delle osservazioni critiche, che vedremo più avanti. Fra gli elementi più positivi della vacanza spiccano con elevate percentuali di citazioni il luogo e la natura (92,5%) e la qualità del servizio alberghiero o delle attrezzature del camping (82,2%). Il primo elemento è certamente una delle chiare peculiarità di questa zona del Piemonte, molto sottolineato anche nelle campagne pubblicitarie. Gli altri elementi positivi scelti sono collegati fra loro, come avviene per il favorevole rapporto qualità-prezzo (61,6%) e la risorsa dell'enogastronomia (67,5%), sempre molto apprezzata; un denominatore positivo comune è l'accoglienza fornita al turista, per quanto concerne sia le informazioni ricevute (70%) sia la conoscenza delle lingue straniere posseduta dagli operatori, caratteristica questa che è stata segnalata nel 66,4% delle risposte.

Il 67,8% degli intervistati sottolinea inoltre, come valore positivo e apprezzato, la vicinanza di molte località di interesse, a conferma di possibili sinergie fra i luoghi; parte di queste località sono bene collegate via lago, e questa modalità di trasporto viene sfruttata da una significativa quota di turisti (27,8 %).

Vediamo ora alcune criticità, evidenziate nella tabella 26 sottostante. La distribuzione delle valutazioni critiche è mediamente molto più bassa rispetto ai dati della Tab. 25, relativa agli aspetti positivi. Relativamente poche negatività, quindi, contro molte valutazioni positive.

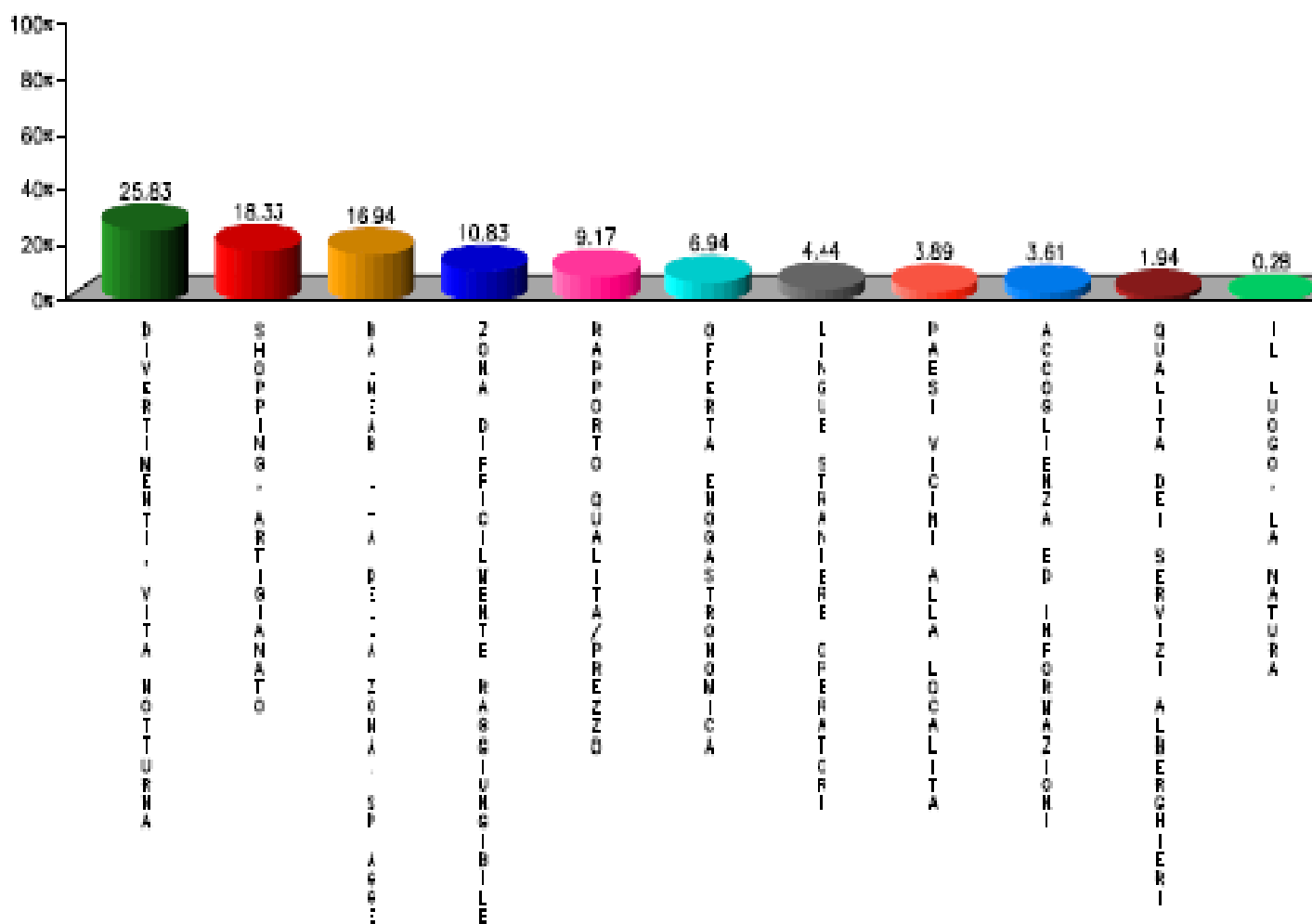


Tabella 26. Elementi negativi del soggiorno (possibili più risposte)

Le carenze maggiormente avvertite sono le stesse riscontrate anche nelle altre aree del Piemonte e già lo scorso anno per i Laghi: carenze nella vita notturna e nei divertimenti (25.8%), inadeguatezza delle occasioni di shopping, dell'artigianato tipico, delle boutiques (18.3%). Non si tratta dunque di critiche dirette all'ospitalità ricevuta durante il





soggiorno, quanto della segnalazione dei limiti che caratterizzano le occasioni di svago e di acquisto nell'arco dell'intera giornata. Peraltro, pensando ai Laghi come area di tranquillità, quiete e rispetto della natura (caratteristiche che lo 0,3% degli intervistati valuta negativamente: ma, si ricordi, sono le medesime che più frequentemente sono valutate positivamente), appare comprensibile l'assenza di strutture potenzialmente atte ad alterare l'equilibrio di pace e tranquillità tipico delle mete lacustri piemontesi. Esiste tuttavia una frazione minoritaria di visitatori che richiedono qualche opportunità in più in termini di shopping, divertimenti e vita notturna. Difficile capire se e come queste due "anime" dei visitatori dei Laghi possano essere conciliate.

Tra gli aspetti negativi, con rilievo maggiormente preoccupante (espresso dal 16,7% degli intervistati), emerge infine una valutazione non positiva riguardo alla balneabilità delle acque e alle spiagge.

In conclusione, le positività e le criticità rilevate sono in buona misura sovrapponibili a quelle emerse nello scorso anno, quasi a segnalare la loro natura oggettiva e "strutturale" ai luoghi. A volte le valutazioni sono antitetiche e di non facile composizione, come avviene nella dicotomia divertimento notturno, shopping / quiete lacustre.

Il voto complessivo attribuito al soggiorno è molto positivo: la schiacciante maggioranza delle valutazioni si colloca al di sopra del 7 (v. tabella 27). Le votazioni pari o superiori a 7 decimi costituiscono il 95% delle risposte, con le percentuali per i singoli valori che vedono una ripartizione bilanciata fra l'8 (35.6%), il 9 (27.1%) ed il 10 (21.7%).

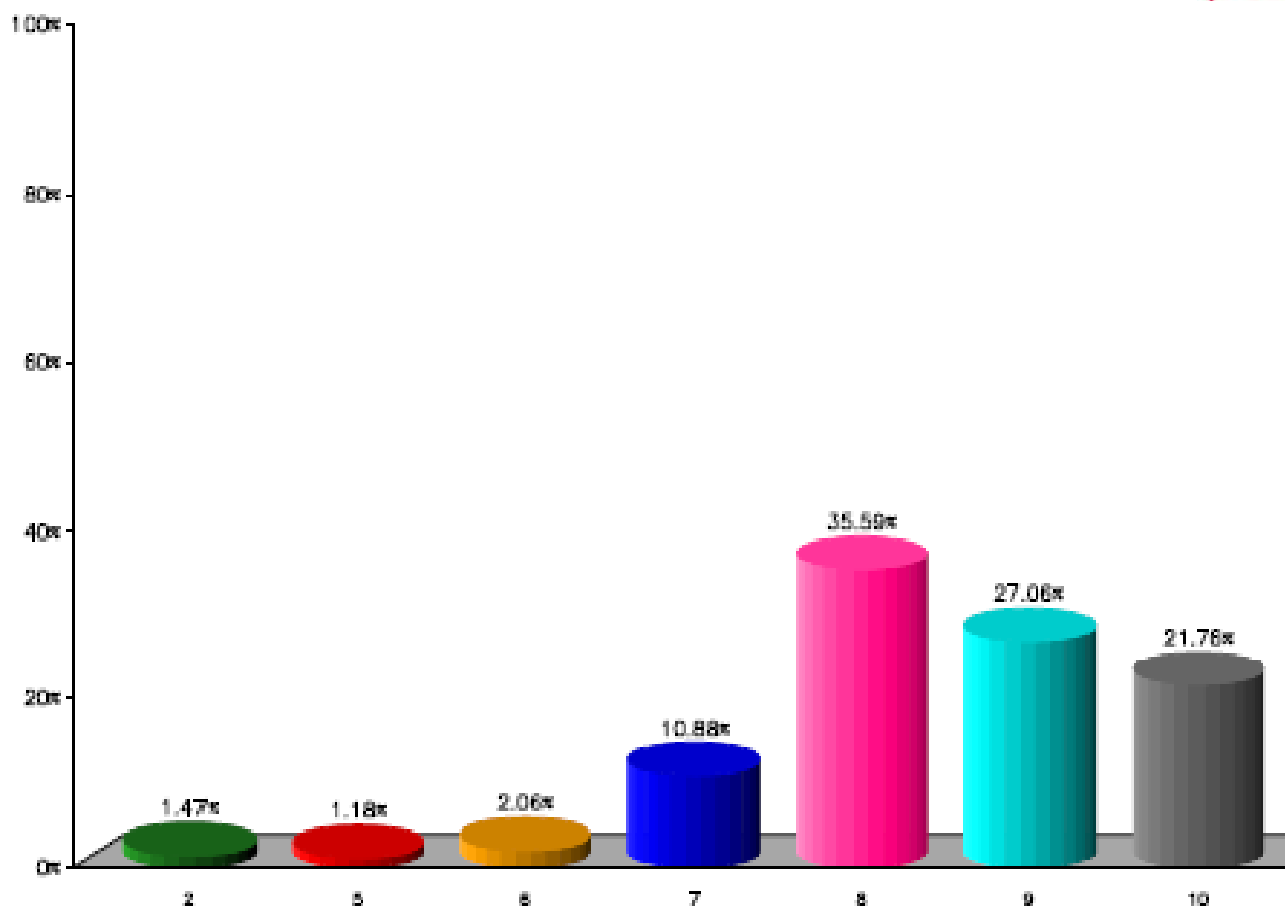


Tabella 27. Valutazione complessiva del soggiorno - n.risposte: 340

## SEZIONE B. DATI SOCIOANAGRAFICI

### 1. Residenza

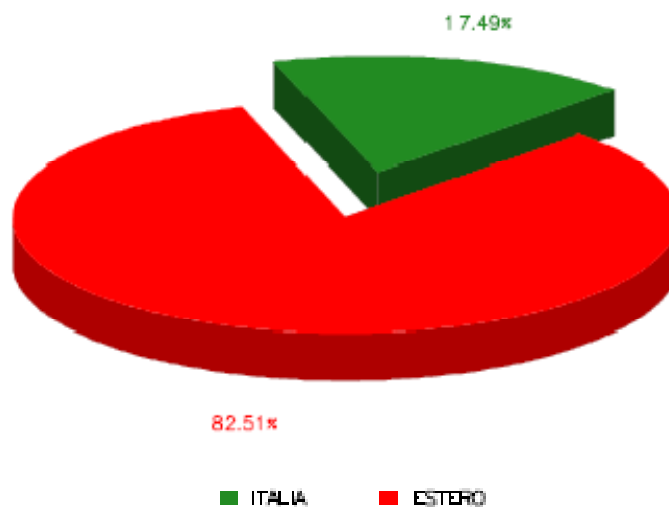


Tabella 1. Residenza italiana o estera - n.risposte: 343

La grande maggioranza dei nostri intervistati proviene dall'estero (82,5%), contro il restante 17,5% di residenti in Italia. Il dato è analogo a quello già registrato nell'indagine condotta nel 2007 (v. tabella 2).

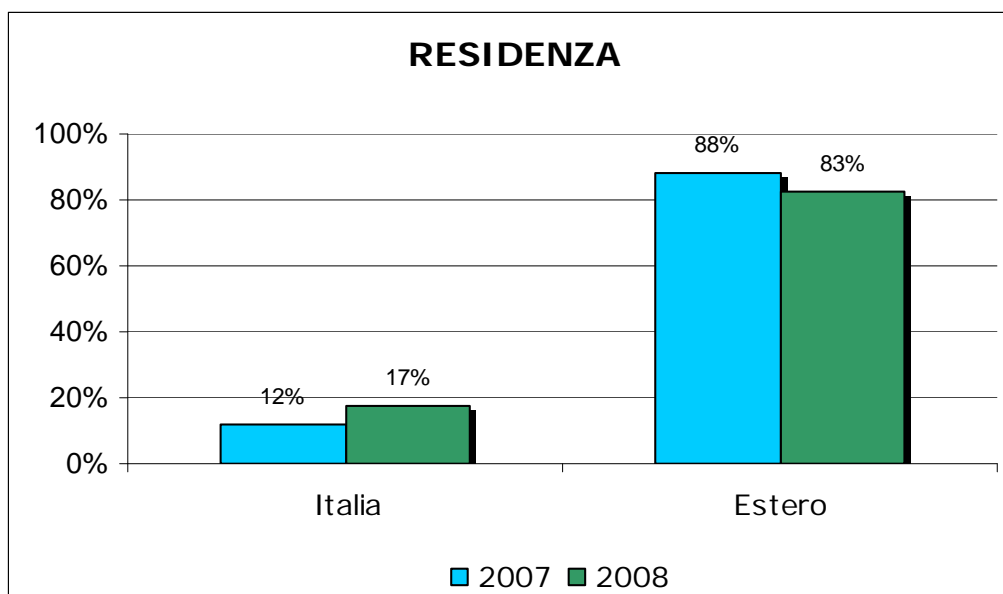


Tabella 2. Confronto fra dati sulla residenza del 2007 e del 2008

Se andiamo nel dettaglio di questa stagione estiva, come ben evidenzia la tabella 3, la distribuzione dei diversi stati di provenienza degli intervistati si differenzia dall'anno

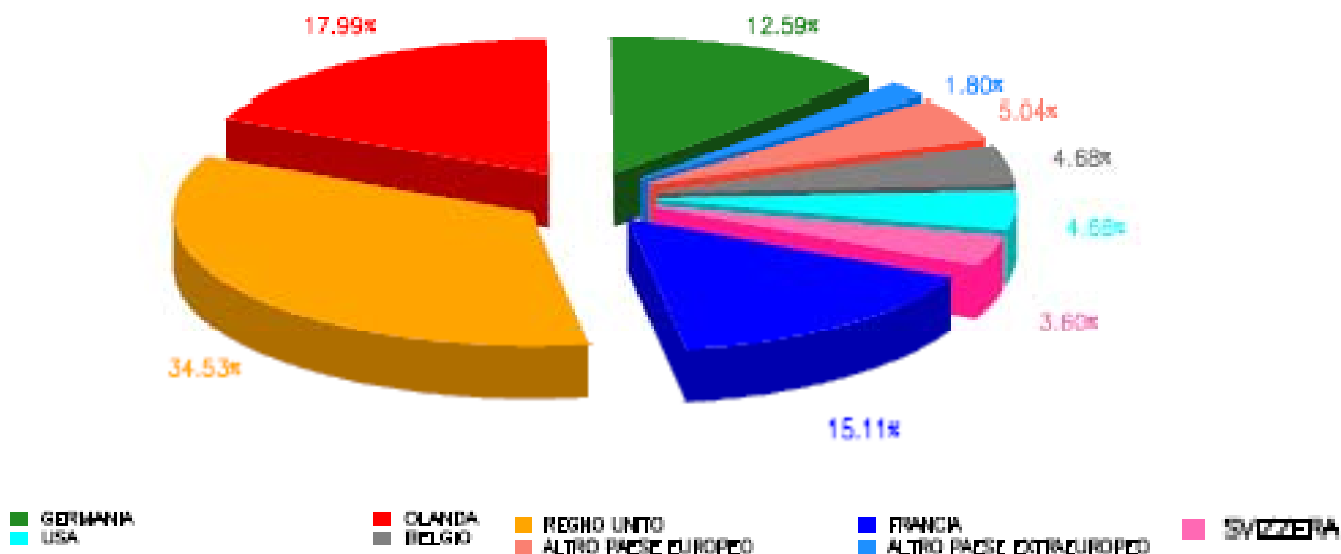


Tabella 3. Stato estero di residenza - n.risposte: 278

scorso e vede in netta maggioranza il Regno Unito (34,5%), seguito da Olanda (17,9%), Francia (15,1%) e Germania (12,6%).

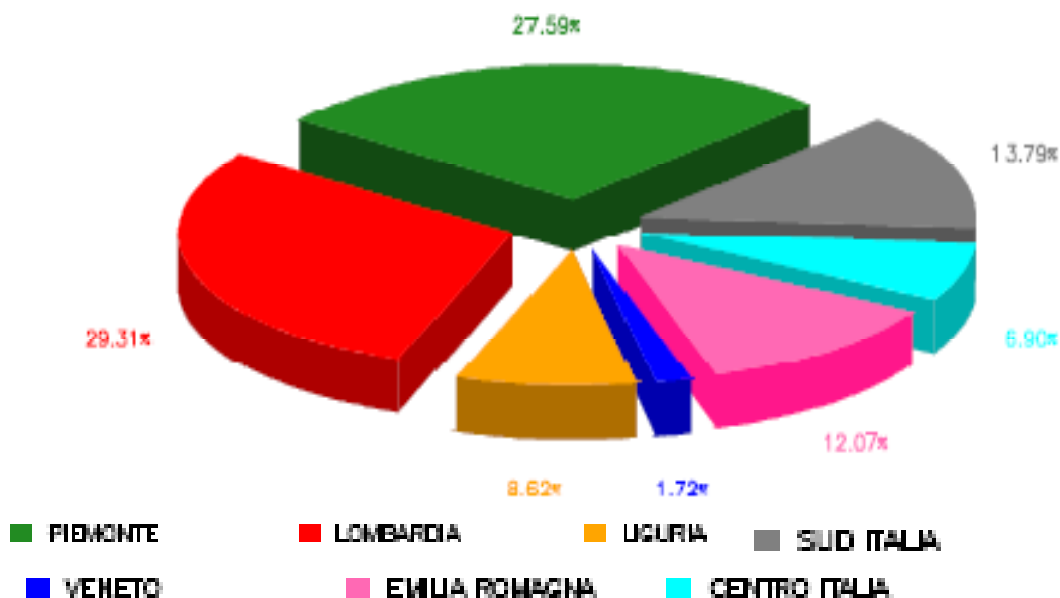


Tabella 4. Regione italiana di residenza - n.risposte: 58

Tra gli italiani, che compongono il 17,5% del campione, ritroviamo provenienze regionali più allineate a quelle allo scorso anno: prevalgono ancora i turisti provenienti dalla confinante Lombardia (29,3%) e dallo

stesso Piemonte (27,6%). Seguono Emilia Romagna (12,1%) e Liguria (8,6%). Unico dato che si discosta notevolmente rispetto all'indagine 2007 è la quota di intervistati provenienti da regioni meridionali, che sale dal 3,3% al 13,8% di quest'anno.

## 2. Genere ed età

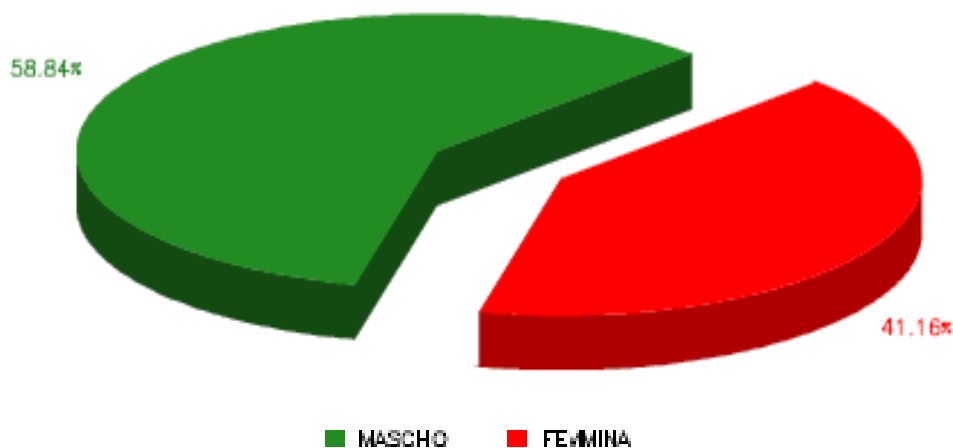


Tabella 5. Genere - n.risposte: 311

La composizione per genere vede una prevalenza netta degli uomini (il 58.8% contro il 41,2% delle donne). Una ragione di ciò può ricercarsi nel numero di visitatori (il 7,5% degli intervistati) che sono venuti ai Laghi per partecipare a congressi, convention e meeting vari, attività nelle quali la componente maschile è ancora prevalente.

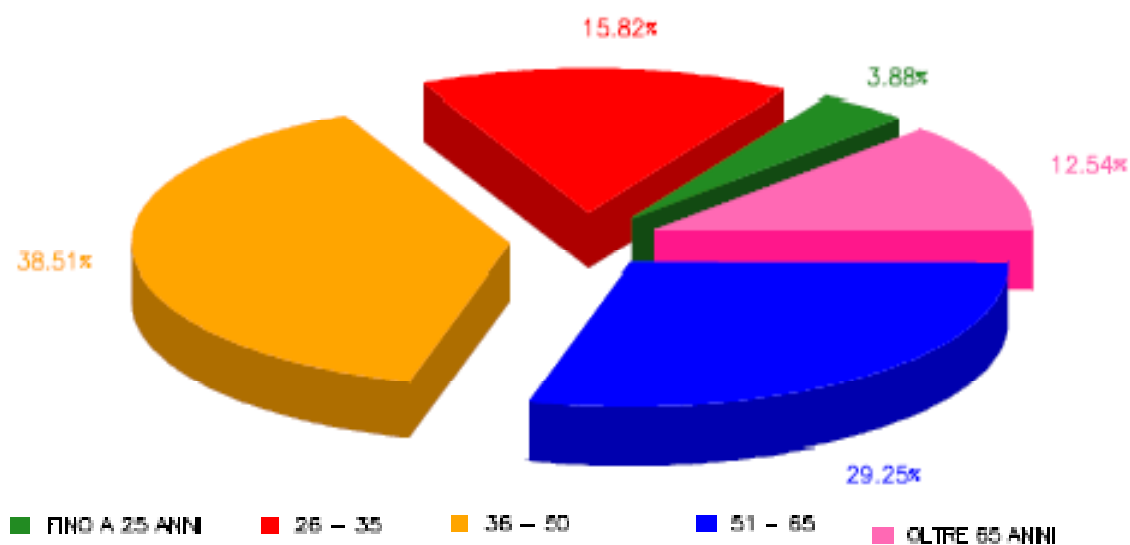


Tabella 6. Età - n.risposte: 335

La fascia di età modale prevalente è quella fra i 36 ed i 50 anni (38,5%), seguita dalla fascia immediatamente più anziana di 51-65 anni (29,2%). Interessante anche il dato sui turisti di età superiore ai 66 anni (12,5%), in aumento rispetto all'anno precedente, e in linea con le tendenze demografiche da tempo in atto nella società italiana, secondo le quali una crescita ulteriore del turismo della terza età è nella natura delle cose e merita adeguata risposta dalle strutture ricettive delle località turistiche. In particolare di quelle che, come i Laghi piemontesi, per storia, collocazione geografica e ragioni climatico-ambientali paiono avere una vocazione particolare in questo senso.

### 3. Titolo di studio e condizione occupazionale

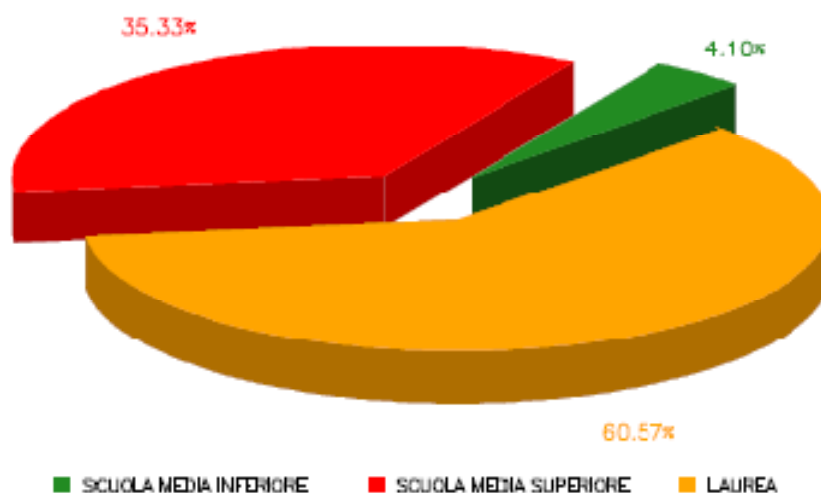


Tabella 7. Titolo di studio - n.risposte: 317

L'incidenza di laureati è elevata (60,6%), molto superiore rispetto all'incidenza media nella popolazione sia italiana che europea; valutando tale dato assieme alle condizioni occupazionali (e tenendo conto delle classi di età) vediamo che esiste una sovrapposizione tra titolo di studio e attività lavorative qualificate. Tra gli intervistati si registra infatti un'alta percentuale di dirigenti/imprenditori/ liberi professionisti (35,3%), oltre ad una preminente percentuale di impiegati/ insegnanti (29,4%). Non trascurabile, e in pratica quasi coincidente con la presenza di ultrasessantacinquenni, è la percentuale dei pensionati (13,6%).

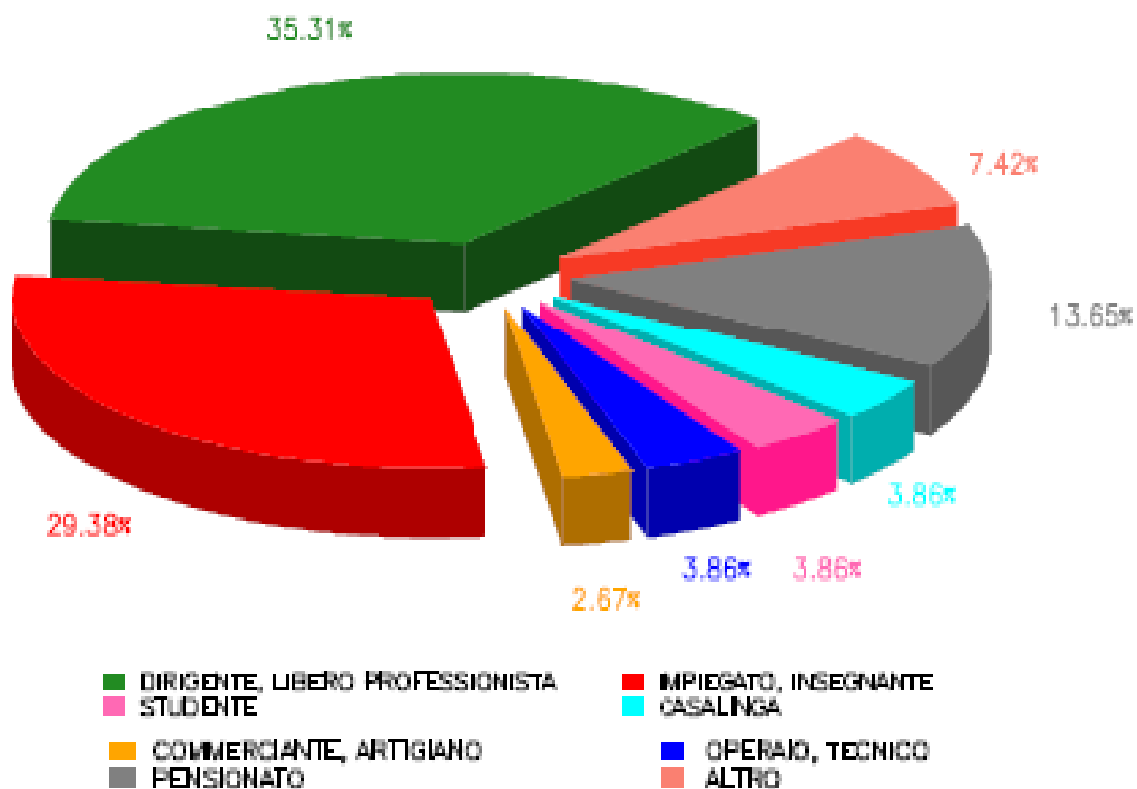


Tabella 7. Condizione occupazionale - n.risposte: 337