



**Osservatorio Turistico
del Cuneese**

Valutazione dell'Impatto delle Stazioni Sciistiche del Cuneese stagione 2024/2025

Stazioni di Prato Nevoso, Limone Piemonte e Pian Munè

Cuneo, 23 maggio 2025



Ricerca realizzata con la collaborazione di **formules**



Indice

Premessa, introduzione e metodologia

pg. 3

Territorio di riferimento e posizionamento delle stazioni sciistiche del cuneese

pg. 13

Impatto sociale

pg. 24

Evoluzione del mercato immobiliare

pg. 60

Analisi dell'occupazione

pg. 62

Andamento turistico

pg. 64

Matrice I-O, stima dell'impatto economico

pg. 101

Premessa, introduzione e metodologia

*Valutazione dell'Impatto
delle Stazioni Sciistiche
del Cuneese stagione 24/25*



Premessa

Il **cambiamento climatico** messo in evidenza dagli studi nazionali e internazionali con particolare riferimento all'arco alpino e il **cambiamento dell'approccio al prodotto turistico** della "neve", hanno indotto l'**ATL del cuneese** ad una riflessione profonda sull'impatto delle **destinazioni sciistiche** del **Cuneese** in ottica di **sostenibilità**. La valutazione è stata resa possibile dallo **studio condotto** attraverso un'**analisi di letteratura** (analisi serie storiche disponibili sull'occupazione, patrimonio immobiliare e andamento dei movimenti turistici), **interviste sul campo** rivolte ai **visitatori** – quasi 1.500 questionari somministrati a turisti ed escursionisti delle stazioni sciistiche nell'ultima stagione invernale - e **survey on-line** rivolta agli **operatori economici del territorio** operanti nella filiera turistica e, integrando i dati con **focus group** di **opinion leader** qualificati delle tre stazioni individuate come oggetto di analisi: **Prato Nevoso** (Frabosa Sottana), **Limone Piemonte** e **Pian Munè** (Paesana).





Cambiamento climatico

In Piemonte, l'ultimo trimestre 2023, secondo i dati Arpa, è stato l'**inverno più caldo** degli **ultimi settanta anni** con una media regionale di 4,5°C, quasi 3°C in più rispetto alla norma del trentennio di riferimento 1991-2020.



Cambiamento climatico

Manto nevoso sulle Alpi centrali

Lo studio, *Recent waning snowpack in the Alps is unprecedented in the last six centuries* (2023) ha rivelato che il **manto nevoso** sulle **Alpi centrali** non è mai stato effimero come oggi in almeno seicento anni, e che nell'ultimo secolo la sua **durata** si è **accorciata** in **media** di **un mese** a **causa** del **riscaldamento atmosferico** di **circa 2° C**.

Osservando i dati di **Limone Piemonte**, la stazione ha registrato una **crescita** negli **ultimi 30 anni** pari a **2,8 gradi** (dai 4.7° nel 1990 ai 7.1° nel 2023).

Nel passato

Piccola Età Glaciale

Nelle annate più crude della Piccola Età Glaciale, come il 1541, la neve non scompariva che per pochi giorni in piena estate.

Oggi

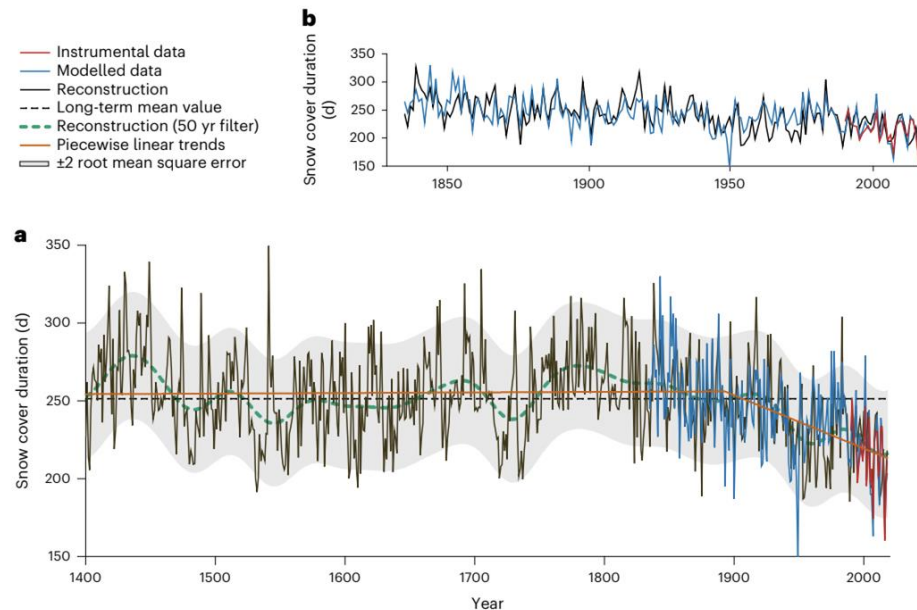
Antropocene

Oggi (anche quando nevica in abbondanza) le temperature più elevate accelerano la fusione e il suolo resta scoperto talora per quattro-cinque mesi, come nel 2022.



Cambiamento climatico

Manto nevoso sulle Alpi centrali – Serie storiche di dati climatici



I risultati dello studio *Recent waning snowpack in the Alps is unprecedented in the last six centuries* (2023) sono confrontabili con quanto ottenuto da un gruppo di ricercatori coordinati da EURAC research, il quale ha radunato oltre duemila serie di dati giornalieri di spessore nevoso nelle Alpi (dalla Francia, all'Italia, alla Slovenia). Questo ha permesso la **prima analisi** della **nevosità** a livello di **intero arco alpino** nell'**ultimo mezzo secolo (1971-2019)**.

L'**85%** delle **località** analizzate mostra tendenze complessive di **riduzione** dell'**innevamento**, più evidenti in primavera, sotto i 2.000 metri e al Sud delle Alpi (versante italiano) rispetto al Nord e alle quote superiori. Oltre allo spessore della neve, a ridursi è anche la sua durata.



Cambiamento climatico

Variazione delle temperature e altezza neve al suolo Limone Pancani

Osservando i dati della **stazione meteo di Limone Pancani** (ca. 2000 mt) si può dedurre quanto sta accadendo a **livello climatico** in queste zone:

Grafico 3.1.1

Altezza neve al suolo -
Limone
Pancani

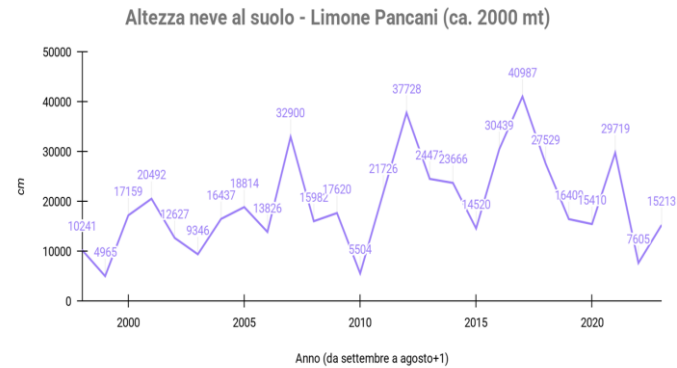
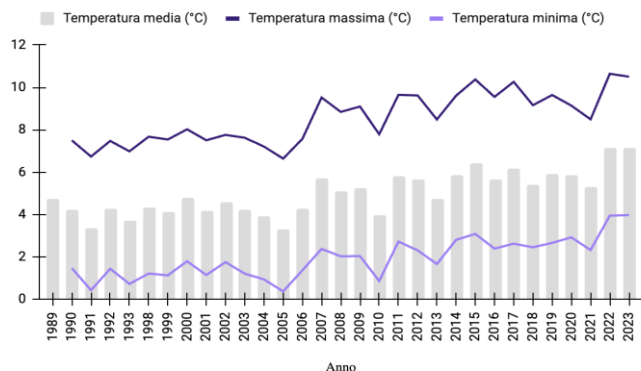


Grafico 3.1.2

Temperature -
Limone Pancani



L'altezza della neve al suolo evidenzia una **marcata instabilità interannuale**, con fluttuazioni significative che riflettono una maggiore **variabilità climatica** e una **minore prevedibilità** delle **precipitazioni nevose**.

Si registra inoltre un **incremento** delle **temperature medie, massime e minime**, con una **variazione media** che è passata dai **4,7 gradi** del **1990** ai **7,1** del **2023**.

Queste **due tendenze**, se considerate congiuntamente, delineano un **quadro chiaro**: l'**aumento termico** ormai consolidato influisce sulla **durata** e sulla **stabilità** del **manto nevoso**, favorendone una **fusione anticipata**. Ne deriva una neve generalmente **meno persistente**, con possibili implicazioni per l'equilibrio degli ecosistemi montani. Questi **cambiamenti** si **riflettono** anche sulle **attività economiche** legate alla **neve**, in particolare sul **turismo invernale** e sulla **disponibilità idrica** nelle **stagioni successive**, ponendo l'attenzione sull'importanza di **sviluppare strategie** di **adattamento** al **cambiamento climatico** in **ambito alpino**.



Cambiamento climatico

Innevamento artificiale – costi e investimenti

Tra gli altri elementi da tenere in considerazione vi è il tema delle **minori precipitazioni nevose** alle quote medio-basse e un anticipo della fusione primaverile. Negli ultimi anni è quindi **aumentato l'impiego** della **neve programmata**, attività che si traduce in **maggiori costi** per i **comuni** e per i **gestori** degli **impianti**:

€3,6

stima **costi di**
produzione
al **m3** per la neve
programmata.

€100M

stima **investimento** per
innervare tutte le
piste italiane.



Cambiamento climatico

Innevamento artificiale – fondi piemontesi

Gli investimenti consentono di sopperire alla mancanza di neve attraverso l'innervamento programmato per cui è opinione diffusa tra i gestori degli impianti che il **fallimento** di **molte stazioni sciistiche** più che dal **cambiamento climatico** dipenda dalla **mancanza di investimenti in infrastrutture** per l'**innervamento programmato**. In altre parole, l'effetto combinato tra cambiamenti climatici, maggiori costi conseguenti all'innervamento programmato e la riduzione dei praticanti di sci alpino (che a sua volta deriva dal combinato disposto del calo demografico e dell'aumento del costo degli skipass) è stato il default di stazioni sciistiche o, quantomeno, dei risultati economici negativi delle stagioni invernali.

Questo aspetto del turismo invernale, strettamente legato alla disponibilità di neve, spiega anche perché **molte gestori** abbiano puntato anche sulla **stagione estiva**, durante la quale gli impianti possono rimanere aperti per portare in quota gli escursionisti.

In Piemonte, dove i fondi erogati sono tra i più trasparenti e tracciabili, risalta comunque il dato sui contributi all'innervamento **artificiale**:

Biennio 2022-2024: 29.044.956€

Biennio 2023-2025: 32.339.873€

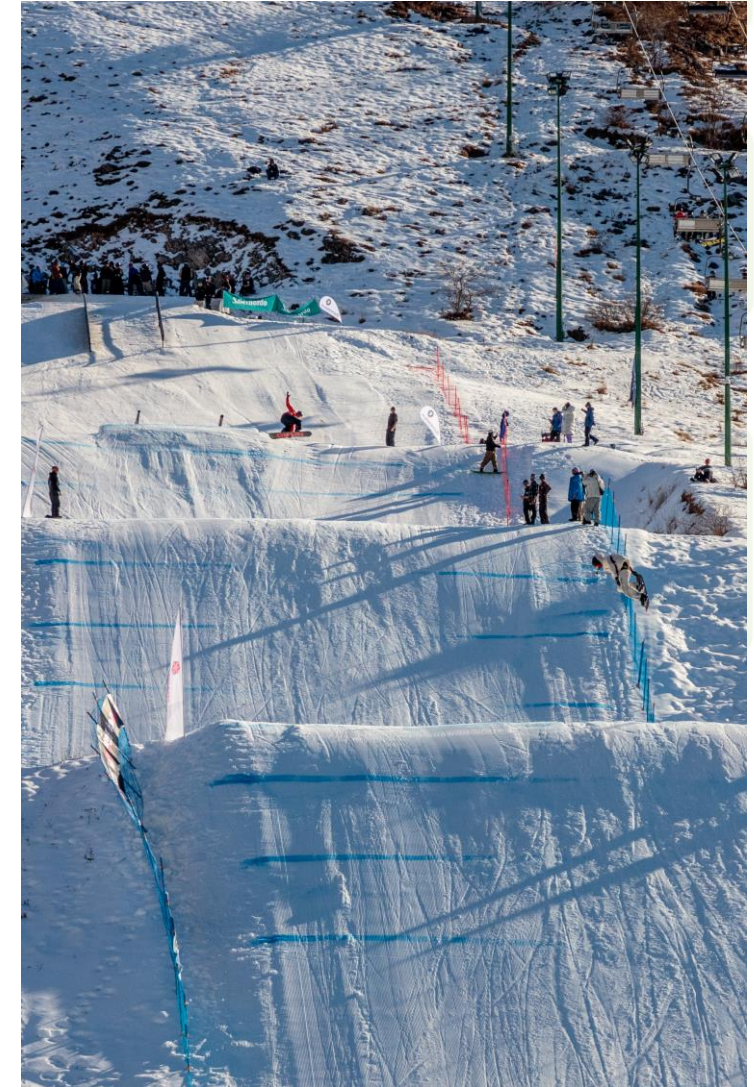
Una crescita dunque dell'**11,4%** che denota un rafforzamento degli investimenti in risposta alle sfide poste dal cambiamento climatico, che impattano sulla naturale disponibilità di neve.



Introduzione

A fronte della premessa sopra esposta, la ricerca presenta l'analisi degli **impatti economici, occupazionali e immobiliari** determinati dai **movimenti turistici ed escursionistici** nelle **tre stazioni sciistiche cuneesi: Prato Nevoso e Limone Piemonte** – che figurano tra le principali destinazioni regionali - e **Pian Munè**, rappresentativa delle realtà più piccole.

Il periodo temporale di riferimento è stata la **stagione invernale 2024/2025** e l'analisi si è basata, oltre che sull'**analisi desk di numerosi dati e serie storiche**, sugli esiti di **1.407 interviste individuali face to face condotte nelle tre località** (579 a Prato Nevoso, 579 a Limone Piemonte, 249 a Pian Muné) tra il 16 dicembre 2024 e il 31 marzo 2025, distribuendo uniformemente il numero di interviste in tutte le quindici settimane di rilevazione.





Metodologia

L'**analisi dell'impatto delle stazioni sciistiche** è stata sviluppata sulle diverse dimensioni di impatto sociale, immobiliare, occupazione ed economico.

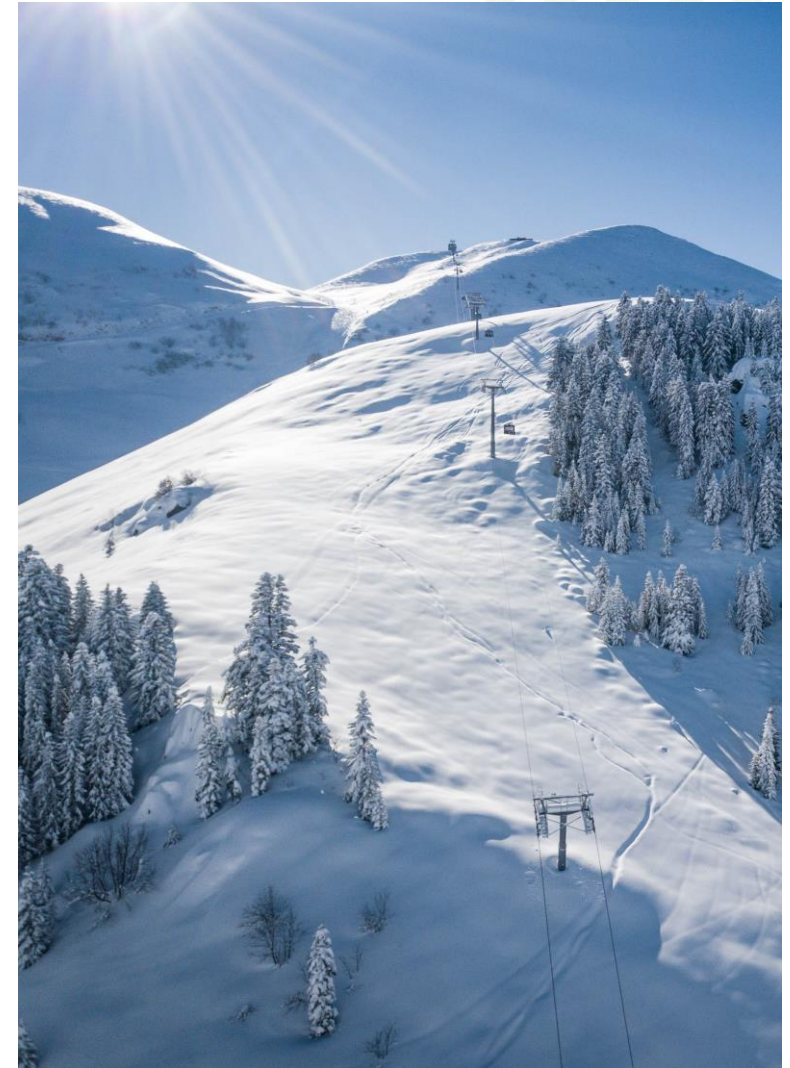
Analisi degli **impatti sociali**, desunti dalle opinioni degli stakeholder territoriali, dei turisti ed escursionisti; in particolare:

- **Due questionari**: dedicati a 10 categorie di stakeholder territoriali;
- **Focus Group**: finalizzato ad ascoltare le opinioni degli stakeholder locali;
- **Interviste** ai **tre sindaci** dei comuni di riferimento delle tre stazioni sciistiche analizzate.

Analisi degli **impatti economici** ed **occupazionali** del territorio; nella fattispecie:

- **Interviste** con **questionario** ai **visitatori**, per stimare la spesa media pro-capite giornaliera e i tempi medi di permanenza.
- **Analisi** delle **serie storiche** a 10 anni con creazione del dataset;
- **Matrice** di **impatto I-O**, ossia stima dell'impatto e dell'effetto moltiplicativo.

Le fonti dati utilizzate per le elaborazioni di formule nelle varie parti dello studio sono molteplici: Osservatorio Turistico della Regione Piemonte, Indagine sugli stakeholder e focus group, Indagine sui visitatori, ISTAT, OMI, PISTA.





Territorio di riferimento e posizionamento delle stazioni sciistiche del cuneese

*Valutazione dell'Impatto
delle Stazioni Sciistiche
del Cuneese stagione 24/25*



Ricerca realizzata con la collaborazione di **formules**



Le stazioni sciistiche piemontesi

In Piemonte l'arco alpino si sviluppa all'interno dei confini regionali per **circa 400 km**. La regione conta **più di 1.350 km di piste** in **oltre 50 comprensori sciistici**, con **300 impianti di risalita** e **14 snowpark**.

Il **comprensorio** più **grande** è rappresentato da **La Vialattea**, che con 400 km fruibili, 23 piste e 63 impianti costituisce la **seconda destinazione sciistica in Italia** (Fonte: ARPIET, 2023).

Secondo le **stime di Anef Torino** (Associazione nazionale degli esercenti funiviari) il sistema degli impianti di risalita piemontese genera 70 milioni di fatturato ed un indotto intorno al **miliardo di euro**.

Con 3 milioni di giornate annuali di sci e 1.200 addetti, il **Piemonte** rappresenta il **terzo polo italiano** mentre il comprensorio della **Via Lattea** figura tra le **prime 13 stazioni sciistiche** a livello mondiale. Il solo «turismo dello sci» ha un valore che oscilla fra i 260 e i 374 milioni di euro, frutto di una componente di spesa per il pernottamento e di ulteriori 90 milioni derivanti dalle spese effettuate da turisti ed escursionisti tra i noleggi delle attrezzature, le lezioni di sci, le consumazioni presso bar e ristoranti. Tra gli occupati dell'indotto, accanto al personale dell'accoglienza invernale, vanno compresi 3.083 maestri di sci iscritti all'Albo.

(Fonte: Regione Piemonte news, 18 Ottobre 2024).





Le stazioni sciistiche del cuneese

Impianti e km di piste in provincia di Cuneo

Stazione / Comprensorio	Comune	Numero impianti	Metri totali di piste sci da discesa
Rucaski	Bagnolo Piemonte	3	4.685
Monvisoski - Crissolo/Pian della Regina	Crissolo	1	6.582
Sciovie del Viver	Entracque	4	Non disponibili
Frabosa Ski 2000 SPA	Frabosa Soprana	7	19.543
Prato Nevoso S.p.A.	Frabosa Sottana	5	24.763
Artesina mondole ski	Frabosa Sottana - Roccaforte Mondovì	13	29.297
Riserva Bianca	Limone Piemonte	11	56.915
Sciovia San Secondo SRL - Maneggio	Limone Piemonte	2	659
Località Pian Mune	Paesana	4	10.044
Pontechianale	Pontechianale	5	Non disponibili
Sangiacomo Cardini SKI - Monte Alpet	Roburent	5	11.348
Lurisia Monte Pigna	Roccaforte Mondovì	4	13.279
Sampeyre	Sampeyre	4	9.304
Stazione sciistica Viola Saint Greè	Viola	1	9.162

73.603

57.574



Il perimetro territoriale dell'analisi: *3 stazioni rappresentative*



Frazione del comune di **Frabosa Sottana**, in provincia di Cuneo.
Impianto gestito da **Prato Nevoso SPA**.



Comune della provincia di Cuneo.
Due impianti: Riserva Bianca, gestita da **Riserva Bianca Lift spa**, e **Sciovia San Secondo** - Maneggio gestito dalla omonima **srl**.



Frazione del comune di **Paesana**, in provincia di Cuneo.
Impianto gestito da **Dodonix srl**.



Prato Nevoso, Limone Piemonte e Pian Munè

Frabosa Sottana

Lo sviluppo di Prato Nevoso, frazione turistica di Frabosa Sottana, inizia negli anni '60 come "resort della domenica" per famiglie liguri, grazie alla vicinanza con Savona e l'autostrada A6. Oggi Frabosa Sottana conta **circa 1.300 residenti**, ma ospita ben **8.500 seconde case**. La località registra **24 esercizi ricettivi** e oltre **2.000 posti letto**, ma soffre la **progressiva dismissione di licenze alberghiere** a favore del mercato residenziale. I prezzi al mq sono in discesa: tra 2014 e 2024 si è registrato un **calo del 23,9%** ma a ciò si contrappone una crescita vertiginosa delle compravendite con un +135,8% tra il 2013 e il 2022.

In risposta alla carenza di offerta turistica qualificata, è in progetto una struttura a **5 stelle** con servizi accessori (spa, centro congressi, impianti sportivi) che mira a intercettare nuovi target turistici.

Limone Piemonte

Antico borgo alpino della Valle Vermentagna, Limone Piemonte ha origini che risalgono all'epoca romana ed è storicamente legata alla **Via del Sale**, l'antico tracciato che collegava la pianura piemontese al mare ligure, attraverso il Colle di Tenda. Questo asse commerciale, oggi valorizzato anche a fini escursionistici, ha fatto di Limone un crocevia strategico sin dal Medioevo. A partire dalla fine dell'Ottocento, la località si è trasformata in una delle prime stazioni turistiche alpine d'Italia, favorita dalla realizzazione della ferrovia Cuneo-Ventimiglia (1891). Negli anni 60/70, Limone ospitava numerosi **alberghi e pensioni**, molti dei quali sono stati nel tempo **trasformati in seconde case o appartamenti privati**, riducendo drasticamente l'offerta ricettiva. Oggi si contano **oltre 7.000 seconde case** a fronte di circa **1.350 residenti** (solo 800 stabilmente presenti tutto l'anno). I prezzi immobiliari superano i **3.000 €/mq**, spinti anche dalla domanda proveniente dal Principato di Monaco. L'attuale carenza di strutture ricettive penalizza lo sviluppo turistico: Limone si configura soprattutto come una località da **sci giornaliero**.

Paesana

Paesana è un centro storico della Valle Po, con origini medievali e un passato legato all'agricoltura, alla pastorizia e ai commerci montani. Negli anni '80 contava oltre **8.000 abitanti**, mentre oggi i residenti sono scesi a **2.612**, segnando un netto calo demografico. Il territorio è punteggiato da **oltre 4.000 abitazioni disabitate**, molte delle quali in vendita. I prezzi immobiliari sono relativamente stabili, con un lieve calo del **4% dal 2014**, e un rinnovato interesse per gli immobili ristrutturati o di nuova costruzione. Il turismo, seppur modesto, trova uno spazio significativo nella stazione sciistica di **Pian Munè**, apprezzata per la sua offerta familiare e sostenibile. Paesana conta appena **10 esercizi ricettivi** e circa **250 posti letto**, ma negli ultimi anni si è osservata una crescita di acquirenti stranieri, in particolare francesi, attratti da case indipendenti nelle borgate. Le attività commerciali, gestite da residenti, restano aperte tutto l'anno, contribuendo a mantenere una rete di servizi viva.



Prato Nevoso, Limone Piemonte e Pian Munè

Dati di contesto

Località	Popolazione	Comparto ricettivo	Comparto immobiliare
Limone Piemonte	1.338 residenti (2023)	37 Esercizi ricettivi (2023)	Valori di vendita (2024): 1.499€/mq
		1.192 posti letto in locazioni turistiche (2024)	Valori di locazione (2024): 4,7 €/mq
			Numero transazioni normalizzate (2023): 146
Prato Nevoso (Frabosa Sottana)	1.559 residenti (2023)	24 Esercizi ricettivi (2023)	Valori di vendita (2024): 810€/mq
		901 posti letto in locazioni turistiche (2024)	Valori di locazione (2024): 2,8 €/mq
			Numero transazioni normalizzate (2023): 234
Pian Munè (Paesana)	2.612 residenti (2023)	10 Esercizi ricettivi (2023)	Valori di vendita (2024): 932€/mq
		99 posti letto in locazioni turistiche (2024)	Valori di locazione (2024): 3,1 €/mq
			Numero transazioni normalizzate (2023): 75



Prato Nevoso, Limone Piemonte e Pian Munè

Offerta sciistica

PRATO NEVOSO		LIMONE PIEMONTE		PIAN MUNÈ	
Numero e km di piste	27 piste, 130 km (tutto il comprensorio Mondolè ski)	Numero e km di piste	37 piste, 80 km	Numero e km di piste	15 piste, 16 km
Impianti	11 impianti	Impianti	16 impianti	Impianti	4 impianti
Giorni di apertura stagione 2024/2025	119 giorni (06/12/2024-05/04/2025)	Giorni di apertura stagione 2024/2025	113 giorni (13/12/2024-06/04/2025)	Giorni di apertura stagione 2024/2025	112 giorni (27/12/2024-19/04/2025)
Skipass venduti	2021-2022 → 146.900 2022-2023 → 181.200 2023-2024 → 135.884	Skipass venduti	2021-2022 → 137.400 2022-2023 → 164.400 2023-2024 → 135.800	Skipass venduti	2021-2022 → 8.736 2022-2023 → 10.469 2023-2024 → 3.601*



Prato Nevoso, Limone Piemonte e Pian Munè

Analisi di benchmark

Le stazioni sciistiche di **Prato Nevoso**, **Limone Piemonte** e **Pian Mune** figurano tra le principali destinazioni nella provincia di Cuneo, ma è necessario confrontarle con altre realtà per ottenere una visione esaustiva dell'offerta.

- **Prato Nevoso S.p.A.**, con i suoi **5 impianti** e **24.763 metri di piste**, si colloca tra le stazioni di dimensioni medie. Nonostante il numero relativamente ridotto di impianti, la sua estensione di piste rimane di notevole rilevanza e ciò che contraddistingue questa destinazione è la vivacità e varietà di offerta di discipline sportive che si possono praticare. E' inserita nel comprensorio che include anche le stazioni di **Frabosa Soprana** e **Artesina**, per un totale di **73.000 metri di piste**. Tuttavia, l'apertura completa è al momento legata alla neve naturale. È stato dunque progettato un nuovo invaso, che, garantendo l'innevamento artificiale, renderà possibile il collegamento tra le località per l'intera stagione.
- **Limone Piemonte** (impianti di **Riserva Bianca** e **Sciovio San Secondo**) si distingue come una delle realtà più estese, con **13 impianti** e **57.574 metri di piste**. Supera in termini di dimensioni altre stazioni, proponendosi come una delle opzioni più complete in provincia. La combinazione dei due sistemi di risalita conferisce a Limone Piemonte una varietà di impianti e piste particolarmente ampia, consolidandola come destinazione di punta per gli appassionati.
- Infine, **Pian Munè** (con **4 impianti** e **10.044 metri di piste**) è una delle stazioni più piccole, ma si posiziona su livelli simili a quelli di **Sampeyre** (9.304 metri e 4 impianti); una scelta ideale per chi preferisce un'esperienza più intima e meno affollata, senza rinunciare alla qualità dell'offerta sciistica.





Prato Nevoso, Limone Piemonte e Pian Munè

Analisi benchmark pricing

Per condurre l'analisi comparativa delle politiche di *pricing* nelle località sciistiche oggetto d'indagine, è stato selezionato un campione per ogni località basandosi su tre criteri:

- Geografici → **posizionati** nella **catena alpina**.
- Dimensionali → **lunghezza totale** delle **piste**.
- Spaziali → **altitudine** di **inizio** e **fine** degli **impianti** di **risalita**.

Complessivamente sono stati analizzati **17 casi**.

Limone Piemonte:

- Paganella - Andalo
- San Martino di Castrozza
- Civetta
- Folgaria-Lavarone

Prato Nevoso:

- Plan de Corones
- Livigno
- Isola 2000
- Auron

Pian Munè:

- Sampeyre
- Ladurns
- Piancavallo
- Monte Verena
- Monte Bondone
- Lizzola
- Saint-Michel-de-Chaillo
- Arvieux
- Mont Serein/Mont Ventoux Nord



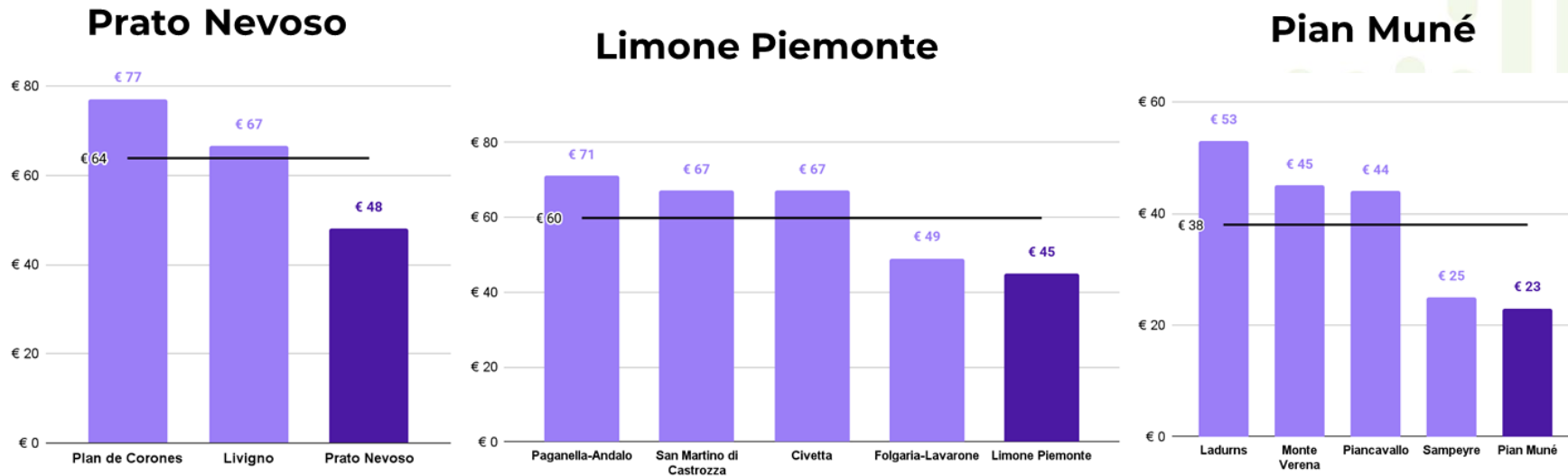
Prato Nevoso, Limone Piemonte e Pian Munè

Politiche di pricing

Nome stazione sciistica	Km piste	Comune	Categoria	Skipass bassa stagione (1 g)	Skipass alta stagione (1 g)	Δ
Limone Piemonte (Riserva Bianca Lift spa Sciovie San Secondo – Maneggio)	80	Limone Piemonte (CN)	Intero	€31	€45	€14
			Giovane	€30	€35	€5
			Bambino	€15	€17	€2
			Senior	€31	€38	€8
Prato Nevoso	130	Frabosa Sottana (CN)	Intero	€36	€48	€12
			Giovane	€28	€36	€8
			Bambino	€12	€12	-
			Senior	NA	NA	-
Pian Mune'	16	Paesana (CN)	Intero	€23		-
			Giovane	€18		-
			Bambino	€15		-
			Senior	NA		-



Prato Nevoso, Limone Piemonte e Pian Muné *Analisi di Benchmark pricing*



Confrontando, per ogni località, il **prezzo intero** dello **skipass giornaliero** con **stazioni sciistiche** analoghe in termini di **chilometri di piste**, è evidente come **Prato Nevoso, Limone Piemonte e Pian Muné** richiedano un prezzo giornaliero non solo **ampiamente sotto** la **media** delle stazioni sciistiche con caratteristiche simili, ma anche il **più basso**. In particolare:

- **Limone Piemonte** ha una tariffa intera in alta stagione di **45€**, sensibilmente inferiore rispetto alla media dei comprensori nazionali analizzati (che si attesta a **60€** con **punte** fino a **71€**), pur offrendo un'estensione significativa del dominio sciabile;
- **Prato Nevoso**, applica in alta stagione una tariffa intera per il giornaliero di **48€** e una ridotta giovane di **36€**, posizionandosi come una delle località con il miglior rapporto prezzo/estensione dell'offerta;
- **Pian Muné**, con **23€** per lo skipass intero, si colloca tra le stazioni più accessibili a livello nazionale, risultando particolarmente attrattiva per famiglie, principianti e turisti locali.

Impatto sociale

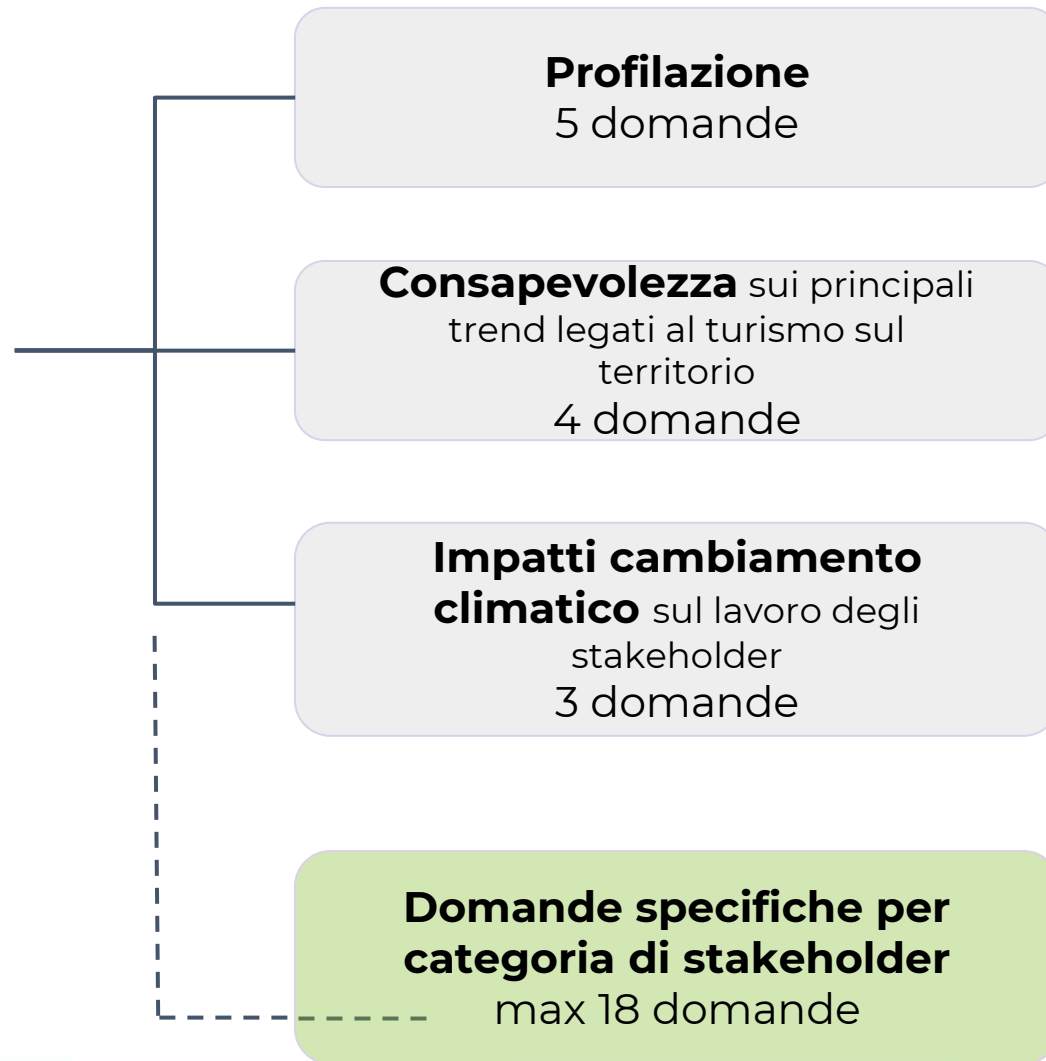
***Valutazione dell'Impatto
delle Stazioni Sciistiche
del Cuneese stagione 24/25***



L'indagine sugli stakeholder

Aree tematiche dell'intervista

Le **categorie di stakeholder** individuate sono **state 10** e il questionario è stato suddiviso in **4 sezioni** per un totale di **28 - 30 domande*** a seconda della categoria



Operatore/trice del settore turistico privato (agenzia, associazione, cooperativa)
Operatore/trice del settore turistico pubblico(es. ATL, imprese e pro-loco)
Gestore impianti sciistici
Maestri/e di sci/guide alpine/altri/e professionisti/e dello sport
Agente immobiliare e/o operatore/trice del settore immobiliare
Ristoratore/ristoratrice, gestore di rifugi
Operatore/trice ricettivo/a (es. gestore agriturismi, hotel, rifugi)
Imprenditore/trice al di fuori del settore turistico
Commerciante (vendita prodotti/servizi) /esercente (es. attività di cura della persona)
Lavoratore/trice locale (stagionale, stabile)

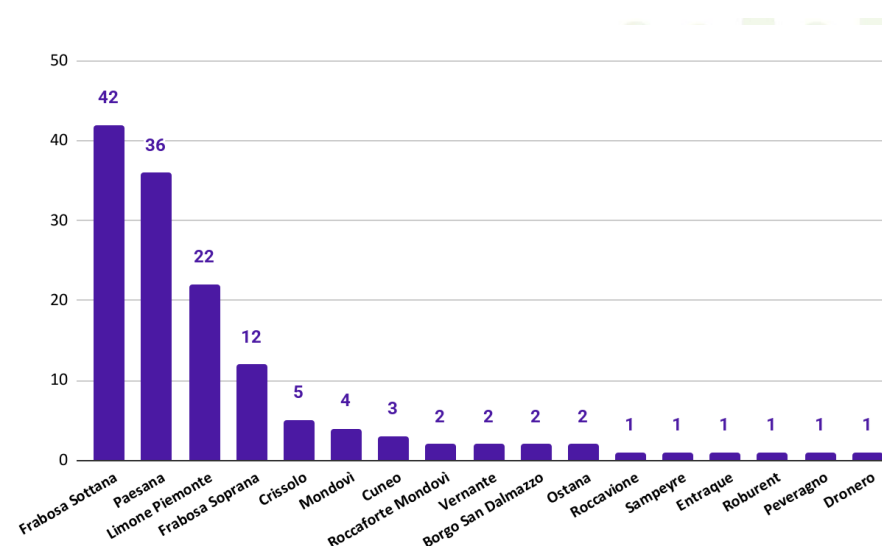
Specifica per categoria.
Chi non appartiene alle 10 categorie di stakeholder non risponde a tali domande.



L'indagine sugli stakeholder Campione indagato

Occupazione	N (%)
Agente immobiliare e/o operatore/trice del settore immobiliare	4 (3,3%)
Operatore/trice del settore turistico (es. associazioni/cooperative/agenzie private)	8 (6,6%)
Commerciante	12 (9,9%)
Maestro/a di sci/altro operatore/trice sportiva/o	44 (36,4%)
Ristoratore/trice	11 (9,1%)
Imprenditore/trice al di fuori del settore turistico	5 (4,1%)
Operatore/trice del settore turistico (agenzie pubbliche e pro-loco)	4 (3,3%)
Operatore/trice ricettivo/a	16 (13,2%)
Gestore impianti sciistici	4 (3,3%)
Altro lavoratore/trice locale	13 (10,7%)
Totale	121

Comune di svolgimento della professione



Il **30,4%** degli **stakeholder** intervistati lavora presso **Frabosa Sottana**, il **26%** presso **Paesana**, il **16%** presso **Limone Piemonte**.

Per quanto riguarda il genere, il **58%** è di **sexso maschile**, il **37%** di **sexso femminile**. La **maggior parte** dei **rispondenti** (**30%**) ricade in una **fascia d'età** compresa tra i **50** ed i **69 anni**, tuttavia, c'è una significativa presenza (**20%**) di intervistati di età compresa tra i **40** ed i **49 anni** ed un **14%** appartenente alla fascia d'età **30-39**.



L'indagine sugli stakeholder Consapevolezza

Il **67,8% degli stakeholder** ritiene che negli ultimi 5 anni la tipologia dei visitatori della zona sia cambiata. Questa convinzione viene declinata nelle seguenti affermazioni:

Quali cambiamenti significativi sono stati notati:	%
Cambiamento nell'età dei visitatori	6.0%
Maggiore presenza di turisti provenienti da mercati internazionali	13.2%
Aumento dei visitatori interessati al turismo esperienziale e sostenibile	15.4%
Diminuzione dei visitatori tradizionali legati esclusivamente agli sport invernali	11.5%
Aumento dei visitatori per brevi soggiorni o escursioni giornalieri	17.0%
Incremento della domanda per attività non sciistiche	6.6%
Aumento dell'interesse per attività legate al benessere e al relax	2.2%
I soggiorni sono sempre più brevi e concentrati in periodi specifici	18.7%
Cambiamento delle preferenze di alloggio	1.1%
Maggiore sensibilità verso offerte personalizzate o pacchetti all-inclusive	1.1%
Riduzione della spesa media	7.1%

Secondo lei quali delle seguenti affermazioni descrivono meglio i flussi turistici nazionali ed internazionali sul territorio negli ultimi 10 anni (o da quando è arrivata/o sul territorio), escludendo fenomeni strettamente legati alla pandemia?

I flussi **NAZIONALI** sono **AUMENTATI** in maniera **NON significativa** **28,1%**

I flussi **INTERNAZIONALI** sono **AUMENTATI** in maniera **NON significativa** **35,5%**

La maggioranza degli stakeholders intervistati (pari circa al 64% come evidente nella tabella), sostiene che i flussi turistici sia nazionali che internazionali siano aumentati, anche se in maniera non significativa.



L'indagine sugli stakeholder Consapevolezza

Rispetto alle sfide che il turismo invernale sta affrontando, il **27%** del campione ritiene che i **soggiorni turistici siano sempre più brevi** e concentrati nella stagione natalizia, il **24%** giudica opportuna una **riconversione degli impianti sciistici** per garantirne la fruibilità polifunzionale durante tutto l'anno e, parallelamente, il **18%** reputa **necessaria la promozione del turismo estivo e della destagionalizzazione dell'offerta**.

Con quali delle seguenti domande si trova d'accordo?	Sì	No	Non saprei
La crisi del turismo invernale ha penalizzato le piccole stazioni sciistiche risparmiando le più grandi	48,7%	27,3%	24,0%
Le grandi stazioni sciistiche stanno diversificando l'offerta turistica per renderla attrattiva al di là della stagione invernale	67,8%	9,9%	22,3%
Le piccole stazioni sciistiche stanno diversificando l'offerta turistica per renderla attrattiva al di là della stagione invernale	62,8%	14,9%	22,3%
Le medie stazioni sciistiche stanno diversificando l'offerta turistica per renderla attrattiva al di là della stagione invernale	59,5%	9,9%	30,6%
I comuni e i residenti stanno attivando sinergie per creare insieme una nuova offerta turistica	31,4%	40,5%	28,1%

La **maggioranza** del campione ritiene che le **grandi, medie e piccole stazioni sciistiche** stiano **diversificando** l'offerta turistica per essere attrattive non solamente nella stagione invernale, mentre il **40%** degli stakeholder ritiene che i **comuni e i residenti non stiano attivando** per creare il nuovo sistema di offerta.



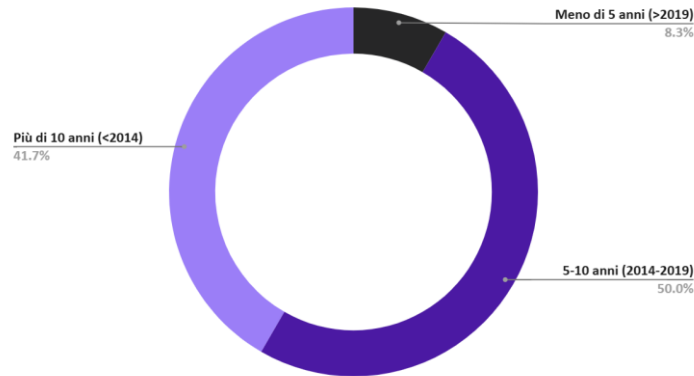
L'indagine sugli stakeholder Impatto sociale del cambiamento climatico

Valuti le seguenti affermazioni in relazione agli effetti del cambiamento climatico	In maniera decisiva	Molto	Abbastanza	Poco	In nessuna maniera	Non saprei
Ha contribuito allo spopolamento dei comuni coinvolti	2.5%	6.6%	19.8%	34.7%	15.7%	20.7%
Ha peggiorato l'attrattività e le performance turistiche locali	10.7%	17.4%	29.8%	25.6%	5.8%	10.7%
Ha aumentato l'incertezza economica per gli operatori del settore turistico invernale	18.2%	30.6%	27.3%	10.7%	3.3%	9.9%
Ha contribuito alla riduzione del numero di turisti stranieri attratti dalle stazioni sciistiche locali	7.4%	11.6%	24.0%	32.2%	8.3%	16.5%
Ha contribuito allo sviluppo di nuovi mercati e opportunità economiche locali	0.8%	6.6%	17.4%	38.0%	19.8%	17.4%
Ha rafforzato lo spirito di collaborazione tra i residenti dei comuni coinvolti	3.3%	4.1%	14.0%	33.1%	22.3%	23.1%
Ha favorito la promozione di un turismo pi sostenibile e rispettoso dell'ambiente	2.5%	9.9%	26.4%	26.4%	21.5%	13.2%
Ha accelerato il processo di riconversione delle stazioni sciistiche verso attività non legate alla neve	6.6%	12.4%	23.1%	29.8%	14.9%	13.2%
Ha stimolato investimenti in tecnologie innovative per mitigare l'impatto del cambiamento climatico sulle attività invernali	12.4%	13.2%	20.7%	22.3%	16.5%	14.9%
E' rimasto tutto invariato	4.1%	5.0%	15.7%	18.2%	30.6%	26.4%



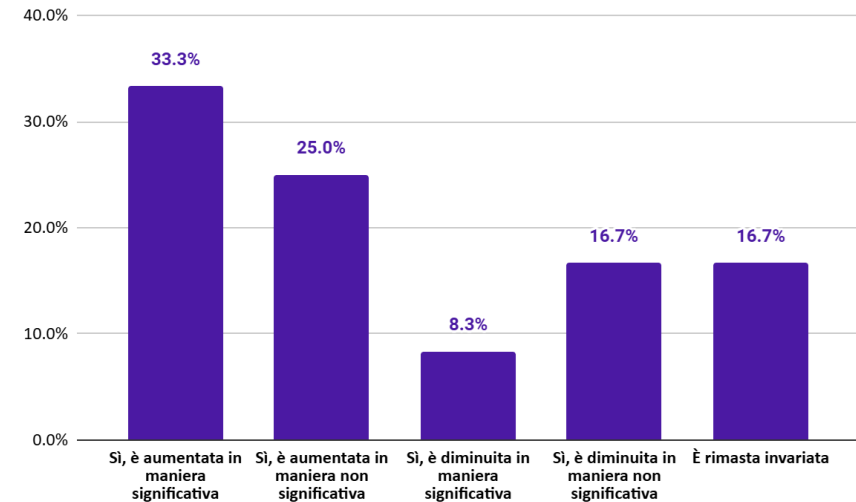
L'indagine sugli *stakeholder* Operatori del settore turistico

Da **quanti anni** opera nel **settore**?



Il **33%** degli operatori turistici afferma che l'offerta turistica è aumentata in maniera significativa, ed in particolare attraverso una più ricca proposta di attività sportive come **trekking, orienteering, climbing, mountain bike** ed **eventi enogastronomici**.

Cambiamento **offerta turistica** del **comune** dove viene svolta la **professione**



Per coloro che hanno riscontrato una diminuzione dell'offerta, la causa è imputabile alla **riduzione generale** dell'**attrattività** della **località** a favore di **destinazioni alternative**.



L'indagine sugli *stakeholder* *Operatori del settore turistico*

- L'**83%** degli operatori del settore turistico dichiara che i comuni della zona **non** hanno attivato iniziative di promozione congiunta, quali ad esempio le card cumulative per l'accesso ai servizi.
- Persistono opinioni diverse sulla definizione di “alta stagione invernale”: il **42%** la fa coincidere con il **periodo natalizio**, 1 operatore su 3 ritiene che vada da **dicembre a febbraio**, mentre per il **25%** corre da **dicembre ad aprile**.
- **1 operatore su 2** afferma che la **permanenza media** in **alta stagione** è di **1-2 notti**, solitamente **un weekend**, mentre il **restante 50%** afferma che **varia** tra le **3** e le **5 notti**.
- Il **50%** del campione **reputa fidelizzata** una **percentuale** oscillante tra il **30%** e il **50%** dei visitatori.

50%



ritiene che **oltre la metà dei visitatori pratici sci di discesa**. Il restante 50%, invece, ritiene che la percentuale sia compresa tra il 10% ed il 50%.

90%

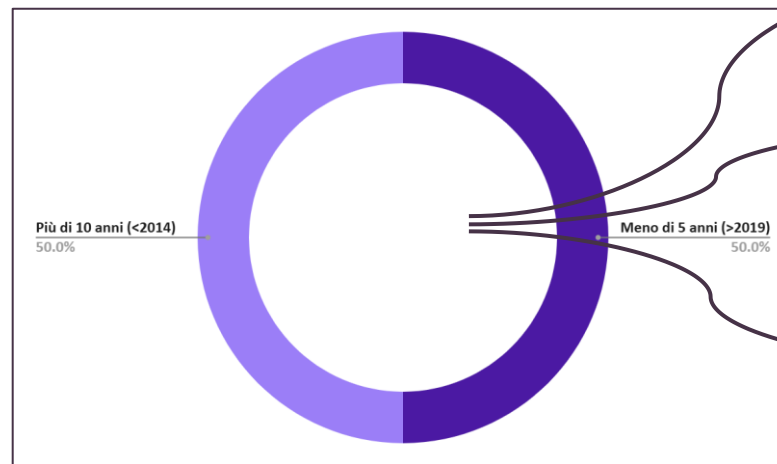


dichiara che **ciaspolate, uscite in motoslitta, freeride e sci alpinismo** siano le **attività di maggior successo**.



L'indagine sugli *stakeholder* *Gestori impianti sciistici*

Da **quanti anni** opera nel **settore**?



2 presso **Limone Piemonte***

1 presso **Frabosa Sottana***

1 presso **Sempeyre**

*Unicamente i gestori di queste due località saranno approfonditi in relazione alla loro rilevanza per il presente studio; i gestori degli impianti sciistici di Pian Muné sono stati intervistati individualmente. Il questionario è stato distribuito anche ai gestori di impianti di stazioni limitrofe e per questo Sempeyre risulta tra i rispondenti.

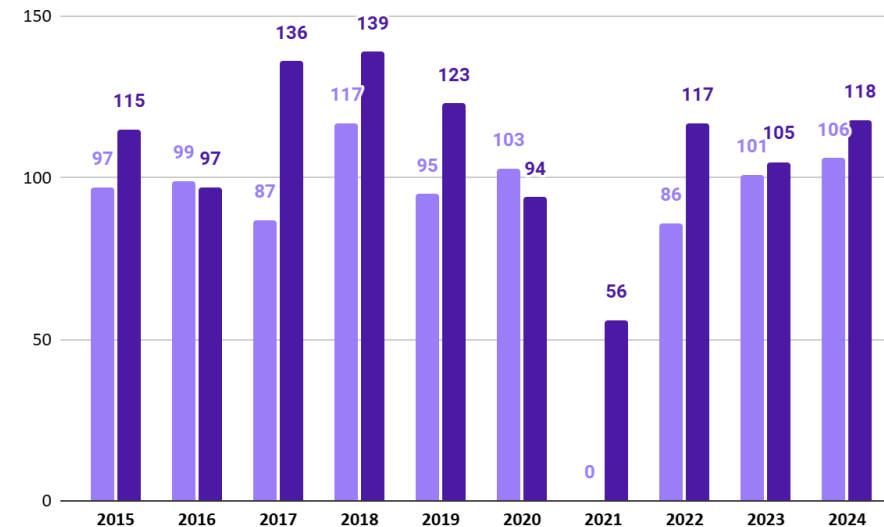


L'indagine sugli *stakeholder* *Gestori impianti sciistici*

LIMONE PIEMONTE

Indichi la tipologia di impianti sciistici gestiti:	Sciovie San Secondo - Maneggio	Riserva Bianca Lift s.p.a.
Funivie	0	0
Telecabine	0	1
Seggiovie Ammorsamento	0	1
Automatico	0	1
Sciovie	1	1
Tappeto	0	1
Seggiovie Amm. Fisso	0	1
Triposto, Quadriposto	0	1
Seggiovie/ Amm. Fisso	1	1
Biposto	1	1

Giorni di apertura degli impianti (annui)





L'indagine sugli stakeholder Gestori impianti sciistici

LIMONE PIEMONTE

L'esame dei dati riportati nella slide precedente evidenzia che i due gestori degli impianti sciistici di Limone Piemonte presentino significative differenze, sia in termini di grandezza degli impianti gestiti sia in termini di giorni di apertura e strategie di gestione:

- Entrambi gli impianti lavorano con l'**innevamento programmato**.
- Negli ultimi 10 anni i gestori hanno constatato l'aumento di visitatori attratti da sport non invernali e la variazione della stagionalità, con conseguente contrazione della stagione invernale e ampliamento dell'offerta estiva. Entrambi reputano **necessari investimenti crescenti** nell'**innevamento artificiale** (impianti di sparo e bacini idrici).
- **Non** sono **attive collaborazioni/partnership** con **altri gestori** del territorio, e non è ancora opportunamente programmata l'**apertura** degli **impianti** nella **stagione estiva**.
- Entrambi organizzano **gare** ed **eventi** durante la **stagione invernale** e offrono **promozioni** sullo **skipass** in base alla categoria di appartenenza (bambino, famiglie, studenti). Inoltre, *Sciovie San Secondo* offre sconti agli allievi della scuola di sci della zona; *Riserva Bianca Lift* ai residenti.
- **Nessuno** noleggia l'**attrezzatura sportiva**, né **gestisce punti ristoro**. *Riserva Bianca* ha però **investito** nel **recupero** di una **struttura ricettiva a 4 stelle** con **SPA**.
- Rispetto al cambiamento climatico non vengono attuate specifiche attività di sensibilizzazione, ma si effettuano operazioni di inerbimento e *Riserva Bianca Lift* si impegna nella preservazione di aree di interesse naturalistico durante la progettazione di nuovi tracciati.
- Nella **stagione sciistica 2021/2022**, *Sciovie San Secondo* ha **venduto 14.400 skipass** e *Riserva Bianca Lift* **123.000**; nella **stagione 2022/2023** rispettivamente **21.400** e **143.000**; nella **stagione 2023/2024** rispettivamente **20.800** e **115.000**.

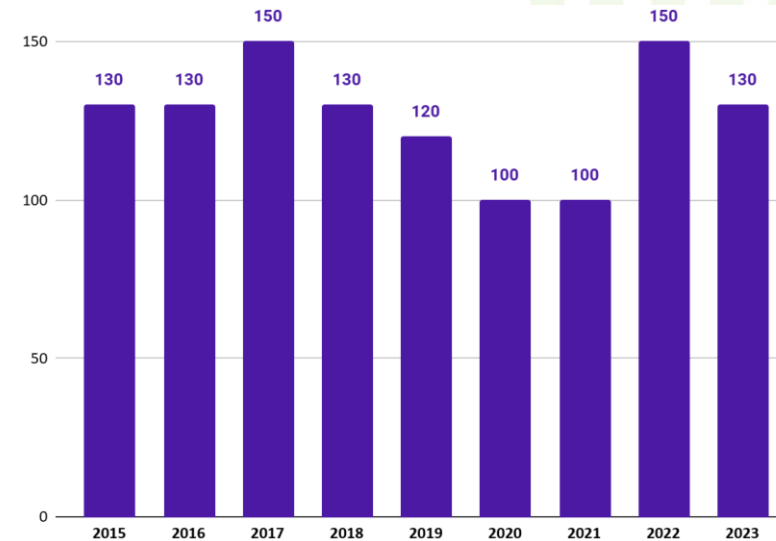


L'indagine sugli *stakeholder* *Gestori impianti sciistici*

FRABOSA SOTTANA

Indichi la tipologia di impianti sciistici gestiti:	Prato Nevoso s.p.a.
Funivie	0
Telecabine	1
Seggiovie Ammorsamento	0
Automatico	0
Sciovie	0
Tappeto	1
Seggiovie Amm. Fisso	1
Triposto, Quadriposto	0
Seggiovie/ Amm. Fisso	0
Biposto	0
Totale impianti	3

Giorni di apertura degli impianti
(annui)





L'indagine sugli stakeholder Gestori impianti sciistici

FRABOSA SOTTANA

- Il **100%** del complesso di Prato Nevoso è coperto dall'innevamento programmato. Il gestore reputa necessario continuare ad investire negli impianti per la produzione di neve artificiale (impianti di sparo, bacini idrici) per completare i collegamenti con impianti di Artesina Mondole Ski e Frabosa Ski, al momento collegati solo in presenza di neve naturale.
- Prato Nevoso SPA ha riadattato gli impianti di risalita per garantire utilizzi extra sciistici nella stagione estiva.

I cambiamenti principali rilevati dal gestore negli ultimi anni sono i seguenti:

- Intercettazione e coinvolgimento di **nuovi segmenti turistici** interessati a **pratiche sportive non invernali**.
- Creazione di **pacchetti/abbonamenti** per l'utilizzo degli impianti nella **stagione estiva**.
- **Apertura** degli **impianti** nella **stagione estiva**.

Oltre alla vendita degli skipass, la PratoNevoso SPA organizza festival/premi/gare durante la stagione invernale, gestisce più punti ristoro e strutture ricettive (anche con la possibilità di ospitare persone con disabilità), ed ha in programma di ampliare la propria offerta con la costruzione di un nuovo 5 stelle dotato di Spa.

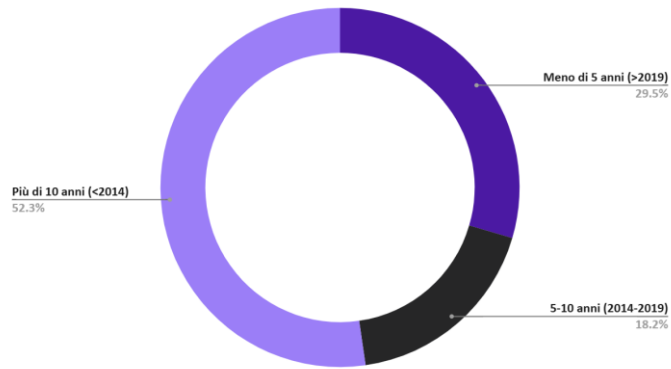
Nelle ultime **tre stagioni sciistiche**, 2021/2022, 2022/2023, 2023/2024, Prato Nevoso spa ha emesso rispettivamente **146.900, 181.200 e 135.884 skipass**. Il gestore promuove la propria destinazione attraverso una **scontistica skipass** basata sulla **profilazione socio-demografica** (famiglie, bambini, studenti), ed è molto **attivo** nella **promozione** e nel **marketing**, attuato attraverso **convenzioni** con altri comprensori e compagnie di trasporti, **campagne di marketing digitale** e **offerte speciali** per i giorni meno frequentati.

Infine il gestore si impegna nella tutela del territorio attraverso l'impiego delle piste anche in estate e preservando le aree di interesse naturalistico durante la progettazione dei nuovi tracciati.



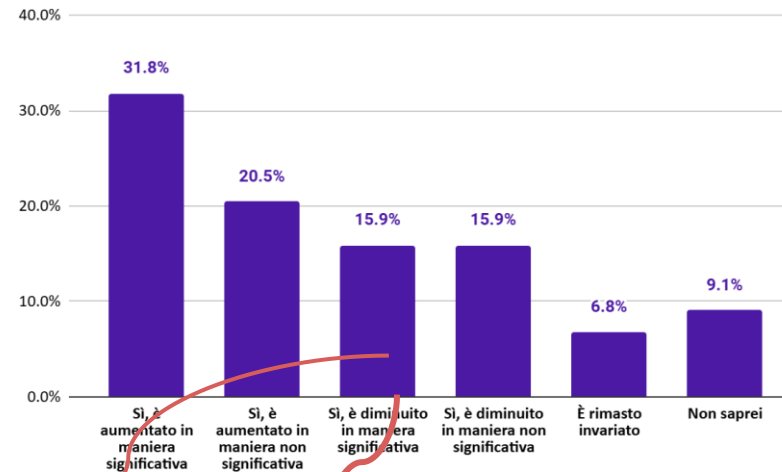
L'indagine sugli *stakeholder* *Maestri di sci, guide alpine e altri professionisti dello sport*

Da quanti **anni** opera nel **settore**?



Tra coloro che ritengono che l'**offerta turistica** sia **diminuita** in maniera significativa, il **50%** ritiene che ciò sia dovuto alla **riduzione** della **durata media** dei **soggiorni** dei **turisti**, mentre il **33%** che ciò sia imputabile al **calo** delle **lezioni individuali**.

Cambiamento **offerta turistica** del **comune** dove è svolta la **professione**

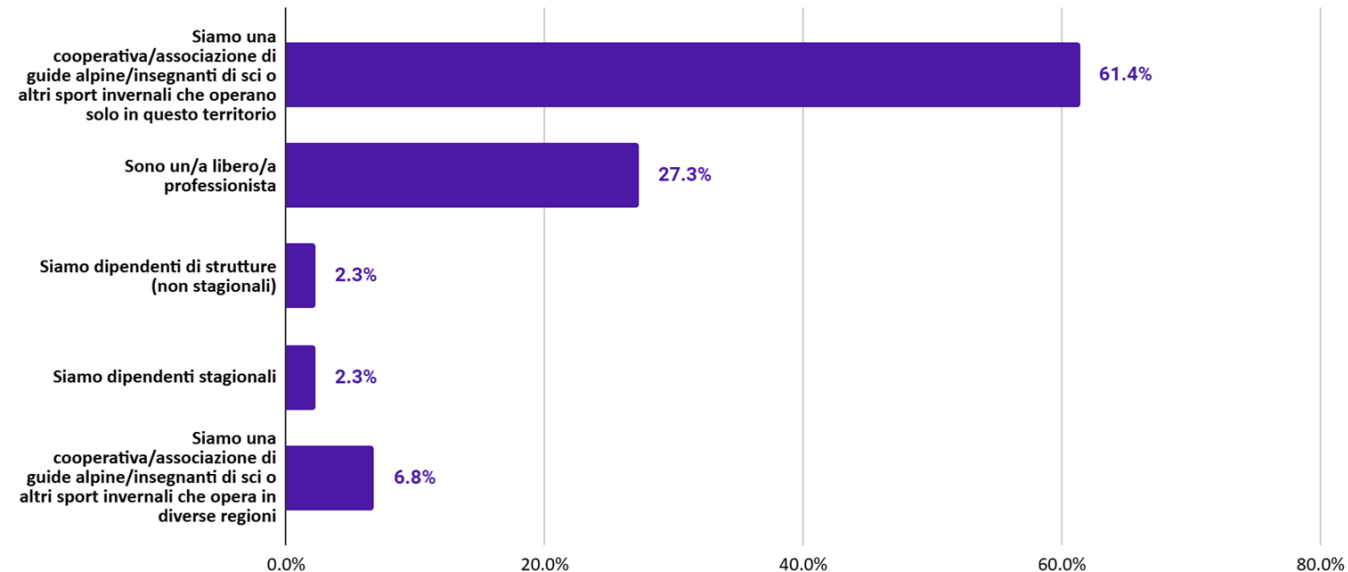


Inoltre, per il **18%** dei professionisti che hanno rilevato una diminuzione dell'offerta, ciò ha comportato la **necessità** di **svolgere** un **altro lavoro**.



L'indagine sugli *stakeholder* *Maestri di sci, guide alpine e altri professionisti dello sport*

Tipologia di **organizzazione** di appartenenza



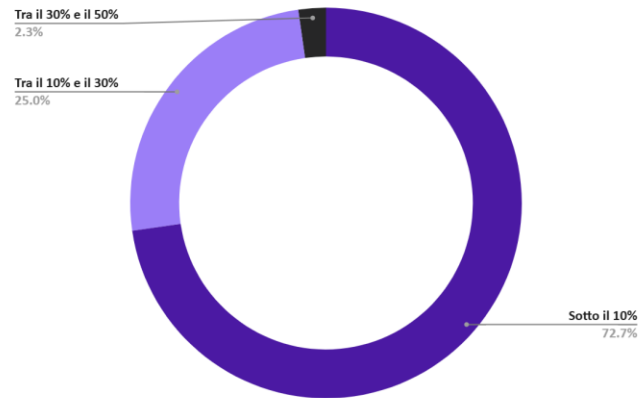
Il **61%** dei **maestri di sci, guide alpine e altri professionisti dello sport** fa parte di **cooperative** che **operano** unicamente nel **territorio** nel **quale lavorano**, mentre il **27%** è un **libero professionista**.

Queste due categorie sommate costituiscono circa il **90%** dei **professionisti**.

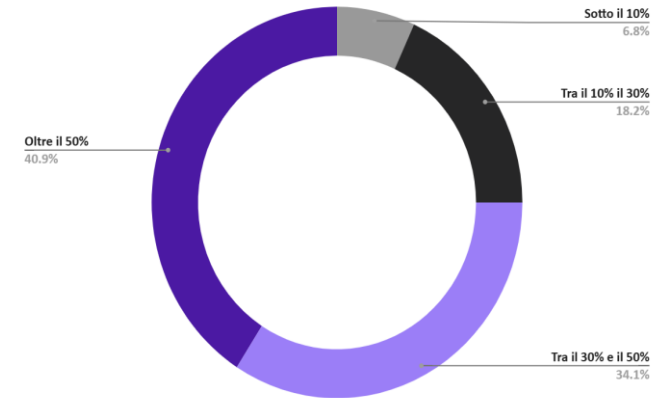


L'indagine sugli *stakeholder* *Maestri di sci, guide alpine e altri professionisti dello sport*

**Percentuale di suoi allievi
o clienti residenti nel
comune o nella zona**



**Percentuale di allievi/clienti non
residenti fidelizzati sul territorio che
tornano ogni anno**

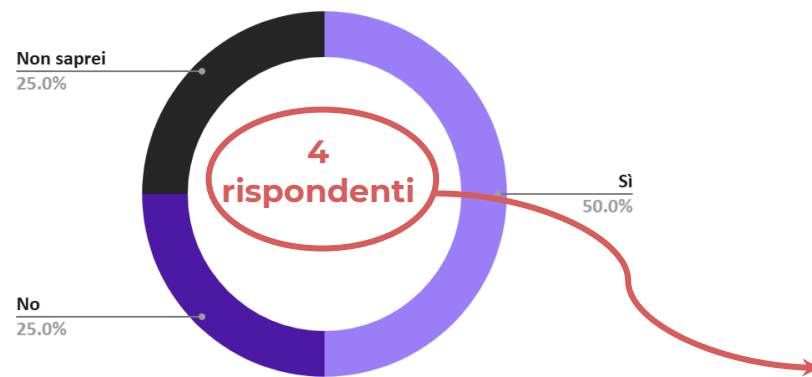


Per fronteggiare il **cambiamento climatico**, il **20%** dei professionisti sta investendo in **corsi di formazione** per conseguire **abilitazioni** che consentano di lavorare anche nella **stagione estiva**, il **18%** sta sviluppando competenze in **attività non sportive**, il **14%** sta intraprendendo **attività alternative**, il **4%** sta investendo in **attività di sensibilizzazione ed educazione ambientale** per i **turisti**, il **6%** punta sulla **creazione di sinergie** tra tutti gli **stakeholder** al fine di migliorare la **promozione dell'offerta turistica** del territorio, mentre il restante **38%** non sta **facendo nulla**.

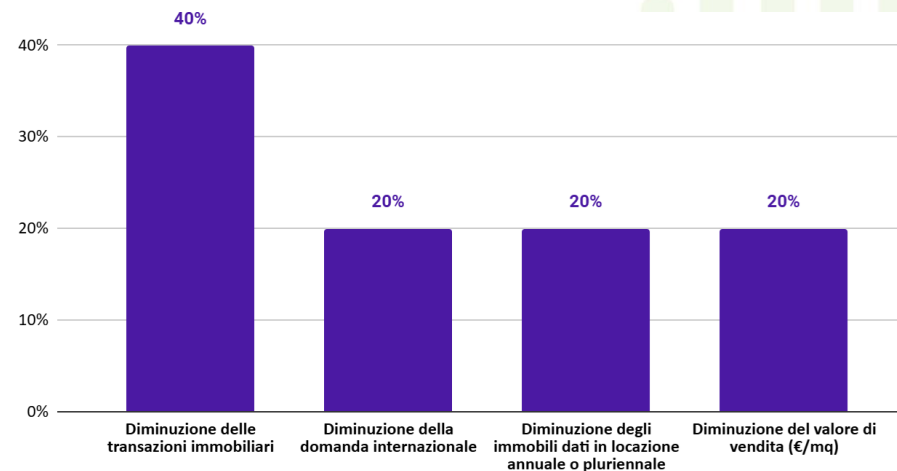


L'indagine sugli stakeholder Agenti immobiliari

Ritiene che il **cambiamento climatico** influisca sul **mercato immobiliare** del territorio?



Principali trend rilevati sul territorio negli **ultimi 10 anni**



Gli agenti immobiliari ritengono che il **numero di affitti a lungo termine** sia **diminuito**, e che ciò sia avvenuto per **determinati fattori**: la riduzione della stagione sciistica determinata dai cambiamenti climatici, la mancaanza di infrastrutture alberghiere in grado di accogliere turisti intenzionati a trascorrere periodi più lunghi o accogliere nuovi segmenti di domanda, la necessità di investimenti per la manutenzione delle case. Inoltre, gli agenti intervistati descrivono lo scenario attuale come caratterizzato da un'offerta elevata, immobili di qualità contenuta e utilizzo limitato delle seconde case nel corso dell'anno.

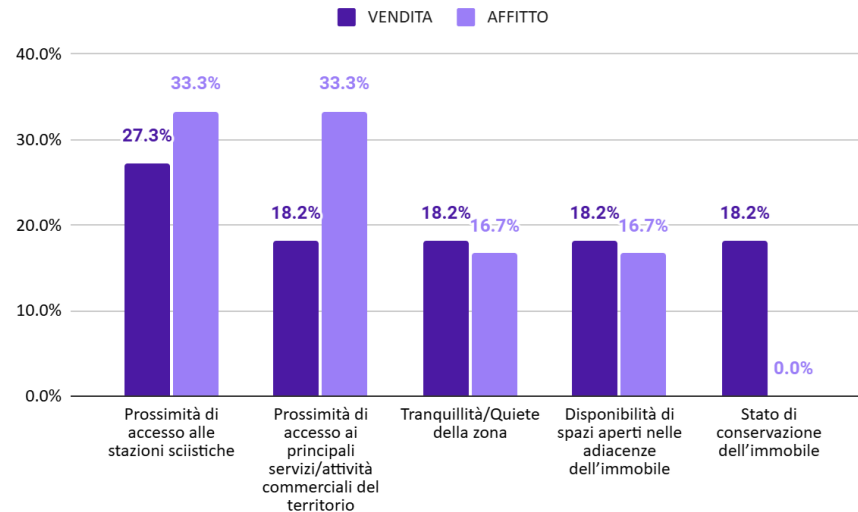


L'indagine sugli *stakeholder* *Agenti immobiliari*

Per quali **attività** vengono maggiormente utilizzati gli **affitti brevi** al di fuori della **stagione invernale**?

Il **50%** degli agenti immobiliari ritiene che gli affitti brevi siano associati al **turismo naturalistico**, per **famiglie** con **bambini**, **estivo** e in **occasione** di **festività** come Pasqua o 1°maggio. Mentre il **25%** degli agenti li associa al **turismo sportivo**.

Principali fattori di incidenza sui prezzi di vendita e affitto



Secondo gli intervistati la **vicinanza** agli **impianti sciistici** incide maggiormente sui **canoni** di **locazione** rispetto ai **prezzi** di **vendita**, così come la prossimità ai servizi e alle attività commerciali. Lo stato di conservazione dell'immobile risulta poco rilevante nel determinare il valore di mercato, per gli affitti, al contrario, incide su quelli di vendita. Infine, fattori come la tranquillità dell'area e la presenza di spazi aperti adiacenti esercitano un impatto sia sugli affitti che sulle vendite.



L'indagine sugli *stakeholder* *Ristoratori e operatori ricettivi*

Da quanti anni opera nel settore?



Ristoratori

- Per il **36%** il numero di clienti è **aumentato significativamente** negli ultimi 10 anni.
- Per il **27%** il numero di clienti è **aumentato** anche se **non in maniera significativa**.
- Per il **27%** il numero di clienti è **diminuito** anche se in **maniera non significativa**.
- Per il **9%** è **rimasto invariato**.



Operatori ricettivi

- Il **43%** degli operatori ricettivi lavora negli **hotel a 3 stelle**.
- Il **18,8%** lavora nei **B&B**.
- Il **12%** lavora negli **agriturismi**.
- I restanti **4 rispondenti** lavorano in **campeggi, residence, case vacanze** ed **hotel a 1-2 stelle**.



L'indagine sugli *stakeholder* *Ristoratori e operatori ricettivi*

Numero medio di coperti giornalieri Ristoratori

Inverno

Meno di 10	9.09%
Tra 10 e 30	36.36%
Tra 30 e 50	27.27%
Oltre 100	27.27%

Estate

Tra 10 e 30	18.18%
Tra 30 e 50	54.55%
Tra 50 e 100	9.09%
Oltre 100	18.18%

Posti letto disponibili nella struttura Operatori ricettivi

Meno di 10	31.25%
Tra 10 e 30	56.25%
Tra 30 e 50	12.50%

La **struttura** è aperta:

Tutto l'anno: tutti i giorni	68.75%
Nella stagione invernale e nella stagione estiva, con chiusure intermedie (di norma aprile/maggio, ottobre/novembre)	31.25%



L'indagine sugli *stakeholder* *Ristoratori*

	Quanti dipendenti fissi lavorano nel suo locale ogni anno?	Quanti dipendenti stagionali lavorano nel suo locale ogni anno?
Meno di 3	81.82%	54.55%
Tra 3 e 5	9.09%	18.18%
Oltre 10	9.09%	27.27%

Il **27%** dichiara di avere **oltre 10 dipendenti stagionali**, mentre solo il **9%** impiega stabilmente **più di 10 risorse**.

La **maggioranza** degli **intervistati** impiega stabilmente **meno di 3 risorse**, lo stesso avviene per i **dipendenti stagionali**.

Il **55%** dei ristoratori intervistati **non** offre **convenzioni** o **scontistiche** dedicate. Il **28%**, invece, ha una convenzione con lo **staff** degli **impianti sciistici** e lo **staff** delle **scuole** di **sci**. 1 ristoratore offre sconti a residenti, un altro in occasione di specifiche manifestazioni.

Il **41%** offre **degustazioni** di **prodotti tipici**, il **17%** organizza **eventi** per **bambini** e **famiglie** ed **eventi** legati allo **sport invernale** o al **turismo locale**. Il **12%** rende **disponibile** il **proprio locale** all'**affitto** per **eventi**, mentre il restante **12%** **non organizza eventi speciali**.

Il **100%** dei **ristoratori intervistati** descrive la propria clientela come **fidelizzata**.

La tipologia prevalente di **clientela**, sia nella **stagione estiva** che **invernale**, è composta da **famiglie** con **bambini**, e rappresenta anche la tipologia sulla quale il 63% degli operatori investirebbe dovendo ipotizzare di costruire offerte specifiche su prezzi convenzionati o servizi aggiuntivi.



L'indagine sugli *stakeholder* *Operatori ricettivi*

Oltre al pernottamento quali sono i principali servizi che offrite ai clienti?	%
Parcheggio auto	22%
Parcheggio bici	13%
Ristorante e caffetteria	11%
Possibilità di ospitare animali domestici	9%
Navetta per raggiungere gli impianti	4%

Quanti dipendenti fissi e stagionali lavorano nel suo locale ogni anno?	%
Meno di 3	62.50%
Tra 3 e 5	31.25%
Oltre 10	6.25%

Il **75%** degli **operatori** dichiara la **prossimità** della **propria struttura** agli **impianti** di risalita.

Il **19%** degli **operatori ricettivi** lavora in **strutture** che offrono **pacchetti scontati** a coloro che, **fuori** dalla **stagione invernale**, **soggiornano** per **almeno** una settimana. Il **12%** offre **sconti** a chi **viaggia** in **gruppo** e il **10%** alle **famiglie** con **bambini**.

Per quanto riguarda la **variazione** nel **volume** degli **affari** il campione é piuttosto **disomogeneo**: il **37%** degli **intervistati** ritiene che il **volume** sia **diminuito** negli **ultimi 10 anni**, un altro **37%** lo reputa aumentato. Il **18%** lo ritiene invariato, i restanti non si esprimono.

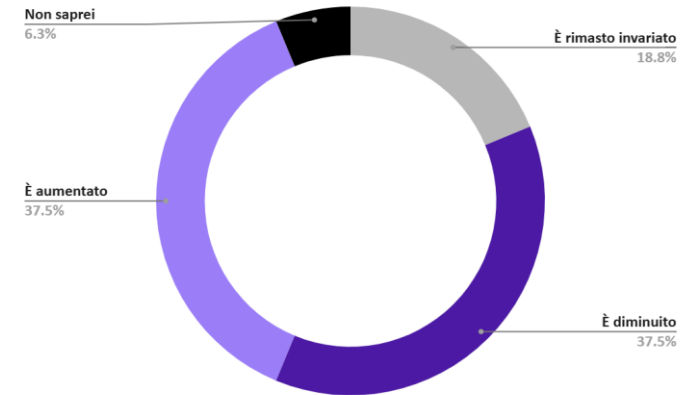


L'indagine sugli stakeholder Operatori ricettivi

Le opinioni:

A causa del cambiamento climatico la stagione invernale si è ridotta drasticamente e, di conseguenza, anche il numero di pernottamenti è calato.	64.71%
A causa del cambiamento climatico molti impianti di risalita stanno chiudendo, provocando la riduzione dei clienti della mia struttura.	5.88%
Per via del cambiamento climatico è cambiata la stagionalità : ora il lavoro è equamente distribuito fra estate e inverno .	23.53%
I clienti sono aumentati perché alla clientela fidelizzata della stagione invernale si è aggiunta quella della stagione estiva.	17.65%
La clientela si è ridotta perché le famiglie hanno minori disponibilità economiche .	47.06%
Nessuna delle precedenti.	5.88%
La chiusura del tunnel del Tenda ha danneggiato l'economia del cuneese e delle zone a ridosso della Costa Azzurra.	5.88%

Variazione del volume degli affari negli ultimi 10 anni



Anche per gli operatori ricettivi, la tipologia prevalente di cliente, sia nella **stagione estiva (44%)** che in quella **invernale (69%)**, sono le **famiglie con bambini**, la stessa categoria sulla quale gli operatori investirebbero maggiormente (**44%**) dovendo ipotizzare di costruire offerte specifiche su prezzi convenzionati o servizi aggiuntivi.



L'indagine sugli stakeholder Operatori ricettivi

Frabosa Sottana: 2

- Entrambi lavorano in un **hotel a 3 stelle** con **30-50 posti letto** a disposizione.
- Una **struttura** è **aperta tutto l'anno** (e fa parte di una rete di strutture presente in regione), l'**altra** in **estate** ed **inverno con chiusure intermedie**.
- **Tutte le strutture sono situate in prossimità degli impianti.**
- Entrambi ospitano prevalentemente **famiglie** con **bambini** in **inverno**, mentre d'**estate una struttura** ospita maggiormente **senior (over65)** e sarebbe disposta ad investire sul target dei gruppi organizzati; l'altra ospita più coppie, target sul quale investirebbe ulteriormente.

Limone Piemonte: 7

- Tutti gli operatori ricettivi intervistati a Limone Piemonte lavorano in strutture con **10-30 posti letto**.
- **6/7** lavorano sul territorio da **più di 10 anni**, prevalentemente negli hotel.
- **Tutte le strutture sono situate in prossimità degli impianti.**
- **5 operatori su 7** ritengono che la stagione invernale si sia ridotta a causa del cambiamento climatico riducendo i pernottamenti.
- La tipologia prevalente di **cliente** nella **stagione invernale** sono le **famiglie** con **bambini**, mentre i **gruppi organizzati** prevalgono in **estate**. Dovendo ipotizzare ulteriori investimenti, una metà sceglierebbe le famiglie, un'altra metà i gruppi organizzati e di amici.

Paesana: 3

- Tutti gli operatori ricettivi intervistati a Pian Muné lavorano sul territorio da **più di 10 anni** e sono **aperti tutto l'anno**.
- Una struttura è parte di una rete nazionale, un'altra è parte di una rete internazionale.
- **Tutte le strutture si trovano in prossimità degli impianti.**
- **Tutti e 3 gli operatori** ritengono che la **stagione invernale** si sia ridotta a causa del **cambiamento climatico riducendo i pernottamenti**.
- Le **famiglie** con **bambini** sono la **tipologia di cliente prevalente** sia in **inverno** che in **estate**, e rappresenta anche la tipologia sulla quale, eventualmente, investire.



L'indagine sugli *stakeholder* *Commercianti*



Il **95%** dei commercianti ritiene l'**apertura** degli **impianti sciistici** nella **stagione invernale importante o molto importante** per i propri affari.

Per quanto riguarda il **volume** degli **affari** emerge una **percezione disomogenea**. **Un terzo** ritiene che il **numero** di **clienti** e la **spesa media** siano **diminuiti**, mentre il **17%** segnala un **aumento** in **entrambe** le **variabili**. Un ulteriore **17%** crede che il **numero** di **clienti** sia **rimasto stabile**, ma si sia **ridotta** la **spesa media**. I dati evidenziano una forte eterogeneità di opinioni e situazioni.

Il **58%** dei commercianti ritiene che il **cambiamento climatico** incida abbastanza sul volume dei propri affari.

Relativamente alla clientela, il **58%** dichiara di avere una **clientela prevalentemente locale**.

Il **50%** occupa **stabilmente meno** di **3 dipendenti** e oltre il **75%** dei **commercianti** intervistati **non impiega risorse stagionali** né in inverno né in estate.



L'indagine sugli stakeholder

Principali evidenze emerse comuni alle 3 stazioni

Innevamento artificiale

L'innervamento programmato è ritenuto indispensabile, nonostante i costi elevati e l'incertezza dei finanziamenti.

La stagione invernale, infatti, garantisce una spesa media giornaliera superiore rispetto a quella estiva.

Dove gli attori privati hanno una maggiore autonomia, l'integrazione con il territorio risulta più avanzata.

Carenze ricettive e gestione operativa

La scarsità di strutture ricettive e la difficoltà nel reperire personale stagionale compromettono la qualità dei servizi e la permanenza media turistica, soprattutto nei periodi di bassa stagione.

Destagionalizzazione del turismo

La destagionalizzazione è un tema sul quale gli stakeholder devono ancora convergere su un'unica visione e attuare una governance più solida.

Solo alcune località, hanno investito in infrastrutture e attività per l'estate, mentre altre, devono ancora investire in collegamenti e servizi integrati.

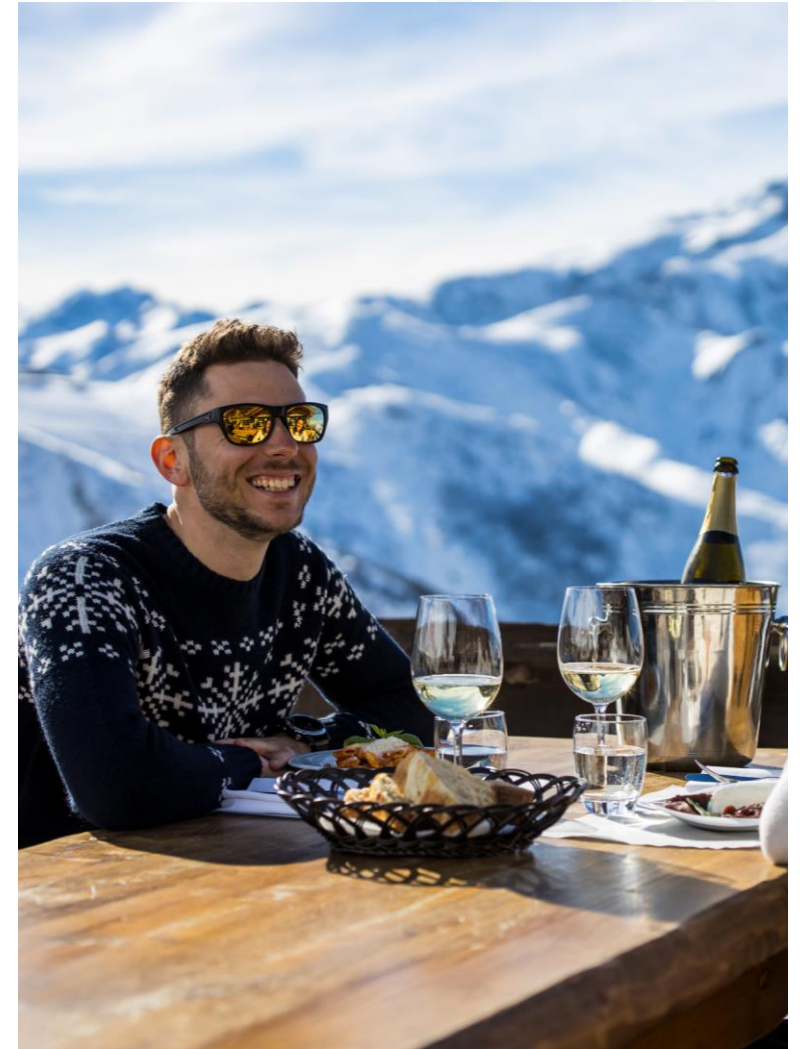


Focus Group

Per completa la misura dell'impatto sociale, sono state organizzate **tre focus group** (nel periodo 24-26 Marzo 2025), condotte dal professor Guerzoni e dal suo staff, che hanno portato alla realizzazione di **due interviste** ai **sindaci** di **Paesana** e **Frabosa Sottana**, all'organizzazione di **due focus group** (**Frabosa Sottana** e **Limone Piemonte**) e alla realizzazione di alcune **interviste one to one** nel comune di **Paesana**.

Ogni **focus group** ha coinvolto **9 partecipanti**, tra gestori di impianti sciistici e rifugi, maestri di sci, gestori di strutture ricettive, personale ATL. Le **interviste** a **Paesana** hanno coinvolto un operatore della stazione sciistica di Pian Muné, un gestore del complesso sciistico e un maestro di sci.

Le informazioni raccolte in questi momenti hanno permesso di comprendere meglio alcune questioni strategiche (le difficoltà di trovare casa per i giovani residenti, l'insufficienza dell'offerta ricettiva, gli squilibri del mercato immobiliare, le resistenze al cambiamento dei rentier, etc.) e mappare i progetti infrastrutturali per lo sviluppo turistico della destinazione (es. organizzazione innevamento artificiale, riconversione degli impianti a utilizzo estivo, attività già avviate e in espansione etc.).





Focus Group *Stakeholder coinvolti*

Frabosa Sottana

- **Gianluca Rulfi** – Immobiliare Rulfi e Noleggio Prato Nevoso.
- **Elisa Frascatore** – Responsabile biglietteria Prato Nevoso spa.
- **Enrico Martina** – Direttore piste Prato Nevoso.
- **Silvano Sibilla** – Scuola sci Snow Academy Prato Nevoso e noleggio Prato Nevoso.
- **Simona Bonavita** - Scuola sci Snow Academy Prato Nevoso.
- **Francesco Siccardi** – Hotel Laghetto Prato Nevoso.
- **Adriano Bertolino** – Sindaco Frabosa Sottana.
- **Angelica Tadiello** – Info Point Mondolè.
- **Francesca G. Quaranta** – ATL del Cuneese.

Limone Piemonte

- **Rebecca Viale** – assessore cultura, manifestazioni e relazioni alpine e politiche giovanili, imprenditrice accoglienza.
- **Antonella Mariotti** – vicesindaco e agente immobiliare.
- **Fulvio Dalmasso** – direttore impianti Riserva Bianca Lift spa.
- **Davide Zidda** – Referente albergatori Limone Piemonte.
- **Olivier Bottero** – Ufficio turistico ATL del Cuneese.
- **Alessandro Parola** – Avvocato.
- **Alessia Casoni** – Ristoratrice Chalet La Grogia.
- **Alberto Bisoglio** - Scuola Sci Limone.
- **Sciovie San Secondo** – Maneggio.

Pian Muné

- **Emanuele Vaudano** - Sindaco di Paesana.
- **Mauro Bottero** - operatore impianti di Pian Munè.
- **Fabrizio Rolle** - maestro di sci.
- **Marta Nicolino** - direttrice e fondatrice Dodonix s.r.l.



La visione degli stakeholder *I temi centrali correlati alla stazione sciistica*

PRATO NEVOSO

Innevamento artificiale e gestione degli impianti	Gli impianti appartengono a Prato Nevoso S.p.A. con l'eccezione di una seggiovia che è gestita sempre da Prato Nevoso s.p.a. tramite concessione; gli oneri economici prevalentemente a carico del concessionario. Un fattore chiave nello sviluppo di Prato Nevoso è l'innnevamento programmato, che oggi copre il 99% del comprensorio. Grazie a due invasi realizzati negli ultimi anni, la stazione può essere resa operativa in 72 ore, con costi energetici sostenuti dalla stazione appaltante e coperti in parte dai fondi della Legge Regionale 2/2009. È in fase di progettazione un nuovo invaso per innevare il collegamento con Artesina, così da permettere la fruizione del comprensorio con un unico skipass; il progetto sarà candidato al bando STARS della Fondazione CRC. Prato Nevoso è un «luogo ospitale dove si impara a sciare»: i maestri di sci sono oltre 170 nella stagione invernale. In estate, gli impianti sono attivi per il trasporto biciclette, ampliando l'offerta outdoor.
Destagionalizzazione del turismo	Sono state avviate con successo diverse iniziative legate alla stagione estiva, con un focus specifico sullo sport. Vengono organizzati camp per ragazzi che includono numerose discipline, dal tennis al basket, passando per calcio, pallavolo e altre attività a partire dai primi di giugno. Le mezze stagioni restano però un periodo critico, caratterizzato da chiusure temporanee, frequenti cambi di gestione nelle attività commerciali e difficoltà nel reperimento di personale stagionale. La promozione dell'offerta è gestita direttamente dagli operatori locali, sia attraverso il dialogo con tour operator che organizzano soggiorni per gruppi giovanili, sia tramite investimenti in comunicazione digitale, mirati a raggiungere direttamente i pubblici finali.



La visione degli stakeholder

I temi centrali correlati alla stazione sciistica

PRATO NEVOSO

Offerta ricettiva	Il territorio di Frabosa Sottana conta circa 8.500 seconde case: se ciò garantisce un significativo gettito dall'IMU, va rammentato che l'0,76 del gettito sugli immobili produttivi è comunque incamerato dallo Stato. Un tema critico riguarda la dismissione progressiva delle licenze alberghiere a favore dell'utilizzo residenziale: l'attuale offerta ricettiva risulta insufficiente a rispondere alla domanda, in particolare da parte dei tour operator. Per far fronte a questa carenza Prato Nevoso SPA sta lavorando alla realizzazione di una nuova struttura ricettiva a cinque stelle, dotata di servizi complementari come spa e impianti sportivi, con l'obiettivo di intercettare nuovi segmenti turistici (es. aziende e team building) e qualificare ulteriormente l'offerta.
Criticità e priorità di investimento	Le principali criticità riguardano la difficoltà nel reperire personale per le attività commerciali, in particolare nel settore alberghiero e della ristorazione, la mancanza di connessioni internet in banda larga, che limita l'attrattività per lo smart working nelle stagioni intermedie, e la necessità di potenziare i trasporti locali, oggi caratterizzati da collegamenti poco frequenti con Mondovì e una forte dipendenza da automobili e autobus. È inoltre auspicabile una maggiore sinergia tra pubblico e privato, soprattutto sul fronte della promozione, ad esempio attraverso una programmazione coordinata delle aperture e chiusure delle attività commerciali.
Ulteriori informazioni	La popolazione residente è in crescita e conta circa 1.700 abitanti. Prato Nevoso ha accolto circa 150 profughi, oggi in gran parte stabilmente integrati. È in fase di avvio una cava per l'estrazione di materiale per la produzione di vetro, che potrebbe generare 35-40 posti di lavoro. Il Comune affitta inoltre terreni per l'alpeggio, con circa 5.000 capi di bestiame: ogni mucca consuma 60 litri di acqua al giorno e per questo è sempre più necessario concepire l'acqua come una risorsa preziosa, da gestire con la massima cura e attenzione.



La visione degli stakeholder *I temi centrali correlati alla stazione sciistica*

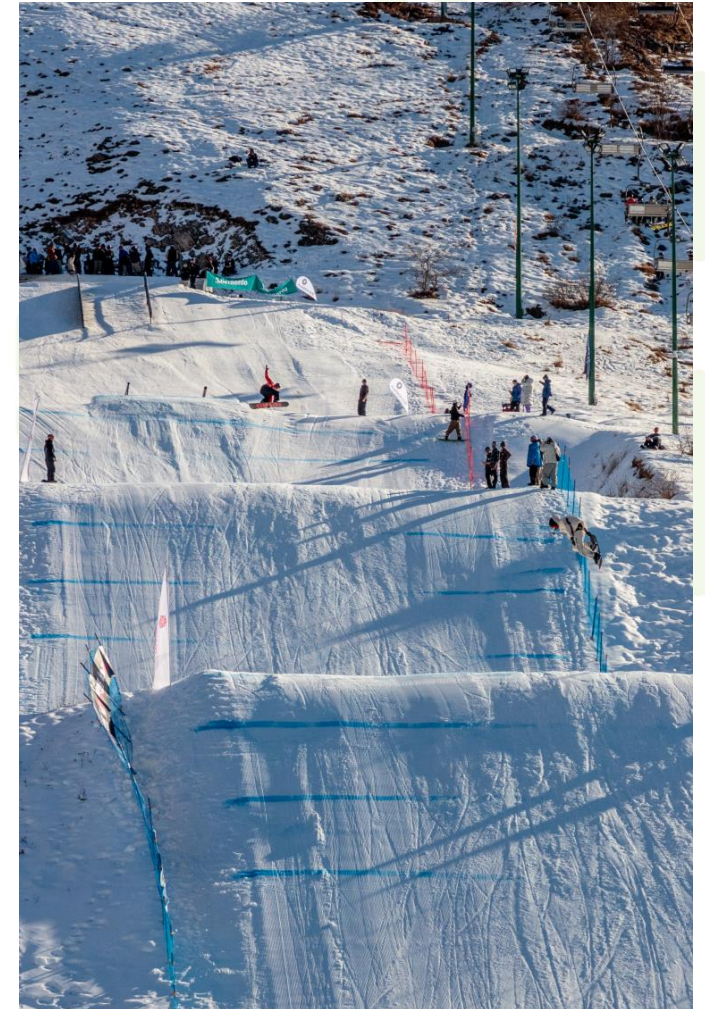
Il clima tra gli stakeholder è **collaborativo**, con una **visione condivisa della valorizzazione della destinazione**, in particolare per **famiglie e scolaresche**, principali target turistici.

Iniziative come Gusto di Montagna, lo sci notturno e le competizioni amatoriali puntano a **diversificare l'offerta e rafforzare il turismo di prossimità**.

L'**innevamento programmato** è considerato **indispensabile**, con sforzi congiunti di pubblico e privato. La **destagionalizzazione** richiede **investimenti mirati in infrastrutture** (trasporti e connettività) e nel potenziamento dell'offerta ricettiva.

Prato Nevoso è un cantiere in evoluzione, capace di attrarre sia turisti locali che internazionali. Il piano di sviluppo ruota attorno al valore dell'ospitalità, con l'obiettivo di costruire un'offerta integrata che risponda ai bisogni di residenti e visitatori, rafforzando la sinergia tra gli stakeholder e completando la rinascita del territorio.

PRATO NEVOSO





La visione degli stakeholder

I temi centrali correlati alla stazione sciistica

LIMONE PIEMONTE

Innevamento artificiale e gestione degli impianti	La gestione degli impianti, di proprietà comunale, è affidata a privati: Riserva Bianca Lift spa e Sciovie San Secondo – Maneggio, tramite concessione a lungo termine (2045) con costi operativi a carico dei concessionari e manutenzioni straordinarie in capo al Comune (circa 300.000€ annui). L'approvvigionamento idrico per l'innervamento artificiale avviene tramite un piccolo invaso e prese da torrenti. Un progetto per un nuovo invaso da 35.000 m³ è stato rinviato a causa dell'alluvione. Dopo l'emergenza, sono stati effettuati investimenti per il ripristino degli impianti, rimasti però chiusi a causa del Covid-19. Il Comune dispone ancora di fondi post-alluvione, e deve scegliere se destinarli esclusivamente all'innervamento o anche al potenziamento dell'offerta estiva.
Destagionalizzazione del turismo	Sebbene la stagione invernale sia sempre più breve, Limone Piemonte non registra investimenti significativi nelle stagioni intermedie. A fine marzo, nonostante l'ottima qualità della neve e delle piste, la località appare quasi deserta, con molte attività commerciali già chiuse. Anche i visitatori locali, soprattutto da Cuneo, tendono a preferire mete francesi. La chiusura del Tunnel del Tenda ha ridotto le presenze francesi e monegasche e, in assenza di strategie alternative, Limone fatica ad ampliare la propria offerta. In estate sono attive alcune proposte tra cui un summer camp, un asilo estivo e un servizio di accompagnamento cicloturistico; si sta inoltre cercando di garantire continuità lavorativa ai maestri di sci. Tuttavia, mancano servizi complementari utili per attrarre le famiglie, come baby sitting o aiuto compiti, ed anche l'offerta sportiva estiva potrebbe essere ampliata.



La visione degli stakeholder

I temi centrali correlati alla stazione sciistica

LIMONE PIEMONTE

Offerta ricettiva	Le attività commerciali sono gestite da operatori locali, ma crescono le difficoltà nel reperire personale stagionale, anche a causa della carenza di strutture ricettive adeguate. Limone Piemonte si configura principalmente come una stazione di skipass giornalieri, proprio per l'assenza di un'offerta alberghiera diffusa: mancano hotel e sistemazioni accessibili sia per i lavoratori stagionali sia per famiglie e turisti con esigenze diversificate. La Skilift ha inaugurato un hotel 4 stelle con spa, ma non è sufficiente a coprire la domanda e non è adatto ai target più sensibili alla spesa.
Criticità e priorità di investimento	A Limone Piemonte gli stakeholder sono ancora in fase di concertazione sulle priorità per il rilancio della destinazione, anche in vista della riapertura del Tunnel Tenda. Il bando comunale per la gestione del campo sportivo è andato deserto, segnalando scarso coinvolgimento degli operatori locali. L'Alta Via del Sale registra una domanda in forte crescita ma un'offerta ancora poco strutturata, soprattutto per chi intende percorrerla a piedi o in bici: si evidenzia la necessità di sviluppare strumenti di accoglienza integrata, come credenziali, servizi dedicati e una rete tra strutture ricettive e di ristoro. In bassa stagione, come nel mese di maggio, gran parte dei ristoranti e delle attività commerciali resta chiusa, con un limitato coordinamento nella comunicazione con gli uffici del turismo.
Ulteriori informazioni	Limone Piemonte conta circa 1.350 residenti, di cui approssimativamente 800 effettivamente presenti tutto l'anno. I prezzi delle abitazioni superano i 3.000 € al mq, anche spinti dalla domanda proveniente dal Principato di Monaco. Questo rende il mercato immobiliare poco accessibile per i residenti, favorendo l'acquisto da parte di non residenti, spesso per ragioni meramente speculative.



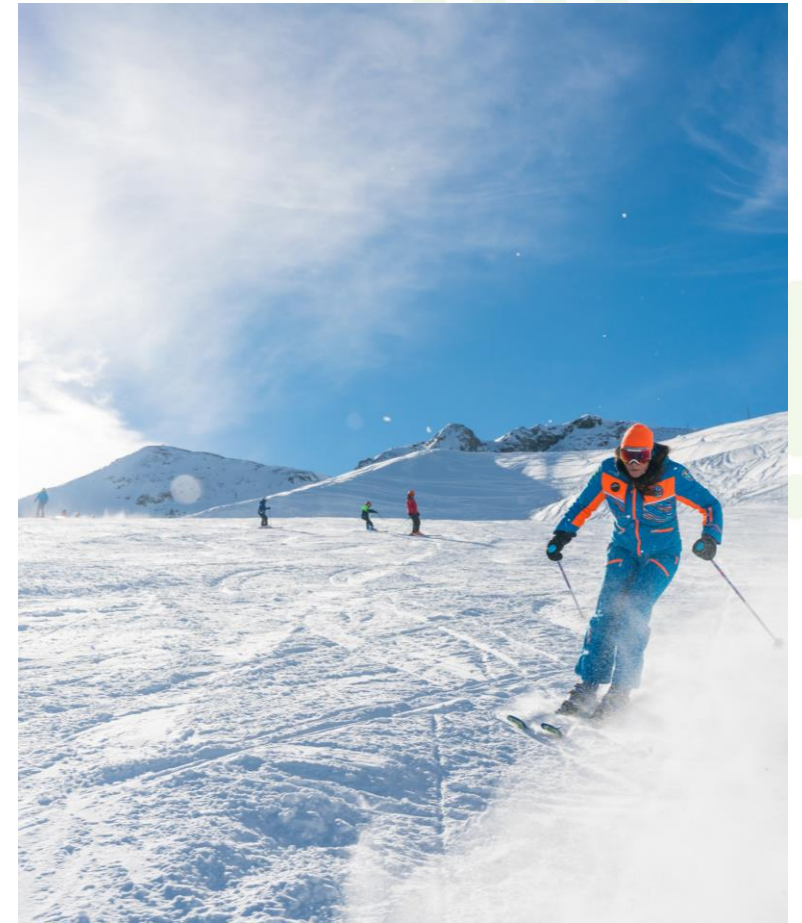
La visione degli stakeholder *I temi centrali correlati alla stazione sciistica*

Le visioni degli stakeholder **risultano più frammentate**: pur riconoscendo le criticità del territorio, ciascun attore tende a concentrarsi maggiormente sulla propria attività rispetto una strategia condivisa.

Il **nodo più discusso** riguarda le **priorità sugli investimenti**: da un lato i gestori degli impianti ritengono prioritario destinare i finanziamenti agli invasi e all'innevamento artificiale, mentre altri operatori riconoscono la significatività della domanda estiva che necessita di nuovi investimenti.

In conclusione Limone Piemonte attraversa una **fase di criticità, aggravata dalla chiusura del tunnel del Tenda** e dall'assenza di una visione strategica in vista della riapertura. Le **prospettive sulla destagionalizzazione sono ancora poco definite**. Nonostante le risorse disponibili e l'attrattività del territorio, emerge con urgenza la necessità di un **ricambio generazionale** nella gestione delle attività e di un **piano di sviluppo condiviso** per rilanciare l'offerta turistica.

LIMONE PIEMONTE





La visione degli stakeholder

I temi centrali correlati alla stazione sciistica

PIAN MUNE'

Innevamento artificiale e gestione degli impianti

Gli impianti di Pian Muné sono gestiti in concessione da Dodonix S.r.l., fondata nel 2012 da due giovani di Paesana. Attualmente l'apertura è limitata a un massimo di quattro giorni a settimana, con personale che spesso svolge questa attività come secondo lavoro. La stagione invernale ha registrato un'apertura ritardata e l'assenza di innevamento artificiale. Tuttavia, fondi pubblici residui del 2017 consentiranno l'avvio, entro luglio 2025, dei lavori per la realizzazione di un lago artificiale destinato all'approvvigionamento idrico per l'innervamento. Nel lungo periodo si auspica il collegamento con altri Comuni, come Crissolo, per creare un comprensorio sciistico intorno al Monviso, con l'introduzione di uno skipass unico e una gestione condivisa dei servizi. Gli impianti restano di proprietà del Comune, che però incontra notevoli difficoltà nel sostenere i costi di manutenzione straordinaria.

Destagionalizzazione e del turismo

La stagione invernale è la più incerta per il turismo locale. Dodonix S.r.l. ha investito con successo nello sviluppo dell'offerta estiva, creando un Parco Didattico con percorsi escursionistici di diversa durata, pensati in particolare per i bambini. Ogni anno circa 1.000 studenti, principalmente dalla provincia, partecipano ad attività didattiche differenziate per età scolastica. Tuttavia, sia per le scuole che per le famiglie, si tratta prevalentemente di escursionismo giornaliero, senza pernottamento. Sono state installate stazioni di ricarica per e-bike, particolarmente apprezzate dagli escursionisti stranieri. Attorno a Pian Muné sono nati alcuni bed and breakfast, ma la permanenza media dei turisti si concentra nei mesi estivi, con soggiorni di almeno una settimana tra luglio e agosto. Dodonix gestisce anche il rifugio e tutte le attività turistiche, con uno staff stabile di 5 persone, che arriva a 20-30 unità nei picchi delle alte stagioni estive e invernali.



La visione degli stakeholder *I temi centrali correlati alla stazione sciistica*

PIAN MUNE'

Offerta ricettiva	L'assenza di strutture ricettive adeguate limita lo sviluppo turistico, impedendo di rispondere a richieste come quelle dei tour operator stranieri che organizzano campi estivi per giovani.
Criticità e priorità di investimento	Pian Muné e il territorio circostante soffrono la mancanza di una visione strategica condivisa e di un'efficace integrazione con i Comuni vicini, come Crissolo. Il GAL ha un'azione ancora in fase di sviluppo, l'offerta ricettiva non risulta ancora adeguata a sostenere soggiorni prolungati ed è ancora in fase embrionale la collaborazione strutturata tra pubblico e privato, indispensabile per sviluppare un turismo stabile e coordinato. Tra le priorità di investimento vi è sicuramente l'innevamento artificiale.
Ulteriori informazioni	Paesana conta meno di 2.600 residenti, a fronte degli oltre 8.000 degli anni '80. Si registrano circa 4.200 abitazioni vuote e numerose case in vendita. Le attività commerciali sono in calo, ma quelle rimaste, gestite da residenti, restano aperte tutto l'anno. Nelle borgate cresce l'acquisto di abitazioni da parte di stranieri, soprattutto francesi, interessati a case indipendenti.

Pian Muné si distingue per la **gestione innovativa** della stazione sciistica e del parco didattico da parte di una società locale capace di creare occupazione e valorizzare il territorio. Tuttavia la **stagione invernale resta fragile** con impianti aperti solo nei weekend e personale impiegato part-time. L'**innevamento artificiale** rappresenta un'opportunità strategica, così come lo **sviluppo di una visione condivisa** con l'amministrazione pubblica. Investimenti in infrastrutture, **ricettività e connessioni** con Comuni vicini, come Crissolo, sono fondamentali per superare il modello dell'escursionismo giornaliero e **costruire un'offerta turistica strutturata e sostenibile**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DEL CUNEESE

Evoluzione del mercato immobiliare

*Valutazione dell'Impatto
delle Stazioni Sciistiche
del Cuneese stagione 24/25*



Ricerca realizzata con la collaborazione di **formules**



Mercato immobiliare

In sintesi

Patrimonio Immobiliare e Valori di mercato (Fonte OMI e survey)			
	FRABOSA SOTTANA	LIMONE PIEMONTE	PAESANA
Patrimonio Immobiliare	8.390 (si stimano oltre 8.000 seconde case)	7.993 (si stimano circa 7.000 seconde case)	4.247 (si stimano circa 4.000 seconde case)
Valori medi di vendita (€/mq)	809,8	1.498,7 (il valore percepito dai residenti è molto superiore 3/3,5 M€/mq)	931,7
Valori medi di locazione al mq (€/mq*mese)	2,8	4,7	3,1

Ai dati sui prezzi di vendita è doveroso affiancare quelli sulle **compravendite** che seguono un **andamento tendenzialmente in crescita** dal **2013** (con un calo tra il 2022 e il 2023). **Frabosa Sottana** registra la **crescita maggiore** con un **+135,8%** tra il 2013 e il 2022. L'andamento in crescita post 2020 è da ricollegarsi alla **spinta** alle ristrutturazioni fornita dagli incentivi fiscali come il **Superbonus** et similia.

L'analisi delle serie storiche relative ai **valori massimi di vendita €/mq** mostra un **calo** dei **prezzi** a seguito della **pandemia Covid-19** con un valore per Limone Piemonte decisamente superiore alle altre due località oggetto di analisi.

I **prezzi al mq delle locazioni** hanno subito un **calo** tra il **2020** e il **2022**. Tuttavia, negli ultimi anni si registra un **forte segnale di ripresa** con una **crescita** per il periodo **2022-2024** del **4,9%** per **Limone Piemonte**, del **5,6%** per **Pian Munè** e del **6,8%** per **Prato Nevoso**. Nel 2024 il prezzo medio mensile al mq era di circa 4,7 €/mq per Limone Piemonte, 3,1 €/mq per Paesana e 2,8 €/mq per Frabosa Sottana.

In generale, i comuni oggetto dell'indagine presentano i **prezzi medi al mq più alti** per le **locazioni** rispetto a comuni limitrofi di controllo. Tuttavia negli ultimi anni la **distanza di prezzo** dagli **altri comuni** si è **notevolmente assottigliata**, segno di una crescita del settore immobiliare nelle zone limitrofe.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DEL CUNEESE

Analisi dell'occupazione

*Valutazione dell'Impatto
delle Stazioni Sciistiche
del Cuneese stagione 24/25*



Ricerca realizzata con la collaborazione di **formules**



Analisi dell'occupazione

Numero addetti* e residenti

In termini comunali, **PISTA** (servizio Piemonte STATistica) **offre** una **panoramica** su **numero** di **imprese** e **addetti**. Dalle analisi emerge che **Limone Piemonte** è il **comune** con **più addetti**, seguito da **Frabosa Sottana**. Tuttavia dal **2012** si è registrata una **flessione negativa** per **Limone Piemonte** in termini di **addetti**, mentre **Frabosa Sottana** ha rilevato una **crescita**. Ai dati sull'occupazione è doveroso affiancare quelli sulla popolazione che, in linea con le statistiche precedentemente illustrate, registra un **calo** per la **popolazione residente** di **Limone Piemonte** e **Paesana** e una **crescita** per la quella di **Frabosa Sottana**.

È tuttavia opportuno notare che la **popolazione** di **Limone Piemonte** è significativamente **inferiore** a quella di **Paesana** ma in termini di **addetti** ne **raddoppia** i **valori**.

Numero addetti (dati aggiornati al 2022)			
Anno	FRABOSA SOTTANA	LIMONE PIEMONTE	PAESANA
2012	444	735	373
2022	526	603	354
2022 vs 2012	18,5%	-18,0%	-5,1%

Numero residenti (dati aggiornati al 2023)			
Anno	FRABOSA SOTTANA	LIMONE PIEMONTE	PAESANA
2012	1.513	1.467	2.837
2023	1.599	1.338	2.612
2023 vs 2012	5,7%	-8,8%	-7,9%

Limone Piemonte ha il maggior **numero** di **addetti** ma è **in calo** dal **2012**.

Frabosa Sottana cresce sia in **numero** di **addetti** che di **residenti**.

Paesana è **stabile** ma con valori più bassi.

Nel 2022, **Limone Piemonte** ha il **doppio** degli **addetti** rispetto a **Paesana**, ma **meno residenti**, evidenziando uno **squilibrio** tra **lavoro** e **popolazione stabile**.

Fonte: elaborazione formules su dati PISTA
(*) Il numero di addetti è espresso come media annua in termini di unità di lavoro a tempo pieno (FTE).
La metodologia considera anche lavoratori part-time, stagionali o presenti solo per parte dell'anno.
Esempio, un lavoratore part-time al 50% conta come 0,5 addetti.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DEL CUNEESE

Andamento turistico

*Valutazione dell'Impatto
delle Stazioni Sciistiche
del Cuneese stagione 24/25*



Ricerca realizzata con la collaborazione di **formules**



Andamento del turismo Il turismo bianco in Italia

Un prodotto di nicchia

Il turismo invernale era **limitato**, con **poca offerta** e **flussi ridotti**.

1960

Neve per tutti

Successi sportivi e media portano all'**espansione** del **turismo invernale** verso un pubblico più ampio.

1980

La settimana bianca

Diventa **fenomeno di massa**: le scuole organizzano **pause invernali a febbraio**.

1990

Last minute

Cala il trend classico; **crescono soggiorni brevi, esperienze nuove e personalizzate**.

2000

La sostenibilità

Cresce la domanda di formule economiche e sostenibili. Le **stagioni** sono più **brevi**, con focus su **attività alternative** allo sci.

oggi

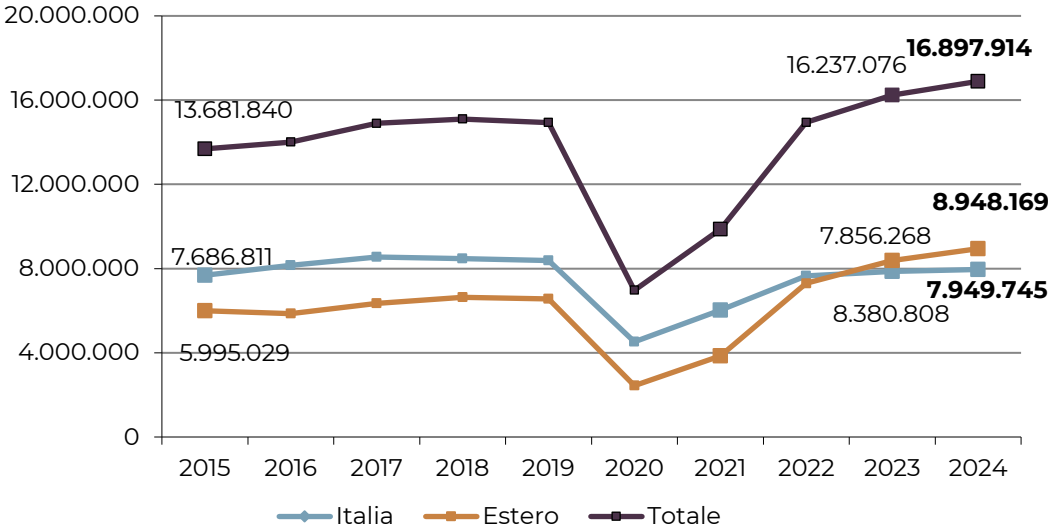
ARPIET (2023): il turismo outdoor invernale nelle Alpi piemontesi genera **fino a 12 miliardi di euro** e occupa **120.000 persone**, di cui **15.000 direttamente**.



Andamento del turismo

Movimenti turistici in **Piemonte** – Andamento **pernottamenti** ultimi 10 anni

Andamento pernottamenti
2015 - 2024



2024 vs 2015: +23,51%
2024 vs 2019: +13,16%
2024 vs 2023: +4,07%

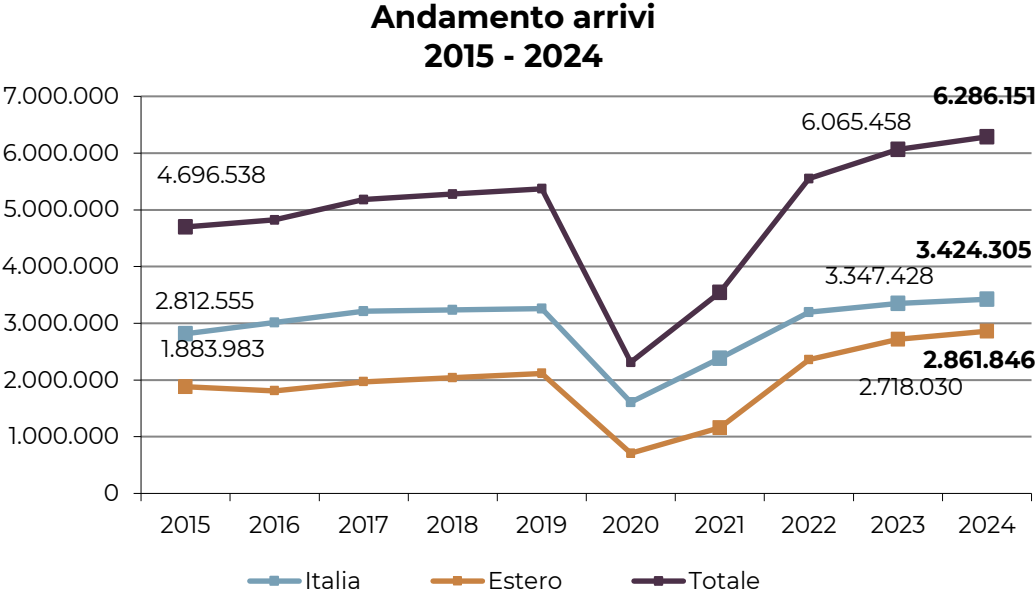
Provenienza	2024 vs 2023	2024 vs 2019
Italia	1,19%	-5,06%
Estero	6,77%	36,43%



Andamento del turismo

Movimenti turistici in **Piemonte** – Andamento **arrivi** ultimi 10 anni

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su base dati Piemonte Dati Turismo (POSS 1000)



2024 vs 2015: +33,85%
2024 vs 2019: +17,01%
2024 vs 2023: +3,64%

Provenienza	2024 vs 2023	2024 vs 2019
Italia	2,30%	5,14%
Estero	5,29%	35,30%



Andamento del turismo

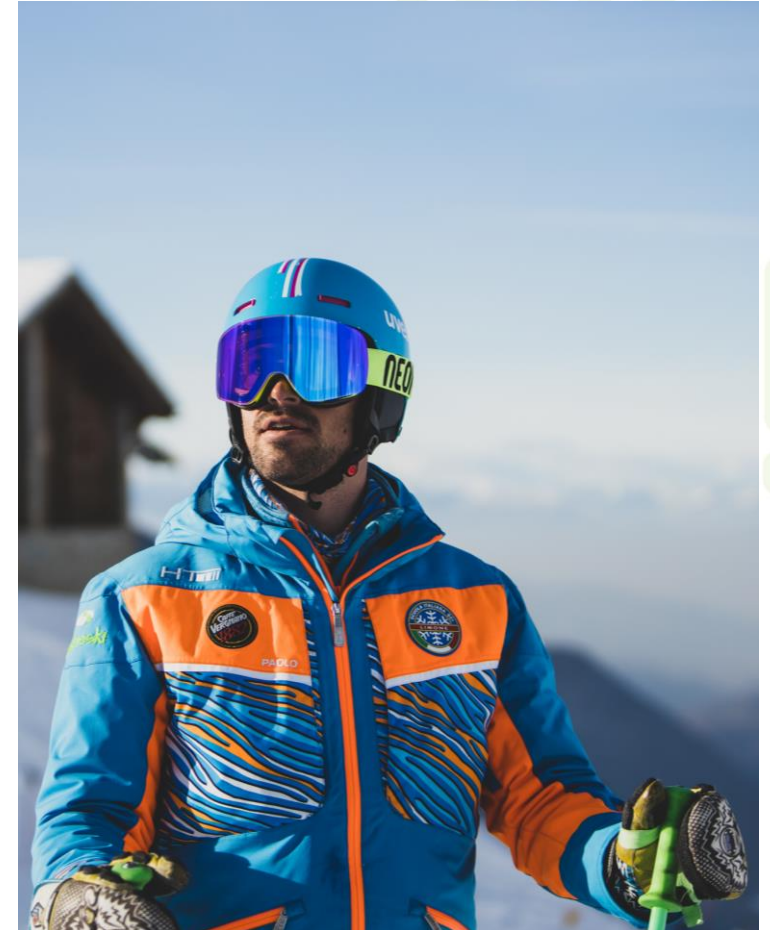
Analisi dei movimenti turistici nei comuni del Cuneese con impianti sciistici

L'analisi dei movimenti turistici - **arrivi**, le **presenze** e **TMP** (Tempo Medio di Permanenza) nei comuni con impianti sciistici della provincia di Cuneo, evidenzia un **aumento** degli **arrivi** del **25,7%** tra il **2013** e il **2023**: da **75.993** a **95.520**. Le **presenze**, invece, mostrano una **crescita** tra il **2013** e il **2018**, seguita da una **flessione** nel periodo **2018-2023** (-5%). Complessivamente, i movimenti turistici nelle **località caratterizzate** da **stazioni sciistiche** in **provincia di Cuneo** hanno rappresentato tra l'**11%** e il **15%** degli **arrivi totali** in **provincia**, e tra il **14%** e il **22%** delle **presenze** su **totale anno**. Il periodo pre-COVID è stato il più positivo degli ultimi dieci anni, con una ripresa positiva dopo la riapertura post-pandemia.

Dal punto di vista dei **movimenti turistici** del territorio dell'**ATL del Cuneese**, la **quota** registrata nei **mesi invernali** dello **sci** (dicembre, gennaio, febbraio e marzo) rappresenta **circa** il **25%** del **totale**. Guardando alla **quota** del **territorio montano** che raccoglie circa la **metà** dei **movimenti** del territorio dell'**ATL**, i **mesi invernali** del prodotto "sci" rappresentano **circa** il **28%** del **totale flussi annuali**, ma per i comuni con **impianti sciistici** circa il **40%**.

Complessivamente i **comuni cuneesi** con **stazioni sciistiche** raccolgono nei mesi invernali di gennaio, febbraio e marzo oltre il **73%** dei **pernottamenti consuntivati** nella **montagna cuneese**.

Le **prime stime** dei movimenti turistici nelle due **principali stazioni sciistiche** del **cuneese** per la stagione appena conclusa **dicembre 2024 - marzo 2025**, segnano **incrementi importanti** di **movimenti** dall'**estero** per **Limone Piemonte** con un aumento di **oltre il 35%** e un **incremento** dei **movimenti nazionali** di **circa il 30%** per **Frabosa Sottana**.





Andamento del turismo

Analisi dei movimenti turistici nei comuni del Cuneese con impianti sciistici

Arrivi e presenze provincia di Cuneo destinazioni con impianti (2013, 2018, 2023)

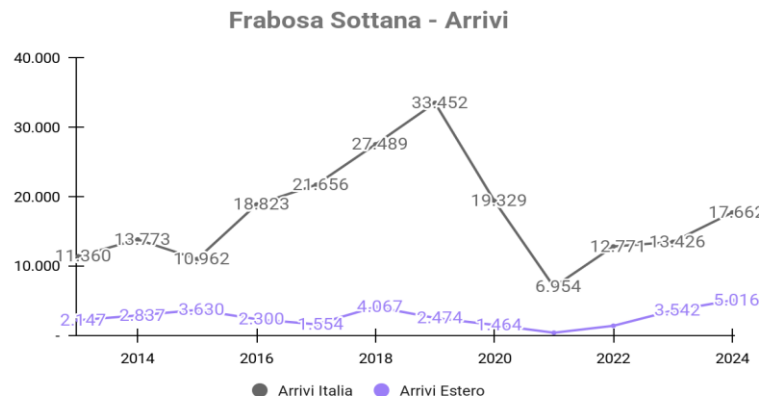
Comune	Arrivi 2013	Presenze 2013	T.M.P. 2013	Arrivi 2018	Presenze 2018	T.M.P. 2018	Arrivi 2023	Presenze 2023	T.M.P. 2023
Bagnolo Piemonte	479	1.863	3.9	1.589	5.179	3.3	2.768	7.153	2.6
Crissolo	2.306	4.803	2.1	2.259	4.923	2.2	3.439	6.507	1.9
Entracque	9.052	30.109	3.3	12.242	39.544	3.2	13.554	43.032	3.2
Frabosa Soprana	6.515	28.808	4.4	4.737	17.213	3.6	11.084	26.822	2.4
Frabosa Sottana	13.507	64.356	4.8	31.556	138.719	4.4	16.968	64.775	3.8
Garessio	125	706	5.6	351	1.658	4.7	1.044	2.157	2.1
Limone Piemonte	16.822	68.662	4.1	18.459	72.367	3.9	20.865	63.820	3.1
Paesana	1.162	2.456	2.1	2.076	4.959	2.4	2.839	6.856	2.4
Pontechianale	4.410	12.337	2.8	1.548	8.966	5.8	2.238	4.013	1.8
Roburent	1.742	7.783	4.5	2.288	6.040	2.6	2.921	8.674	3.0
Roccaforte Mondovì	12.905	53.698	4.2	22.720	91.462	4.0	9.036	29.746	3.3
Sampeyre	6.968	32.978	4.7	8.468	33.050	3.9	8.764	29.731	3.4
Totale Comuni in provincia di CN con impianti	75.993	308.559	3,9	108.293	424.080	3,7	95.520	293.286	2,7
Totale prov. Cuneo	569.400	1.611.041	N.d.	727.586	1.924.741	N.d.	858.958	2.003.367	2,3
%	13,35%	19,15%		14,88%	22,03%		11,12%	14,64%	



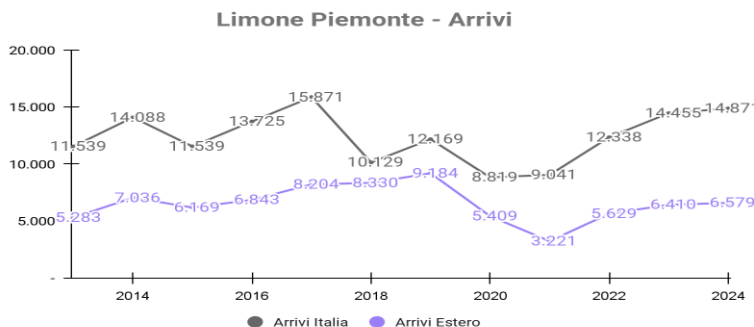
Andamento del turismo

Arrivi Frabosa Sottana, Limone Piemonte e Paesana

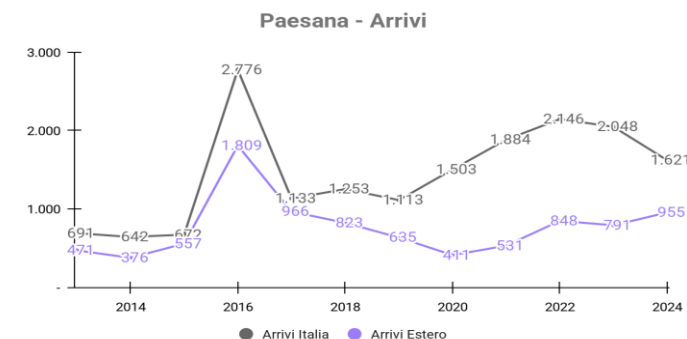
Frabosa Sottana - Arrivi (2013-2024)



Limone Piemonte - Arrivi (2013-2024)



Paesana - Arrivi (2013-2024)



L'analisi **2013-2024** mostra un trend complessivamente **positivo** per **tutte e tre** le **località sciistiche**, con andamenti non lineari ma segnati da **riprese post-pandemia**.

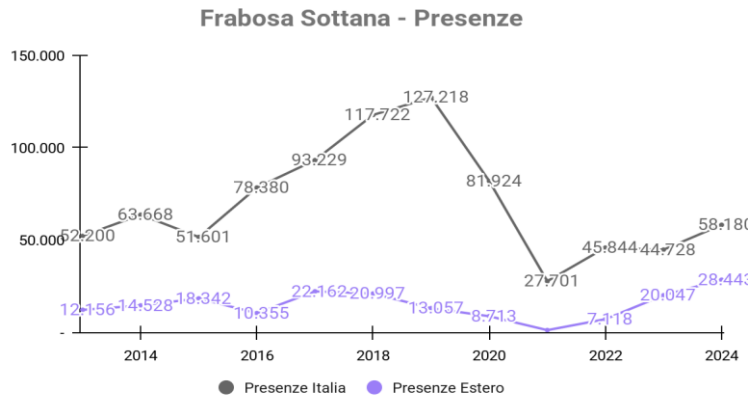
- **Paesana** registra la variazione percentuale più elevata (**+122%**), con una **forte crescita** nel **2016** e **nuova risalita** dopo il 2021.
- **Limone Piemonte** segna una **crescita più contenuta** (**+27,5%**), con **flessioni** dovute anche alla **chiusura del tunnel Tenda** e al **COVID**.
- **Frabosa Sottana** mostra un **incremento** del **+68%**, trainato soprattutto dagli **arrivi italiani** tra **2015** e **2019**, ma con **ripresa più lenta** dei **flussi esteri**.



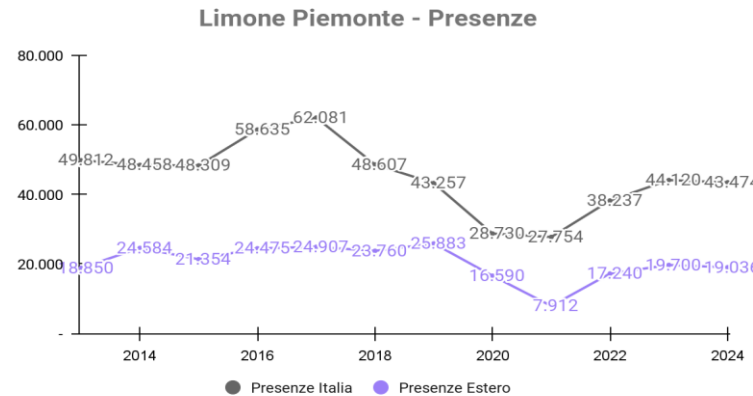
Andamento del turismo

Presenze Frabosa Sottana, Limone Piemonte e Paesana

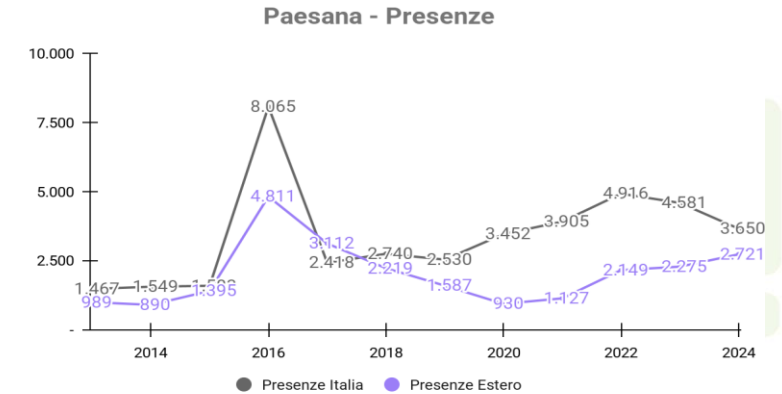
Frabosa Sottana presenze (2014-2024)



Limone presenze (2014-2024)



Paesana presenze (2014-2024)



Nel **periodo 2014-2024**, **Limone Piemonte** registra il numero **più alto** di **presenze**, pur con un calo tra 2019 e 2021.

Frabosa Sottana cresce fino al 2019, e evidenzia una fase di recupero ancora in corso del post COVID.

Paesana ha volumi più bassi ma mostra **maggiore stabilità**, con una componente estera in lieve aumento.

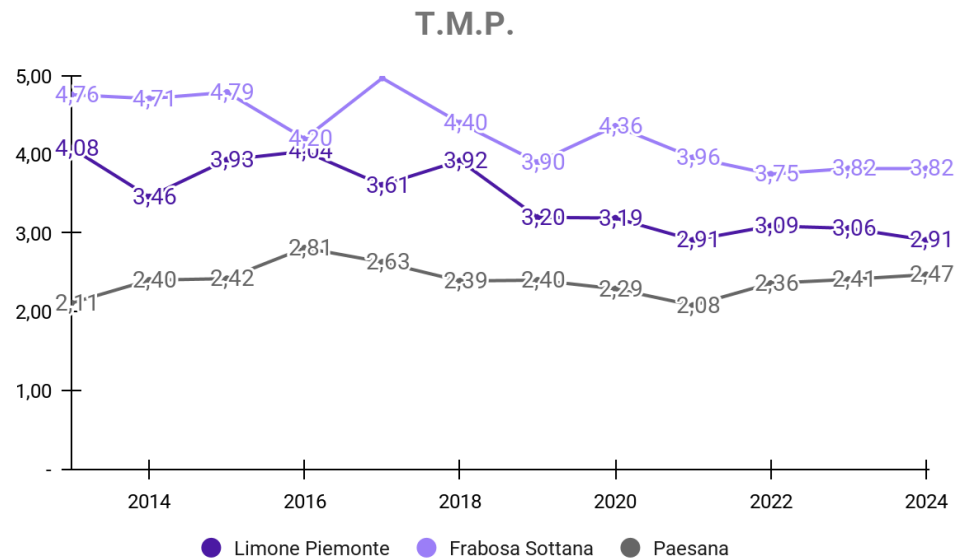
In tutte le località **prevalgono** le presenze **italiane**, mentre il turismo **internazionale** resta più **contenuto**.



Andamento del turismo

Tempo Medio di Permanenza - Frabosa Sottana, Limone Piemonte e Paesana

TMP totali delle tre località (2013-2024)



Frabosa Sottana si conferma la località con i **tempi medi di permanenza più elevati** lungo l'intero periodo analizzato, anche se in calo negli ultimi anni.

Al contrario, **Paesana** è l'unica località a registrare una **crescita del T.M.P.** tra il 2013 e il 2023, mentre sia **Limone Piemonte** che **Frabosa Sottana** mostrano una contrazione.

I dati evidenziano un **progressivo accorciamento** dei soggiorni, soprattutto post-pandemia, con un'**inversione di tendenza** solo per **Paesana**.



Andamento del turismo

Offerta ricettiva

I dati mostrano l'evoluzione degli **esercizi ricettivi** in termini di **posti letto** e **strutture** nei comuni di **Frabosa Sottana, Limone Piemonte e Paesana dal 2013 al 2023**.

La crescita più significativa è stata registrata da **Frabosa Sottana**, sia in termini di **strutture** che di **posti letto**.

Dalle consultazioni con gli stakeholder emerge la necessità, **condivisa da tutte le destinazioni**, di **ampliare l'offerta** per **sostenere** la **domanda** e la **crescita economica locale**.

La crescita del mercato delle **secondo case** ad **uso turistico** sta modificando significativamente la composizione dell'offerta ricettiva.

Offerta ricettiva - Comuni di Frabosa Sottana, Limone Piemonte e Paesana - Settori Alberghiero, Extra Alberghiero e Locazioni Turistiche				
Anno		2024		
Comune	Settore	Strutture	Camere	Letti
FRABOSA SOTTANA	Alberghiero	7	263	617
	Extra alberghiero	19	420	1.448
	Locazioni Turistiche	201	341	901
	Totale	227	1.024	2.966
LIMONE PIEMONTE	Alberghiero	13	223	460
	Extra alberghiero	23	268	786
	Locazioni Turistiche	263	513	1.192
	Totale	299	1.004	2.438
PAESANA	Alberghiero	3	39	66
	Extra alberghiero	10	60	204
	Locazioni Turistiche	21	49	99
	Totale	34	148	369
Anno		2024 vs 2013		
Comune	Settore	Strutture	Camere	Letti
FRABOSA SOTTANA	Alberghiero	16,7%	4,0%	11,8%
	Extra alberghiero	171,4%	75,0%	85,4%
	Locazioni Turistiche	-	-	-
LIMONE PIEMONTE	Alberghiero	-7,1%	-26,2%	-27,2%
	Extra alberghiero	21,1%	9,8%	0,3%
	Locazioni Turistiche	-	-	-
PAESANA	Alberghiero	0,0%	5,4%	3,1%
	Extra alberghiero	25,0%	7,1%	31,6%
	Locazioni Turistiche	-	-	-

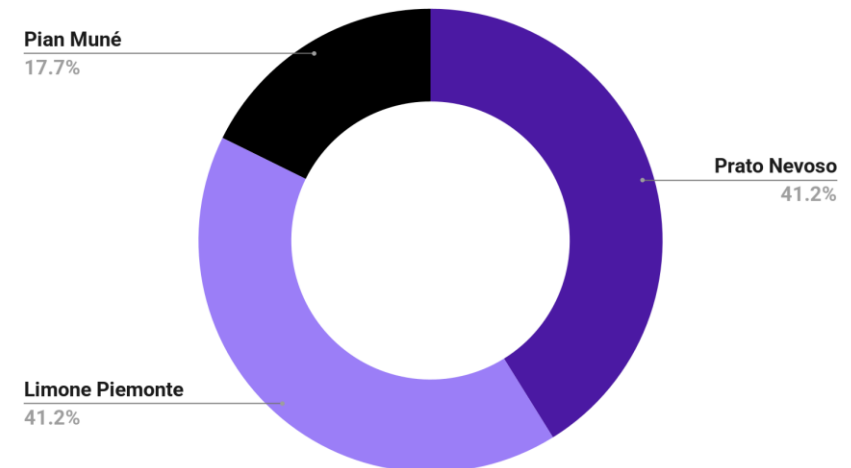


Indagine sui visitatori *Il campione*

La ricerca ha intercettato **1.407 rispondenti**, costituendo il campione **più ampio sino ad ora mai raccolto in Italia su questa specifica tipologia di turismo**. Questo risultato conferisce al lavoro un'elevata significatività statistica e una solida base per trarre considerazioni utili sia sul piano scientifico che in ottica di programmazione e sviluppo territoriale.

N intervistati (totale)	
N rispondenti (turisti ed escursionisti)	1.113
N residenti	294
Totale	1.407

N intervistati (totale) per località	
Prato Nevoso	579
Limone Piemonte	579
Pian Muné	249
Totale	1.407





Indagine sui visitatori

Sintesi delle rilevazioni mese per mese

Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo
• Apertura impianti 8 dicembre con affluenza iniziale di proprietari di seconde case e turismo locale, seguiti da scolaresche inglesi e turisti stranieri. • Eventi come l'Open Season e lo sci notturno aumentano la visibilità della località. • Afflusso contenuto fino a Natale, poi crescita significativa con sold out delle strutture dal 27 dicembre e 25.000 presenze. • Prevalgono visitatori da Liguria e Piemonte.	• Neve artificiale fino al 20 gennaio quando arrivano le prime nevicate. • Prime settimane dominate da famiglie da Liguria, Piemonte, Emilia-Romagna e Toscana. • Ospitati campionati di freeski e snowboard con atleti internazionali. • Proseguono le scolaresche italiane e inglesi, mentre le famiglie inglesi beneficiano dei voli su Torino. • Sci notturno e motoslitte molto richiesti.	• Alta affluenza di scolaresche italiane e inglesi, oltre a molte famiglie. • Sold out per motoslitte e après-ski. • Cresce il turismo organizzato da Torino in giornata. • Nella seconda metà del mese aumentano i turisti francesi. • Lo sci notturno resta tra le attività più apprezzate, insieme ad eventi come "Bike for Hell".	• Strutture ricettive quasi sempre piene. • Sci notturno ancora molto richiesto. • Arrivano i campionati belgi e olandesi di freeski, con eventi serali e animazione. • Successo per l'evento enogastronomico "Gusto di Montagna" con chef di alto livello. • Il meteo ha creato difficoltà, ma le piste hanno retto grazie all'innevamento programmato.



Indagine sui visitatori Profilazione del campione intervistato (579 unità)

Età	%
Minore di 18	2.76%
18-35	33.51%
36-50	42.31%
51-65	11.23%
Maggiore di 65	10.19%
Totale	100%

Istruzione	%
Licenza elementare	0.52%
Licenza media	6.98%
Diploma	50.09%
Laurea universitaria/diploma accademia	41.01%
Dottorato/titolo postlaurea	1.40%
Totale	100%

Professione	%
Studente	15.84%
Impiegato/a	18.31%
Imprenditore/imprenditrice	2.67%
Dirigente	1.23%
Libera/o professionista	17.49%
Docente	14.81%
Pensionata/o	13.17%
Commerciante in ambito sportivo	2.88%
Commerciante in altri settori	10.49%
Libera/o professionista / dipendente nel settore turistico	3.09%
Totale	100%

Gli intervistati a **Prato Nevoso** si distribuiscono quasi equamente tra **uomini e donne (55%-45%)**, principalmente **tra 18 e i 50 anni (75%)**, contrariamente a Limone Piemonte dove l'età media è più elevata, con un pubblico che per il 70% dei casi rientrava nella fascia d'età 36-75), con il **41%** che possiede una **laurea universitaria o titolo analogo** (valore leggermente più basso rispetto a Limone Piemonte, dove la stessa percentuale raggiunge il 46%).

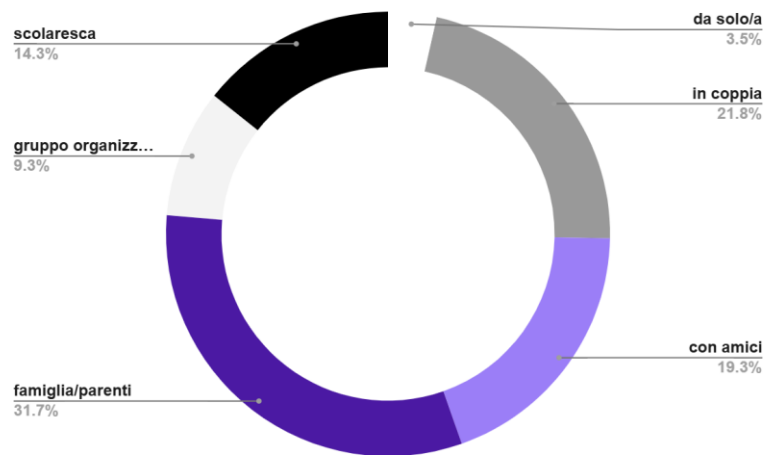
Suddividendo il campione in base alla professione dichiarata, la **maggioranza** dei **visitatori** è **impiegato (18%)** o **libero professionista (17%)**, **studente (15%)**, **docente (14%)** o **pensionato (13%)**.



Indagine sui visitatori *Motivazione di viaggio e modalità di visita*

La quasi totalità degli intervistati (**96%**) si è recata a **Prato Nevoso** per **praticare** gli **sport invernali** più comuni come sci, snowboard, pattinaggio, arrampicata, ciaspolate e passeggiate, mentre l'**8%** per **altri sport**. Inoltre, una piccola percentuale (**3%**) **dei visitatori non fa sport** ma accompagna coloro che si recano a Prato Nevoso per le attività sportive. Questo valore è notevolmente più basso se confrontato con l'audience di Limone Piemonte, dove la percentuale di coloro che non praticano alcuna attività sportiva raggiunge quasi il 14%.

Modalità di visita



Rispetto alle modalità di visita, il **31%** dei visitatori viaggia con **famiglia o parenti**, il **22%** in **coppia** e il **19%** in **compagnia di amici**.

Scuole (14%), **gruppi organizzati (9%)** e **solo travellers (3,5%)** seguono in ordine decrescente di rilevanza.

Comparando i dati con Limone Piemonte, a **Prato Nevoso** si registra una **maggiore incidenza** di quanti viaggiano in **compagnia di amici (25%)** e con il **partner (24%)**.



Indagine sui visitatori

Tipologia di visitatore e spesa media giornaliera pro capite

	N	%	Spesa media giornaliera Italiani	Spesa media giornaliera Internazionali
Pernotta in provincia di Cuneo (TURISTA RICETTIVO)	236	46,54%	€143	€165
Pernotta in provincia di Cuneo presso seconde case, case in affitto annuale o presso amici (TURISTA EXTRA-RICETTIVO)	74	14,60%	€88	€81
E' venuto in giornata senza pernottare nella provincia di Cuneo(ESCURSIONISTA)	197	38,86%	€165	€90
Totale	507	100.00%		

Nota: Al fine di dettagliare con maggiore precisione la spesa dei turisti, esclusivamente per il calcolo della spesa pro capite è stata operata una suddivisione tra i turisti che soggiornano presso strutture ricettive (**TURISTA RICETTIVO**) e coloro che invece soggiornano presso seconde abitazioni o come ospiti presso amici (**TURISTA EXTRA-RICETTIVO**).

Prato Nevoso presenta un pubblico principalmente turistico (**61%**) con una **spesa media pro capite** pari a **€143** per i **turisti ricettivi italiani** e **€165** per quelli **internazionali**; **€88** per gli **extra-ricettivi italiani** e **€81** per quelli **internazionali**.

Parallelamente, la spesa degli **escursionisti** (**38,8%**) è pari a **€165** per gli **italiani** e **€90** per gli **internazionali**.

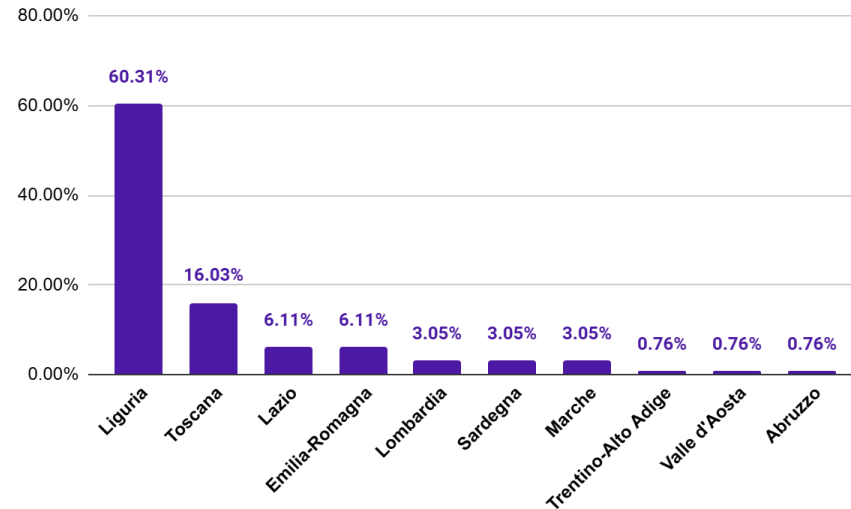


Indagine sui visitatori

Provenienza

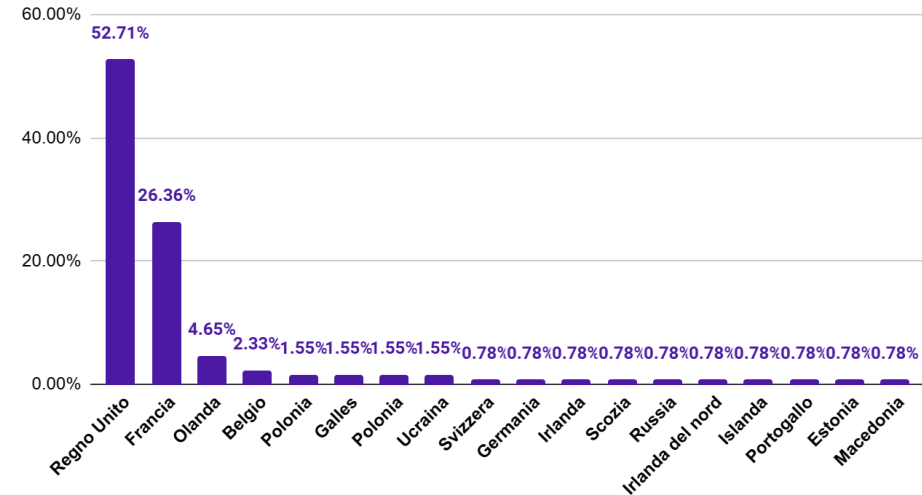
TURISTI

Turisti italiani
Regioni di provenienza



I **turisti italiani non piemontesi** provengono per il **75%** dalla **Liguria (60%)** e dalla **Toscana (16%)**.

Turisti stranieri
Stato di provenienza



I **turisti stranieri** provengono dal **Regno Unito (52,7%)**, dalla **Francia (26%)** e dall'**Olanda (4,6%)**.

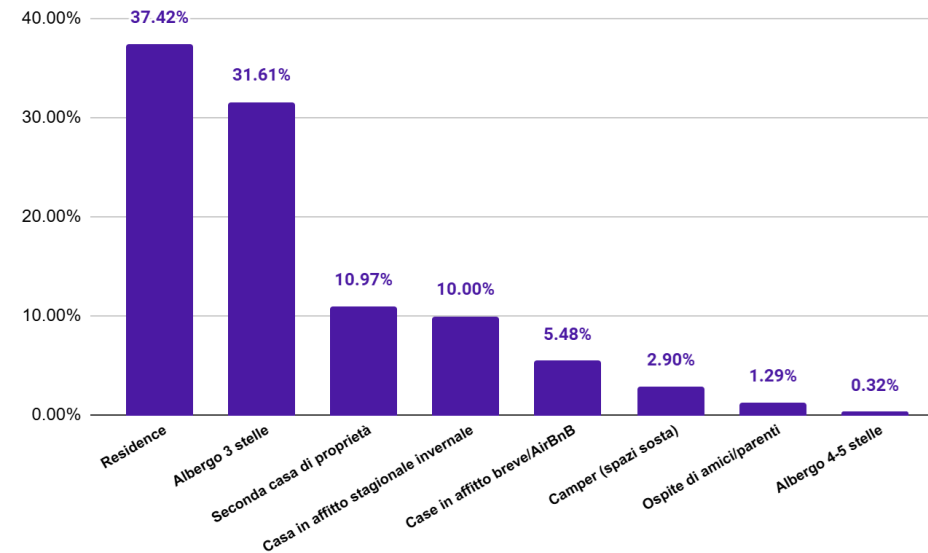


Indagine sui visitatori *Pernottamento*

Q: In che località pernotta?	%
Frabosa Sottana	99,67%
Villanova Mondovì	0,33%
Totale	100,00%

La **quasi totalità** dei **turisti** (**99,67%**) **pernotta** nel comune di **Frabosa Sottana**, cui appartiene Prato Nevoso.

TURISTI



Il **40%** dei **turisti alloggia** nei **residence**.

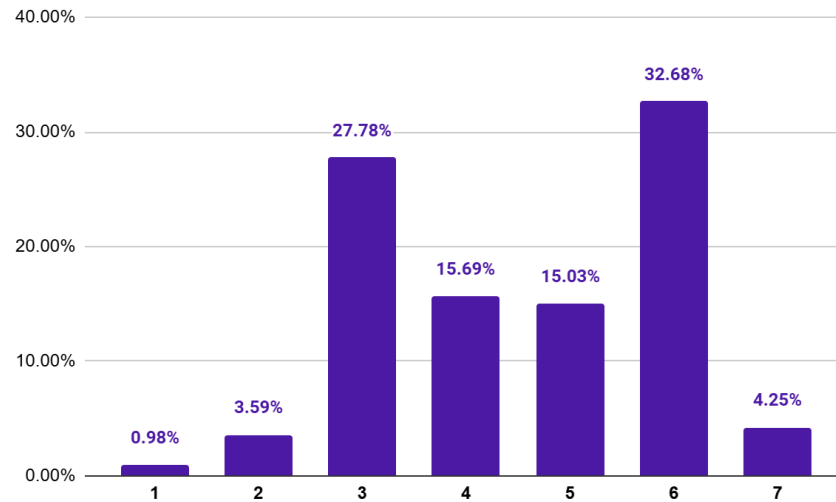
Tra tipologie più frequenti di alloggio circa il **31% pernotta** negli **alberghi a 3 stelle**, l'**11%** possiede una **seconda casa di proprietà**, il **10%** in case in **affitto stagionale** e in case in **affitto breve**.

Prato Nevoso



Indagine sui visitatori *Permanenza media*

TURISTI



1 turista su 3 trascorre mediamente **6 giorni** a Prato Nevoso.

In ordine decrescente, la **permanenza media** più frequente è di **3, 4 e 5 giorni**.

Com'è evidente, nel campione analizzato **nessun turista rimane in loco** per **più di 7 giorni**.

Distinguendo i **turisti stranieri** dagli **italiani** è possibile osservare come il **tempo medio di permanenza** dei primi sia **mediamente superiore** di un giorno, con una media di **5,3 giorni** contro i **circa 4** degli **italiani**.

Nota: il tempo medio di permanenza dei turisti fa riferimento ad entrambe le categorie: **TURISTA RICETTIVO** e **TURISTA EXTRA-RICETTIVO** in quanto non vi sono differenze sostanziali in termini di durata media di soggiorno.

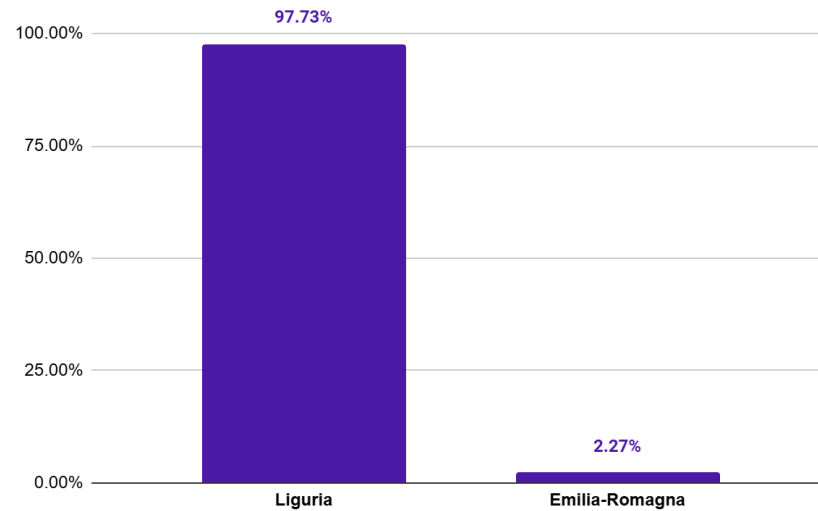
Prato Nevoso



Indagine sui visitatori *Provenienza*

ESCURSIONISTI

Escursionisti italiani e stranieri
Regioni e stati di provenienza



Gli **escursionisti italiani non piemontesi** provengono al **97%** dalla **Liguria**, complice la vicinanza geografica.

Gli **escursionisti stranieri** intercettati a **Prato Nevoso** sono stati **2**, un **olandese** ed un **argentino**.

Anche qui, con ogni probabilità, i due turisti hanno pernottato nelle vicinanze e hanno visitato in giornata Prato Nevoso.

Prato Nevoso



Indagine sui visitatori Servizi offerti

Ai **visitatori** è stato chiesto di valutare su una scala di **5 livelli**, da “**Per niente soddisfatto**” a “**Molto soddisfatto**”, i servizi presenti sul territorio.

	Parcheggi e traffico	Informazioni e segnaletica sul territorio	Qualità della ristorazione	Qualità delle strutture ricettive	Qualità dei servizi	Qualità delle attività commerciali	Qualità dell'offerta culturale e dell'intrattenimento
Molto soddisfatto	46.54%	52.78%	65.97%	34.18%	47.50%	39.66%	37.42%
Abbastanza soddisfatto	23.73%	25.69%	28.99%	13.16%	41.46%	40.08%	38.07%
Incerto	4.15%	0.93%	1.26%	1.27%	6.04%	8.65%	11.38%
Poco soddisfatto	6.68%	0.69%	0.42%	0.21%	1.25%	1.27%	1.53%
Per niente soddisfatto	0.46%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.22%
Non ne ho usufruito	18.43%	19.91%	3.36%	51.17%	3.75%	10.34%	11.38%

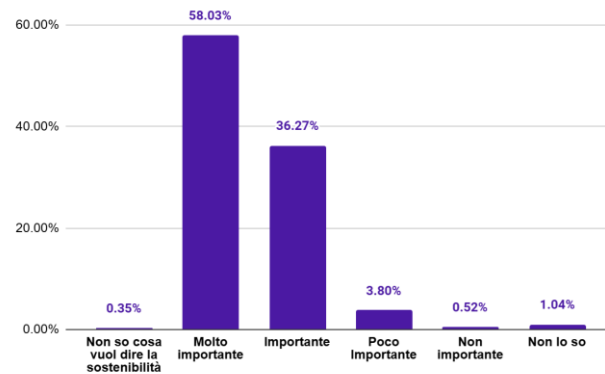
Ognuno dei 7 servizi ha ottenuto valutazioni lusinghiere: **abbastanza soddisfatto** e **molto soddisfatto** costituiscono la maggioranza delle opinioni. Più nello specifico colpiscono favorevolmente la **qualità** della **ristorazione** (66% si sono dichiarati molto soddisfatti) e le **informazioni e segnaletica sul territorio**.



Indagine sui visitatori *Sostenibilità ambientale, economica e sociale*

Ai **visitatori** è stato chiesto di valutare in una scala di **4 livelli** una serie di domande legate alla **sostenibilità**.

Importanza della **sostenibilità** (ambientale,
economica e sociale) nella scelta delle
destinazioni turistiche.



Il **94%** dei rispondenti ritiene la sostenibilità un fattore **importante** o **molto importante**, mentre solo il **4%** crede che sia **poco** o **non importante**. Questo dimostra che i frequentatori di Prato Nevoso prestano un'elevata attenzione al tema.

Durante la sua permanenza ha seguito comportamenti sostenibili (virtuosi)?	N	%
Si	305	53.32%
No	267	46.68%

Sensibilizzazione dei turisti sul rispetto dell'ambiente	N	%
Molto efficace	265	46.09%
Efficace	287	49.91%
Per nulla efficace	4	0.70%
Non saprei	19	3.30%

Promozione del turismo lento (trekking, cicloturismo)	N	%
Molto efficace	256	44.68%
Efficace	299	52.18%
Per nulla efficace	3	0.52%
Non saprei	15	2.62%



Indagine sui visitatori

Sintesi delle rilevazioni mese per mese

Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo
• Impianti aperti solo in parte per la variabilità del clima. • Diverse strutture ricettive offrono la forma B&B, non aprendo le cucine. • Presenze da Monaco, Francia e Svezia. • Skipass da 27€ a 37€. • Inaugurato lo sci notturno, ma motoslitta ferma per poca neve. • Arrivi prevalentemente in auto.	• Neve artificiale e skipass a 37€. • Problemi di maltempo e scioperi ferroviari. • Afflusso di giovani da Piemonte e Liguria per i corsi di sci. • Cresce la presenza dei turisti polacchi. • Più piste aperte dal 20 gennaio; eventi locali attraggono visitatori, ma restano criticità nei trasporti.	• Meteo instabile e impianti con aperture ridotte. • Boom di francesi nelle prime due settimane per le vacanze scolastiche. • Skipass raggiunge la tariffa massima dei 40€. • La Juventus femminile organizza un team building in zona.	• Affluenza ridotta, con turismo concentrato nei weekend. • Temperature in rialzo e progressiva riduzione delle piste aperte. • Presenza di gruppi scolastici e qualche evento sportivo. • Fine mese segnato dalla chiusura graduale degli impianti.



Indagine sui visitatori Profilazione del campione intervistato (579 unità)

Età	%
Minore di 18	1.25%
18-35	19.79%
36-50	34.94%
51-65	35.12%
Maggiore di 65	8.56%
Preferisco non rispondere	0.36%
Totale	100%

Istruzione	%
Licenza elementare	0.54%
Licenza media	2.15%
Diploma	34.23%
Laurea universitaria/diploma accademia	46.42%
Dottorato/titolo post laurea	9.14%
Preferisco non rispondere	7.53%
Totale	100%

Professione	%
Studente	7.90%
Impiegato/a	20.04%
Imprenditore/imprenditrice	6.94%
Dirigente	7.13%
Libera/o professionista	15.99%
Docente	6.74%
Pensionata/o	8.48%
Commerciante in ambito sportivo	3.66%
Commerciante in altri settori	9.25%
Libera/o professionista / dipendente nel settore turistico	4.43%
Preferisco non rispondere	9.44%
Totale	100%

I visitatori intervistati a **Limone Piemonte** sono distribuiti quasi equamente tra **uomini e donne (56%-44%)**, hanno principalmente tra i **36 e i 65 anni (70%)** e quasi la **metà del campione** possiede **una laurea universitaria o titolo analogo (46%)**.

Suddividendo il campione in base alla professione dichiarata, la **maggioranza è impiegato (20%) o libero professionista (15%)**, seguono **pensionati e studenti (8%)**, **dirigenti e imprenditori (7%)**.

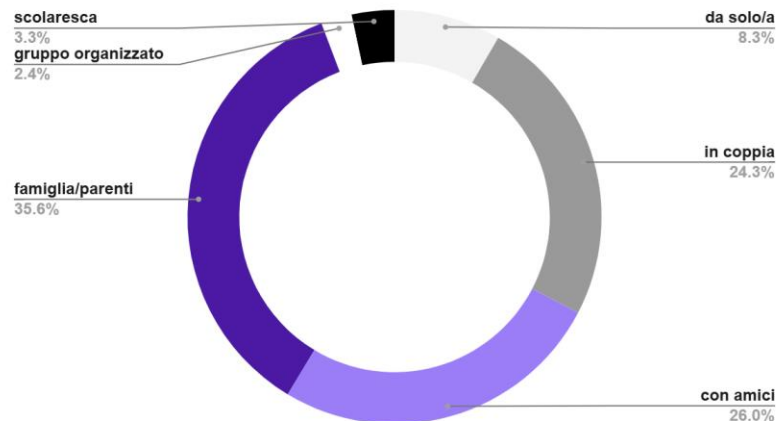


Indagine sui visitatori *Motivazione di viaggio e modalità di visita*

La **maggior parte degli intervistati (56%)** si reca a Limone Piemonte per **praticare** gli **sport invernali** più comuni come sci alpino o snowboard, mentre il **14%** per **altri sport** (motoslitta, sci di fondo, pattinaggio) ed **altre attività** (passeggiate, ciaspolate, trekking). **Un turista su dieci** ha cercato prevalentemente una vacanza consacrata al **relax**.

Inoltre, un'**importante percentuale di visitatori (14%) non pratica alcuno sport invernale** ma accompagna quanti si recano a Limone Piemonte per praticare attività sportive.

Modalità di visita



In termini di modalità di visita, il **36%** viaggia con **famiglia/parenti**, il **26%** in compagnia di **amici**, il **24%** in **coppia** mentre l'**8%** da **solo**. **Scuole (3,3%)** e **gruppi organizzati (2,4%)** costituiscono i segmenti meno comuni tra gli intervistati.



Indagine sui visitatori

Tipologia di visitatore e spesa media giornaliera pro capite

	N	%	Spesa media giornaliera Italiani	Spesa media giornaliera Internazionali
Pernotta in provincia di Cuneo (TURISTA RICETTIVO)	166	29,6%	€278	€402
Pernotta in provincia di Cuneo presso seconde case, case in affitto annuale o da amici (TURISTA EXTRA-RICETTIVO)	158	28,1%	€162	€208
E' venuto in giornata senza pernottare in provincia di Cuneo (ESCURSIONISTA)	237	42,3%	€109	€96
Totale	561	100.00%		

Nota: Al fine di dettagliare con maggiore precisione la spesa dei turisti, esclusivamente per il calcolo della spesa pro capite è stata operata una suddivisione tra i turisti che soggiornano presso strutture ricettive (**TURISTA RICETTIVO**) e coloro che invece soggiornano presso seconde abitazioni o da amici (**TURISTA EXTRA-RICETTIVO**).

Limone Piemonte presenta un pubblico principalmente turistico (**57,7%**) con una **spesa media pro capite** pari a **€278** per i **turisti ricettivi italiani** e **€402** per quelli **internazionali**; **€162** per gli **extra-ricettivi italiani** e **€208** per quelli **internazionali**.

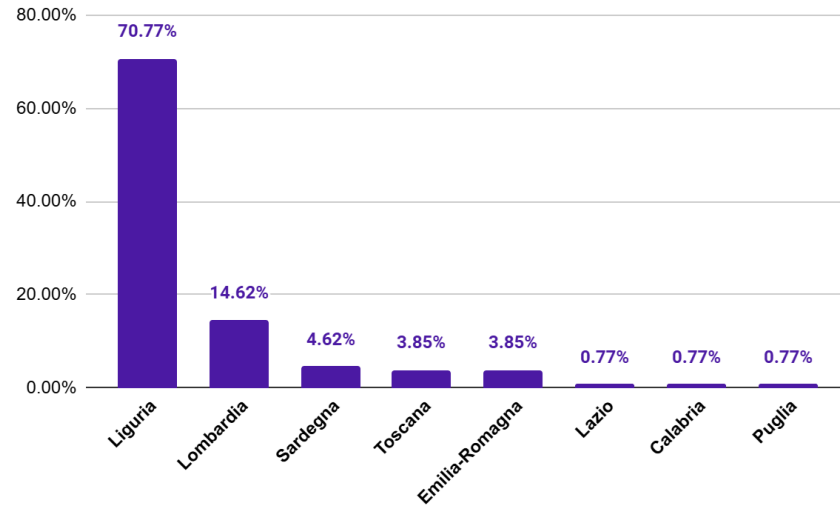
Parallelamente, la spesa degli **escursionisti** (**42,3%**) è pari a **€109** per gli **italiani** e **€96** per gli **internazionali**.



Indagine sui visitatori Provenienza

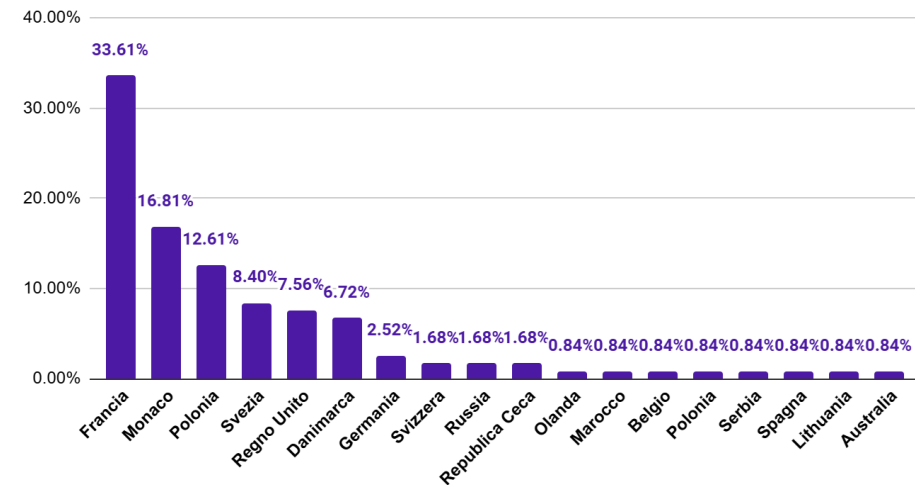
TURISTI

Turisti italiani
Regioni di provenienza



I **turisti italiani non piemontesi** provengono per l'**85%** dalla **Liguria (70%)** e dalla **Lombardia (14%)**.

Turisti stranieri
Stato di provenienza



I **turisti stranieri** provengono principalmente da **Francia (33%)**, Monaco (**16,8%**) e Polonia (**12,5%**). L'arrivo dei polacchi è una novità rilevata quest'anno.



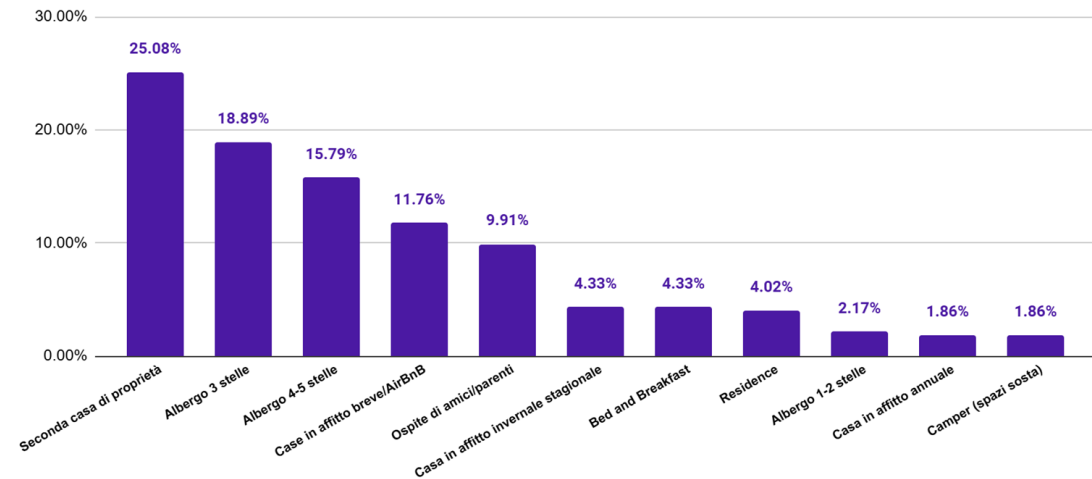
Indagine sui visitatori Pernottamento

Q: In che località pernotta?	%
Limone Piemonte	91.48%
Vernante	5.36%
Entracque	1.58%
Frabosa Sottana	0.63%
Boves	0.63%
Villanova Mondovì	0.32%
Totale	100.00%

Il **91,5%** dei turisti pernotta a **Limone Piemonte**.

Mentre a **Vernante** ed **Entracque** pernottano rispettivamente il **5,4%** (17 turisti) e l'**1,6%** (5 turisti) dei rispondenti.

TURISTI



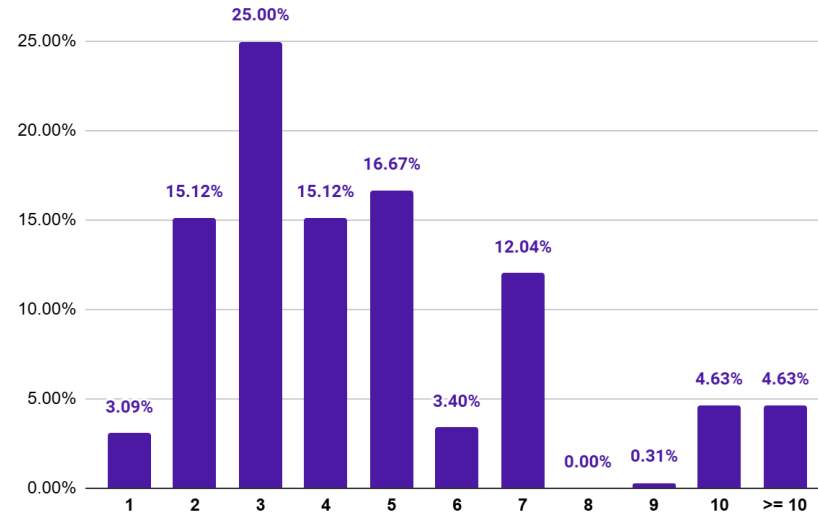
1 turista su 4 possiede una **seconda casa di proprietà**.

Tra le tipologie più frequenti di alloggio, circa il **19%** pernotta in **alberghi a 3 stelle**, il **15%** in **alberghi a 4-5 stelle**, l'**11%** in **case in affitto breve** mentre il **10%** è ospitato da **amici e parenti**.



Indagine sui visitatori *Permanenza media*

TURISTI



Distinguendo i turisti stranieri dagli italiani, è possibile osservare che il **tempo medio di permanenza degli stranieri** è di poco **più elevato**, con una **media di 4 giorni e mezzo** contro i **4 giorni dei turisti italiani**.

Nota: il **tempo medio di permanenza** dei turisti fa riferimento ad entrambe le categorie: **TURISTA RICETTIVO** e **TURISTA EXTRA-RICETTIVO** in quanto non vi sono differenze sostanziali in termini di durata media di soggiorno.

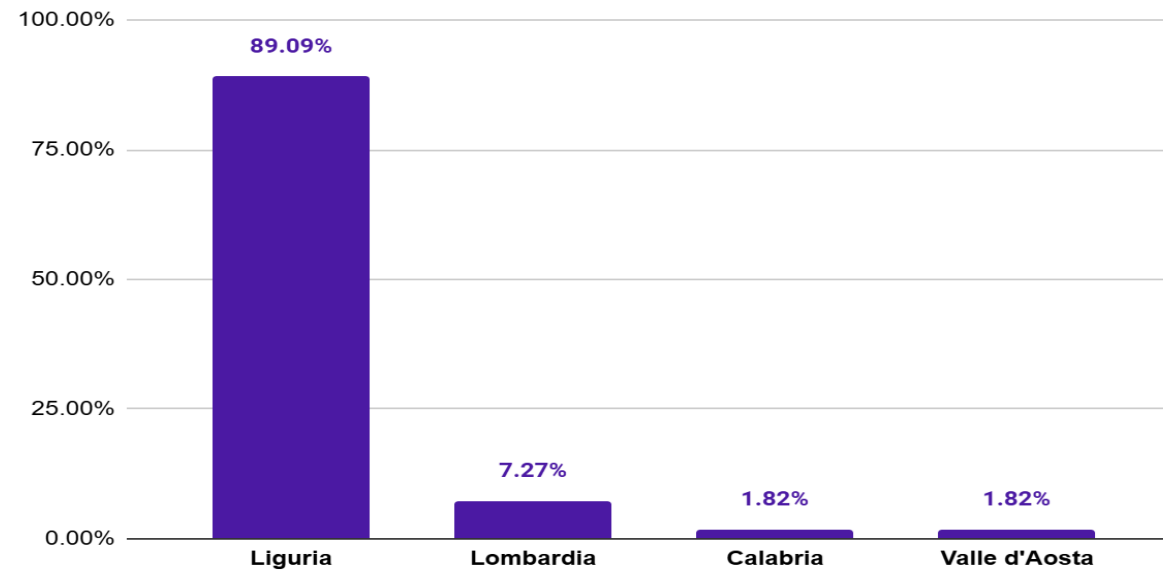
A Limone Piemonte **1 turista su 4** soggiorna mediamente per **3 giorni**. Le permanenze più frequenti, in ordine decrescente, sono di **5 giorni (17%)** **2 e 4 giorni (15%)** e **7 giorni (12%)**. Solo il **3%** soggiorna **una notte** sola, mentre **oltre l'8% sceglie di trascorrere 10 o più giorni nella località.**



Indagine sui visitatori *Provenienza*

ESCURSIONISTI

Escursionisti italiani e stranieri
Regioni e stati di provenienza



Limone Piemonte

Gli **escursionisti italiani non piemontesi** provengono al **90%** dalla **Liguria**, complice la vicinanza geografica.

Mentre i **30 escursionisti stranieri** intervistati provengono quasi unicamente dalla **Francia (90%)**.



Indagine sui visitatori

Servizi offerti

Ai **visitatori** è stato chiesto di valutare su una scala a **5 livelli**, da “**Per niente soddisfatto**” a “**Molto soddisfatto**”, i servizi presenti sul territorio.

	Parcheggi e traffico	Informazioni e segnaletica sul territorio	Qualità della ristorazione	Qualità delle strutture ricettive	Qualità dei servizi	Qualità delle attività commerciali	Qualità dell'offerta culturale e dell'intrattenimento
Molto soddisfatto	47.24%	26.04%	31.70%	24.55%	34.31%	29.91%	15.20%
Abbastanza soddisfatto	26.48%	56.24%	57.07%	17.09%	41.06%	59.08%	24.18%
Incerto	1.71%	12.84%	3.80%	0.55%	4.56%	5.87%	17.40%
Poco soddisfatto	0.95%	1.45%	3.44%	0.00%	3.47%	0.55%	10.44%
Per niente soddisfatto	0.19%	0.00%	0.54%	0.36%	0.73%	0.37%	5.86%
Non ne ho usufruito	23.43%	3.44%	3.44%	57.45%	15.88%	4.22%	26.92%

Ognuno dei 7 servizi esaminato ha conseguito valutazioni molto positive. Più nello specifico la qualità delle **strutture ricettive**, dei **parcheggi** e del **traffico** sono stati **valutati positivamente** dalla **maggioranza** dei **rispondenti**.

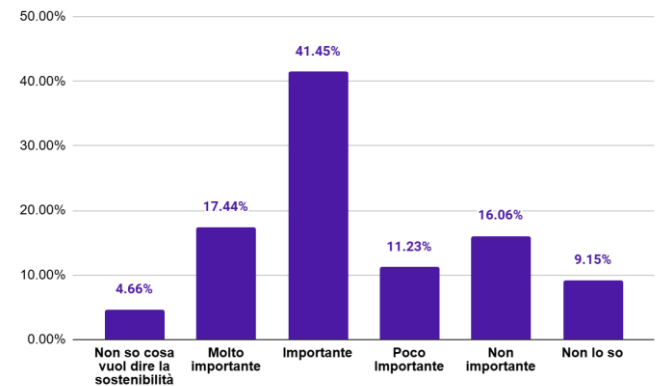


Indagine sui visitatori

Sostenibilità ambientale, economica e sociale

Ai **visitatori** è stato chiesto di valutare alcuni quesiti legati alla **sostenibilità** su una scala di **4 livelli**.

Importanza della **sostenibilità** (ambientale,
economica e sociale) nella scelta delle
destinazioni turistiche



Il **58%** dei rispondenti ritiene la **sostenibilità** un fattore **importante** o **molto importante** evidenziando che i visitatori di **Limone Piemonte** esprimono un’elevata attenzione per questo tema.

Durante la Sua permanenza ha seguito comportamenti sostenibili (virtuosi)?	N	%
Si	494	90,3%
No	53	9,7%

Sensibilizzazione dei turisti sul rispetto dell'ambiente	N	%
Molto efficace	251	45.80%
Efficace	230	41.97%
Per nulla efficace	15	2.74%
Non saprei	52	9.49%

Promozione del turismo lento (trekking, cicloturismo)	N	%
Molto efficace	170	31.14%
Efficace	277	50.73%
Per nulla efficace	11	2.01%
Non saprei	88	16.12%



Indagine sui visitatori

Sintesi delle rilevazioni mese per mese

Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo
• Impianti chiusi.	• L'apertura della pista baby nella terza settimana attira i primi turisti, soprattutto principianti dalla provincia di Torino per lezioni di sci. • La settimana successiva il meteo variabile limita gli arrivi, con una sola giornata di afflusso significativo.	• L'apertura dell'intero comprensorio porta un incremento di visitatori, principalmente dai paesi limitrofi come Paesana, Crissolo e Sanfron.	• Affluenza stabile di residenti e visitatori dai comuni vicini. • Nella prima metà del mese si registra anche la presenza di turisti internazionali, in particolare francesi.



Indagine sui visitatori Profilazione del campione intervistato (249 unità)

Età	%
Minore di 18	0.00%
18-35	33.33%
36-50	51.41%
51-65	12.85%
Maggiore di 65	2.41%
Totale	100%

Istruzione	%
Licenza elementare	1.20%
Licenza media	8.43%
Diploma	61.45%
Laurea universitaria/diploma accademia	28.92%
Dottorato/titolo postlaurea	0.00%
Totale	100%

Professione	%
Studente	13.82%
Impiegato/a	45.53%
Imprenditore/imprenditrice	4.47%
Dirigente	5.28%
Libera/o professionista	2.85%
Docente	20.73%
Pensionata/o	6.10%
Commerciante in ambito sportivo	0.41%
Commerciante in altri settori	0.81%
Totale	100%

I **249 intervistati** a **Pian Munè** si sono distribuiti quasi equamente tra **uomini e donne (53%-47%)**, hanno principalmente tra **18 e i 50 anni (86%)** e il **30% circa** del campione possiede una **laurea universitaria** o un **titolo analogo**. Suddividendo il campione in base alla professione dichiarata la **maggioranza** è **impiegato (45%)**, **docente (20%)** o **studente (13%)**.

È importante considerare che il **campione** a comprende **41 visitatori residenti** della **provincia di Cuneo** e **4 turisti**, poiché la destinazione nei mesi di rilevazione ha principalmente ospitato un pubblico locale.

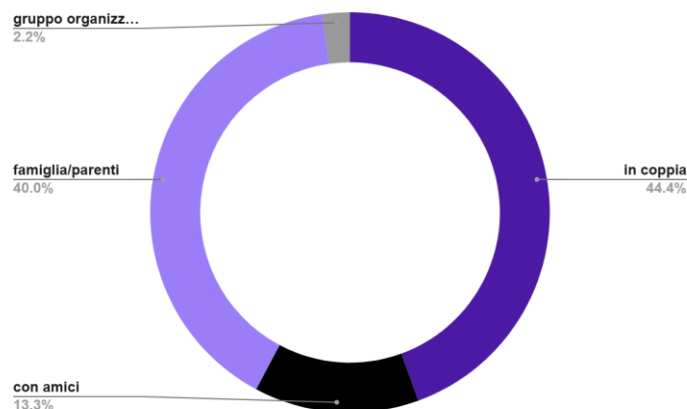


Indagine sui visitatori *Motivazione di viaggio e modalità di visita*

La maggior parte **degli intervistati (62%)** si reca a **Pian Munè** per **praticare** gli **sport invernali** più comuni come **sci** o **snowboard**, mentre **1 turista su 4** sceglie attività come **passeggiate** o **ciaspolate**.

Il resto degli intervistati **non pratica sport** ma accompagna quanti si recano a Pian Munè per le attività sportive. Solo una piccola quota (**2%**) trascorre una **vacanza** all'insegna del **relax**.

Modalità di visita



In termini di modalità di visita **quasi metà** del **campione** viaggia in **coppia (44%)**, il **40%** con **famiglia** o **parenti**, il **13%** in **compagnia** di **amici**. I **gruppi organizzati** rappresentano la modalità di visita meno frequente (**2,2%**) e **nessun** intervistato ha viaggiato da **solo**.



Indagine sui visitatori

Tipologia di visitatore e spesa media giornaliera pro capite

{

	N	%	Spesa media giornaliera Italiani	Spesa media giornaliera Internazionali
Pernotta in provincia di Cuneo (TURISTA RICETTIVO)	3	8,67%	€135	NA
Pernotta in provincia di Cuneo presso seconde case, case in affitto annuale o presso amici (TURISTA EXTRA-RICETTIVO)	1	0,22%	NA	NA
E' venuto in giornata senza pernottare nella provincia di Cuneo (ESCURSIONISTA)	41	91,11%	€50	NA
Totale	45	100.00%		

Nota: Al fine di dettagliare con maggiore precisione la spesa dei turisti, esclusivamente per il calcolo della spesa pro capite è stata operata una suddivisione tra i turisti che soggiornano presso strutture ricettive (**TURISTA RICETTIVO**) e coloro che invece soggiornano presso seconde abitazioni o come ospiti presso amici (**TURISTA EXTRA-RICETTIVO**).

Pian Muné ha un pubblico costituito quasi unicamente da **escursionisti italiani** (91,11%) con una **spesa media pro capite** pari a **€50**.

Parallelamente, la spesa di **turisti italiani extra ricettivi** (8,67%) è pari a **€135**.

Le rilevazioni on-site non hanno intercettato un campione significativo per le categorie di **turista extra-ricettivo** (sia italiano che internazionale) e per le categorie di **turisti ricettivi** ed **escursionisti internazionali**.



Indagine sui visitatori

Servizi offerti

Ai visitatori è stato chiesto di valutare in una scala di **5 livelli**, da **“Per niente soddisfatto”** a **“Molto soddisfatto”**, i servizi presenti sul territorio.

	Parcheggi e traffico	Informazioni e segnaletica sul territorio	Qualità della ristorazione	Qualità delle strutture ricettive	Qualità dei servizi	Qualità delle attività commerciali	Qualità dell'offerta culturale e dell'intrattenimento
Molto soddisfatto	62.22%	31.11%	73.33%	26.67%	38.10%	15.91%	20.00%
Abbastanza soddisfatto	37.78%	64.44%	26.67%	73.33%	57.14%	81.82%	77.78%
Incerto	0.00%	4.44%	0.00%	0.00%	4.76%	2.27%	2.22%
Poco soddisfatto	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Per niente soddisfatto	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Non ne ho usufruito	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

Ognuno dei 7 servizi ha riscosso valutazioni molto positive, con giudizi come **abbastanza soddisfatto** e **molto soddisfatto** a rappresentare la maggioranza delle opinioni. Più nello specifico colpisce l'elevata soddisfazione della **qualità della ristorazione (73% molto soddisfatti)** e i servizi riguardanti i **parcheggi** ed il **traffico**.

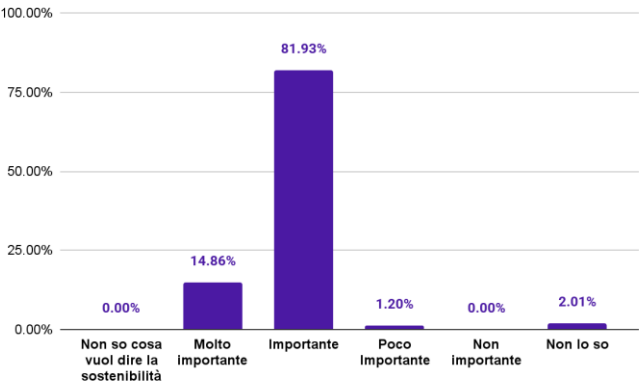


Indagine sui visitatori

Sostenibilità ambientale, economica e sociale

Ai **visitatori** è stato chiesto di valutare in una scala di **4 livelli** una serie di domande legate alla **sostenibilità**.

Importanza della **sostenibilità** (ambientale, economica e sociale) nella scelta delle destinazioni turistiche



Il **95%** dei rispondenti ritiene la **sostenibilità** un fattore **importante** o **molto importante**, mentre **solo l'1%** la reputa **poco** o **non importante**. Ciò dimostra che i visitatori di Pian Muné esprimano una particolare attenzione per questo tema.

Durante la Sua permanenza ha seguito comportamenti sostenibili (virtuosi)?	N	%
Si	239	96.37%
No	9	3.63%

Sensibilizzazione dei turisti sul rispetto dell'ambiente	N	%
Molto efficace	94	37.75%
Efficace	152	61.04%
Per nulla efficace	2	0.80%
Non saprei	1	0.40%

Promozione del turismo lento (trekking, cicloturismo)	N	%
Molto efficace	80	32.13%
Efficace	166	66.67%
Per nulla efficace	2	0.80%
Non saprei	1	0.40%

Matrice I-O, stima dell'impatto economico

*Valutazione dell'Impatto
delle Stazioni Sciistiche
del Cuneese stagione 24/25*



Impatto economico Introduzione

L'ultimo tassello della valutazione dell'impatto economico è la stima, in termini monetari puntuali, degli effetti della stagione sciistica sull'economia del territorio.

Il fondamento di tali analisi risiede nella **relazione positiva** tra l'introduzione di **nuove risorse economiche** in un determinato territorio (la cosiddetta *area region*) e le **reazioni** che tale iniezione provoca nell'area in questione.

Si assume infatti la presenza di una **relazione virtuosa** tra l'**iniezione** di **risorse economiche** in un dato territorio da parte di soggetti interni ed esterni e le **reazioni** che tale **immissione** determina nell'**area indagata**.

I principali elementi dell'analisi sono due:

1. una **stima** dello **stimolo esogeno** o **differenziale** che funge da **impatto diretto**.
2. un **modello** di **economia provinciale** che determina le stime degli **effetti indiretti**.

Queste due componenti sono fondamentali per determinare l'effetto moltiplicativo di un'iniezione di risorse (o shock della domanda) in un'economia specifica. Per comprendere la logica retrostante, lo studio dell'impatto economico è cruciale per definire il concetto di effetto moltiplicativo, nonché quello di moltiplicatore.



Questi due concetti, spesso confusi o considerati sinonimi, sono in realtà distinti.

- **Moltiplicatore**: rapporto numerico che indica quanto cambia il valore totale rispetto a un cambiamento iniziale.
- **Effetto moltiplicativo**: stima del cambiamento totale come risultato di un cambiamento iniziale, ottenuto moltiplicando il cambiamento iniziale per il valore del moltiplicatore.



Impatto economico *Tavole Input - Output*

Per il calcolo dell'impatto economico sono state utilizzate le **tavole intersettoriali**. Le tavole fotografano a livello provinciale i legami tra **domanda** e **sistema produttivo** di una **specificata area sub-nazionale**.

Grazie alle tavole input-output è possibile **simulare** gli **effetti** sul **complesso** dell'**attività economica provinciale** derivanti da **variazioni** della **domanda** o dei **costi**.

Le tavole possono indicare in che misura e attraverso quali **canali** un **cambiamento** iniziale dell'**attività economica** in una **regione** può innescare **ricadute** che si diramano - sulla base dei cosiddetti **moltiplicatori** - nel **tessuto** dell'**economia locale** e del più ampio sistema economico al quale ogni economia provinciale è legata in misura più o meno intensa attraverso l'interscambio commerciale.



Impatto economico: *Le componenti*

Spesa iniziale

Questa voce corrisponde al totale dell'esborso dei turisti ed include tra le altre le spese di alloggio, ristorazione e trasporto.

Esempio: un turista spende giornalmente in totale 180€: 100€ per il soggiorno in hotel, 50€ per cena al ristorante e 30€ per lo skipass. Soggiorna sul territorio 2 giorni, per una spesa complessiva pari a 360€.

Impatto diretto

L'effetto economico diretto si riferisce all'impatto immediato e iniziale su un settore specifico derivante da un cambiamento nella domanda finale e dunque riconducibile a un aumento della produzione.

Esempio: l'hotel incassa dal turista 100€ al giorno, e ne spende 20€ per pagare i servizi di lavanderia.

Impatto indiretto

L'effetto economico indiretto si riferisce all'impatto economico generato sulle industrie fornitrici a seguito di un cambiamento nella domanda finale di un settore specifico.

Esempio: l'hotel, a fronte dell'aumento di presenze nella stagione sciistica, ordina più servizi alla lavanderia industriale per gestire l'aumento dei pernottamenti.

Impatto indotto

L'effetto economico indotto si riferisce all'aumento della domanda di beni e servizi che risulta dalla spesa dei redditi da lavoro e altre forme di reddito guadagnati grazie agli impatti diretti e indiretti in un'economia.

Esempio: l'addetto della lavanderia, grazie al maggiore guadagno, spende parte dei suoi incassi maggiorati, ad esempio, in un servizio dal parrucchiere del territorio.

=

Impatto economico totale



Impatto economico

Profili di spesa media desunti dal questionario

Grazie alle indagini sul campo condotte a Limone Piemonte, Prato Nevoso e Pian Muné è stato possibile ricostruire in modo puntuale i **profili di spesa** delle **diverse tipologie** di **visitatori**, distinguendo tra **turisti (ricettivi ed extra-ricettivi)** ed **escursionisti italiani e stranieri**. L'analisi ha evidenziato differenze significative nei comportamenti di consumo tra le località e tra i segmenti di pubblico, offrendo una base conoscitiva solida per valutare l'impatto economico e occupazionale del comparto turistico sul territorio. A partire da questi profili di spesa è stata realizzata una **proiezione** applicata ai **dati di affluenza** – sia di turisti pernottanti sia di visitatori giornalieri – che ha consentito di **stimare la spesa** complessivamente generata dal **flusso turistico ed escursionistico** in ciascuna destinazione.

	Turista ricettivo Italiano	Turista ricettivo straniero	Turista extra- ricettivo italiano	Turista extra- ricettivo straniero	Escursionista Italiano	Escursionista straniero
Limone Piemonte	€278	€402	€162	€208	€109	€96
Prato Nevoso	€143	€165	€88	€81	€90	€92
Pian Muné	€135	NA	NA	NA	€50	NA



Impatto economico

Stima dei flussi turistici ed escursionistici

I dati riportati **stimano** i **flussi** di **turisti** ed **escursionisti** nelle **tre località analizzate** (Limone Piemonte, Frabosa Sottana e Paesana) nel periodo **1 dicembre 2024 – 31 marzo 2025***, corrispondente alla **stagione sciistica 2024-2025**. In particolare, i dati sui turisti ricettivi provengono da fonti ufficiali condivise da Visit Piemonte, mentre le stime relative agli altri segmenti sono state elaborate dal team di formules in base ad una proporzione tra le percentuali e i profili emersi dal questionario ed i flussi complessivi registrati nelle tre destinazioni.

Utilizzando le stime dei dati relativi ai **flussi turistici**, alla **permanenza media** (TMP – durata media del soggiorno) e alla **spesa media pro capite giornaliera**, è stato possibile calcolare la spesa diretta complessiva generata in ciascuna località. Il calcolo si basa sulla seguente formula:

Numero di turisti × **spesa media pro capite giornaliera** × **TMP**.

È importante stimare quanti sono i turisti che non soggiornano in strutture ricettive monitorate e gli escursionisti perché si tratta di flussi non rilevati dalle statistiche ufficiali, ma che incidono in modo significativo sull'impatto economico complessivo del territorio. La loro presenza genera comunque consumi cospicui di beni e servizi.

* le stime escludono il mese di aprile, poiché gli impianti hanno chiuso durante la prima settimana. Tuttavia, grazie al conteggio integrale di dicembre, si equilibra l'esclusione di aprile dal calcolo.



Impatto economico

Spesa iniziale e ripartizione sui diversi settori economici

A livello aggregato nelle tre località per il periodo **Dicembre 2024-Marzo 2025** si stima una spesa pari a **€45.860.704**. Tra le voci di spesa principali vi sono i pernottamenti e le spese in bar e ristoranti, seguite dalle spese per skipass.

€46 mln
Spesa
iniziale

Voce di spesa	Valore
Pernottamento	€ 12.156.805,00
Bar e ristoranti	€ 7.378.576,80
Skipass	€ 7.096.650,10
Altri beni e servizi sportivi (es. noleggio attrezzatura per sciare, noleggio bici)	€ 4.985.283
Spese legate alla mobilità individuale (es. carburanti, parcheggi, pedaggi,etc.)	€ 3.572.052
Prodotti alimentari, bevande, take-away	€ 3.253.454
Servizi alla persona (es. wellness center, parrucchiere, trattamenti di bellezza ecc.)	€ 1.723.318
Abbigliamento ed accessori	€ 1.691.178
Prodotti enogastronomici	€ 1.458.082
Trasporti locali (es. autobus. treni ecc.)	€ 1.117.620
Souvenir, regali e artigianato artistico	€ 956.179
Consumi turistico-culturali (es. guide e trekking organizzati, visite guidate a siti culturali, ingressi cinema o siti culturali)	€ 471.506
Spesa iniziale	€ 45.860.704,10



Impatto economico

Costruzione del modello econometrico

Per calcolare il valore dell'impatto economico totale è stato necessario costruire un **modello econometrico** che permettesse di calcolare l'effetto economico indiretto e indotto partendo dallo shock iniziale della domanda. Nel nostro caso l'impatto finale è stato calcolato utilizzando una matrice dei moltiplicatori, definita a livello locale a partire dalla tavola degli interscambi economici per settore (modello Input-Output) fornita dall'ISTAT (2020).

Modelli I-O

I modelli **input-output** si basano sul modello delle interdipendenze settoriali proposto da Wassily Leontief. Forniscono, da un lato, una **descrizione dettagliata** del **funzionamento** del **sistema economico** in un dato momento e, dall'altro, possono essere **utilizzate** come **strumento previsionale** per stimare gli **effetti** che la **crescita** della **domanda** in un settore specifico genera sull'intero **sistema economico**.

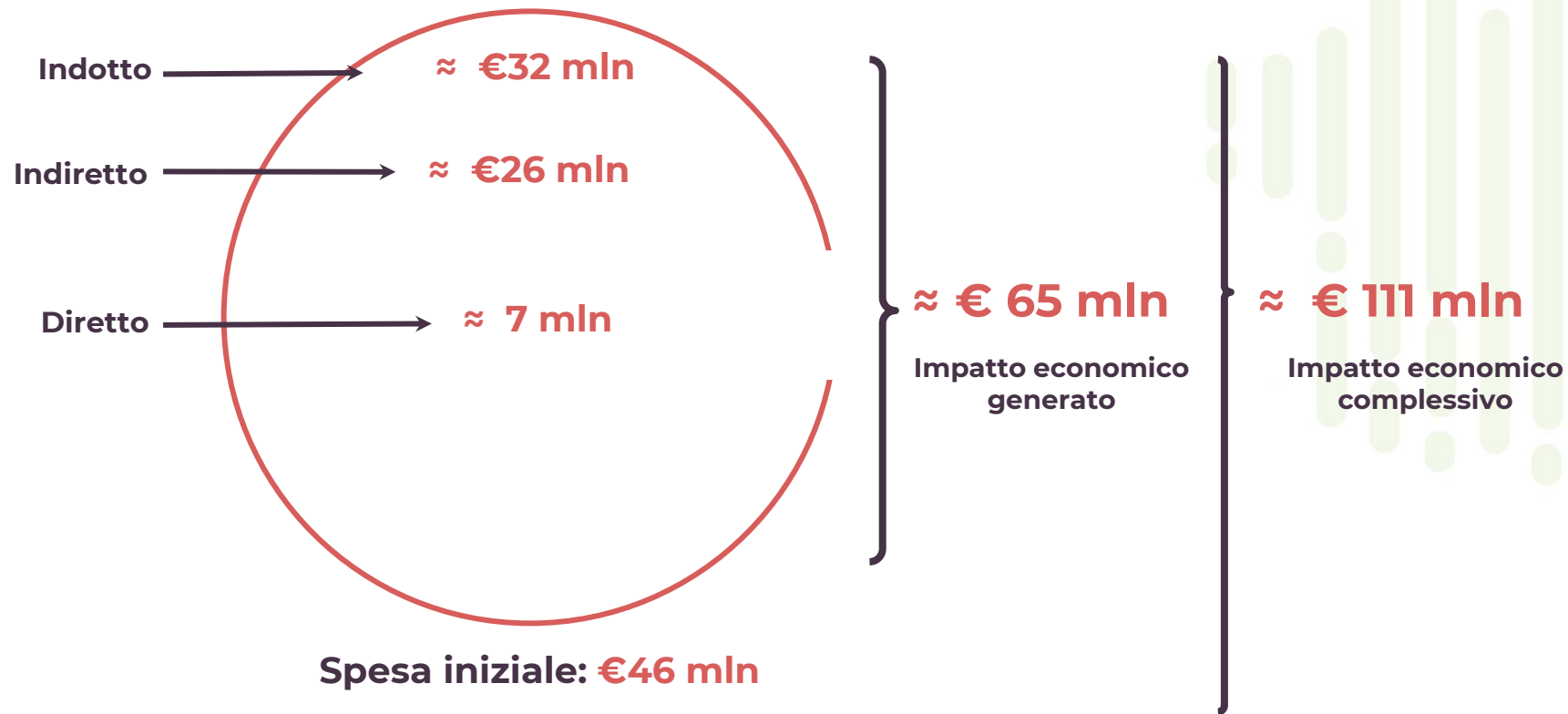
Tavole ISTAT

ISTAT produce **due principali tavole input-output**: una in cui l'**economia nazionale** è **suddivisa** in **63 branche economiche** e un'altra in cui è **divisa** in **20 branche**. La **metodologia** adottata in questo studio ha utilizzato una via intermedia, basandosi su una matrice a **28 branche**, ispirata dalla suddivisione operata nei conti economici territoriali.



Impatto economico: *Impatto economico complessivo*

L'**impatto economico generato** è stato pari a circa
€65 milioni con un **moltiplicatore totale** pari a **2,38**.





Impatto economico *Impatto economico complessivo*

In sintesi, nella **stagione sciistica 2024/2025**, nelle **tre località** indagate, per ogni **€1** **speso** c'è stato un ritorno pari a **€2,38**.



GRAZIE PER L'ATTENZIONE

Visit Piemonte
Regional Marketing and Promotion
Via Bertola 34 | 10122 Torino | Italy

www.visitpiemonte.org
www.visitpiemonte-dmo.org

P.IVA 09693360019

formules



Credits - Immagini

Pagina	Credits
4	Limone Piemonte, crediti Visit Piemonte, ph Giorgio Gulmini
11	Prato Nevoso, crediti Visit Piemonte, ph Edoardo Oliva
12	Foto Archivio ATL Cuneese
14	Limone Piemonte, crediti Visit Piemonte, ph Giorgio Gulmini (2)
16	Foto Archivio ATL Cuneese Limone Piemonte, crediti Visit Piemonte, ph Giorgio Gulmini Pian Mune - ph. D. Castellaro - Archivio ATL del Cuneese (47)
20	Pian Mune - ph. D. Castellaro - Archivio ATL del Cuneese (47)
50	Limone Piemonte, crediti Visit Piemonte, ph Giorgio Gulmini (4)
54	Prato Nevoso, crediti Visit Piemonte, ph Edoardo Oliva
57	Limone Piemonte, crediti Visit Piemonte, ph Giorgio Gulmini (3)
68	Limone Piemonte, crediti Visit Piemonte, ph Giorgio Gulmini (5)