



# Carta Europea del Turismo Sostenibile nelle Aree Protette

## INDAGINE SUI VISITATORI DEL PARCO NAZIONALE DEI MONTI SIBILLINI

Descrizione sintetica dei risultati

18/05/2009



# Introduzione

- ▶ Le procedure di applicazione della **Carta Europea per il Turismo Sostenibile** considerano di estremo interesse le **opinioni dei turisti** rispetto al territorio e alla propria esperienza di vacanza, sia per poter caratterizzare il turista, sia per capirne **motivazioni e tendenze** utili ad elaborare strategie di **gestione sostenibile** del comparto e ad individuare nuove tipologie di **offerta turistica**.
- ▶ A tal fine si utilizzano indagini di tipo diretto che coinvolgono i turisti tramite **interviste con questionario**. In questo modo è possibile acquisire informazioni sul turismo su scala locale, fornendo descrizioni e approfondimenti non ricavabili dai dati statistici ufficiali.
- ▶ Una prima indagine di questo tipo è stata realizzata dal Parco Nazionale dei Monti Sibillini nel **2000**, in occasione della prima applicazione della Carta Europea per il Turismo Sostenibile, rivelandosi uno **strumento conoscitivo molto efficace**.
- ▶ Nel **2008**, in occasione del rinnovo della Carta stessa, l'esigenza di acquisire importanti informazioni di tipo diretto ha portato a riproporre un'indagine simile, di cui si darà conto in questa sede.
- ▶ L'obiettivo principale è stato quello di conoscere con un approccio diretto il "profilo del turista" di queste aree, rilevando aspettative, preferenze, opinioni e comportamenti di un campione di turisti frequentatori del Parco nel **periodo estivo**.

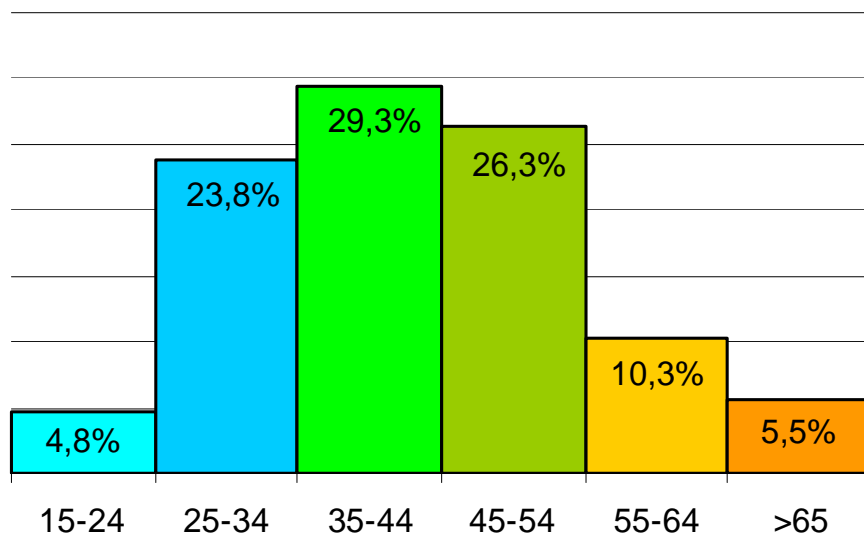
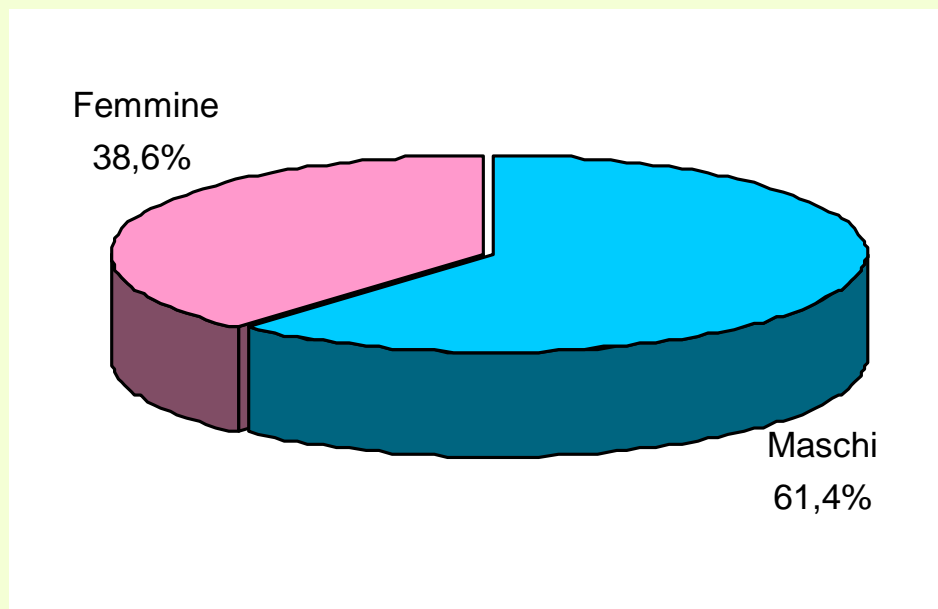
## Distribuzione del campione

Il questionario, strutturato e compilabile anche autonomamente, è stato distribuito da intervistatori del gruppo di lavoro e da rappresentanti del Parco in diversi punti, dalle case del Parco agli ingressi dei sentieri, dai punti informazione agli alberghi.

Il prospetto delle località in cui è stato somministrato mostra come il campione raggiunto sia effettivamente **eterogeneo da un punto di vista territoriale**, interessando 13 dei 18 comuni compresi nel Parco.

Località di somministrazione	frequenza	%
Acquacanina	-	-
Amandola	22	5,1
Arquata del Tronto	73	16,9
Bolognola	4	0,9
Castelsantangelo sul Nera	50	11,5
Cessapalombo	7	1,6
Fiastra	33	7,6
Fiordimonte	-	-
Montefortino	45	10,4
Montegallo	-	-
Montemonaco	64	14,8
Norcia	55	12,7
Pievebovigliana	2	0,5
Pievettorina	-	-
Preci	-	-
Visso	38	8,8
San Ginesio	10	2,3
Ussita	23	5,3
<i>Mancanti</i>	7	1,6
<b>Totale</b>	<b>433</b>	<b>100,0</b>

## Campione per classi d'età e genere

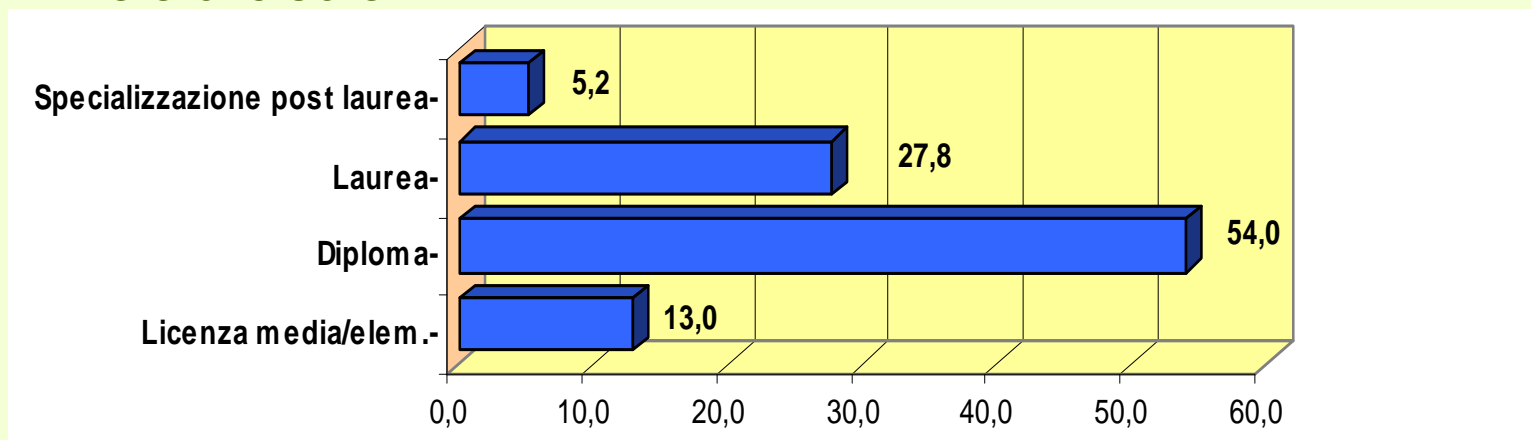


La rilevazione ha coinvolto un campione di **433** turisti, che hanno compilato in modo completo il questionario proposto.

Da un punto di vista demografico i visitatori del Parco intervistati hanno una **età media di 43 anni**, anche se le età sono piuttosto varie e vanno da un minimo di 15 ad un massimo di 79 anni, e sono in prevalenza uomini (61,4%).

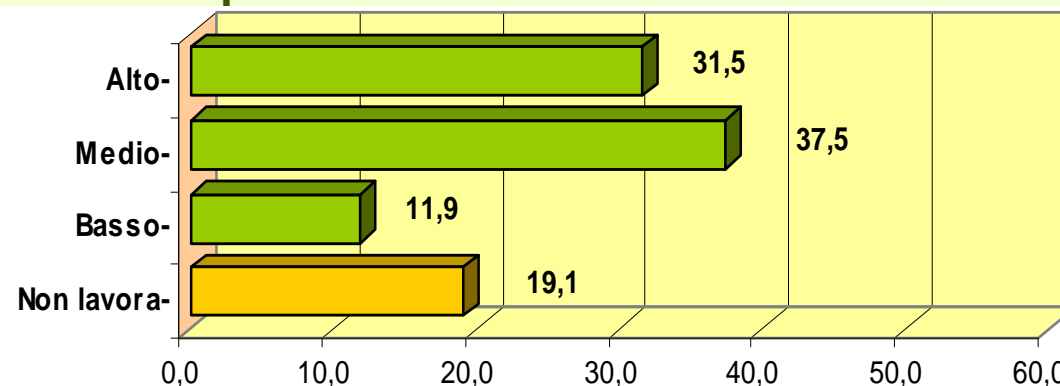
Questo profilo demografico è in linea con quello del campione intervistato nel 2001, con la leggera differenza che il campione del 2008 ha una maggiore concentrazione di turisti nelle **fasce d'età intermedie**.

## Titolo di studio



Come ci si poteva aspettare in base alla letteratura sul turismo nei parchi e da ricerche precedenti, il **livello socio-culturale** dei turisti intervistati è soprattutto **medio o alto**.

## Status economico-professionale



Anche lo **status economico-professionale** è soprattutto **medio alto**, e nel dettaglio mostra come il campione sia composto soprattutto da **impiegati** (27%), liberi professionisti (13,6%), insegnanti (7,9%), pensionati (7,2%), operai (7,2%) e dirigenti/quadri (6,5%).

## Luogo di provenienza

### I primi 13 comuni di provenienza

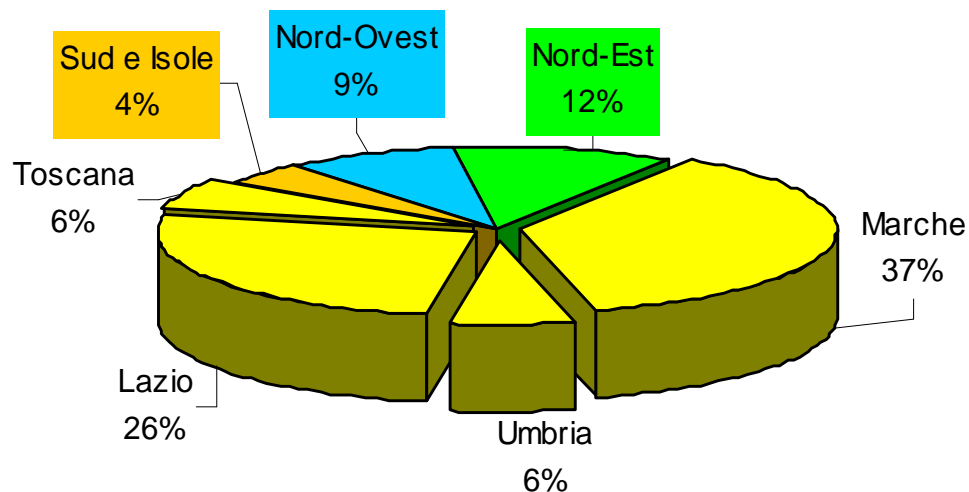
Comune	frequenze	% sul totale
Roma	74	17,1
Ascoli Piceno	16	3,7
Macerata	12	2,8
Pesaro	11	2,5
Bologna	10	2,3
Milano	10	2,3
Fermo	9	2,1
Ancona	8	1,8
Firenze	8	1,8
Perugia	7	1,6
Camerino	5	1,2
Castelfidardo	5	1,2
Gubbio	5	1,2

### Le prime 13 province di provenienza

Provincia	frequenze	% sul totale
Roma	92	21,2
Ascoli Piceno	52	12,0
Ancona	46	10,6
Macerata	37	8,5
Perugia	22	5,1
Milano	15	3,5
Pesaro-Urbino	14	3,2
Bologna	11	2,5
Firenze	10	2,3
Bari	5	1,2
Latina	5	1,2
Modena	5	1,2
Verona	5	1,2

Gli italiani provengono soprattutto dal Centro Italia. I **comuni** di provenienza sono ben 165 , fra i quali spicca **Roma (17,1%)**, a cui seguono **Ascoli Piceno** e **Macerata**. Ai primi posti anche le grandi città del centro nord (Bologna, Milano e Firenze). Anche le **province** di provenienza sono molto varie (56), con in testa la provincia di **Roma** e le province marchigiane (**Ascoli Piceno, Ancona, Macerata**, ma anche Pesaro e Urbino) e la provincia umbra di **Perugia**.

## Zone geografiche di provenienza



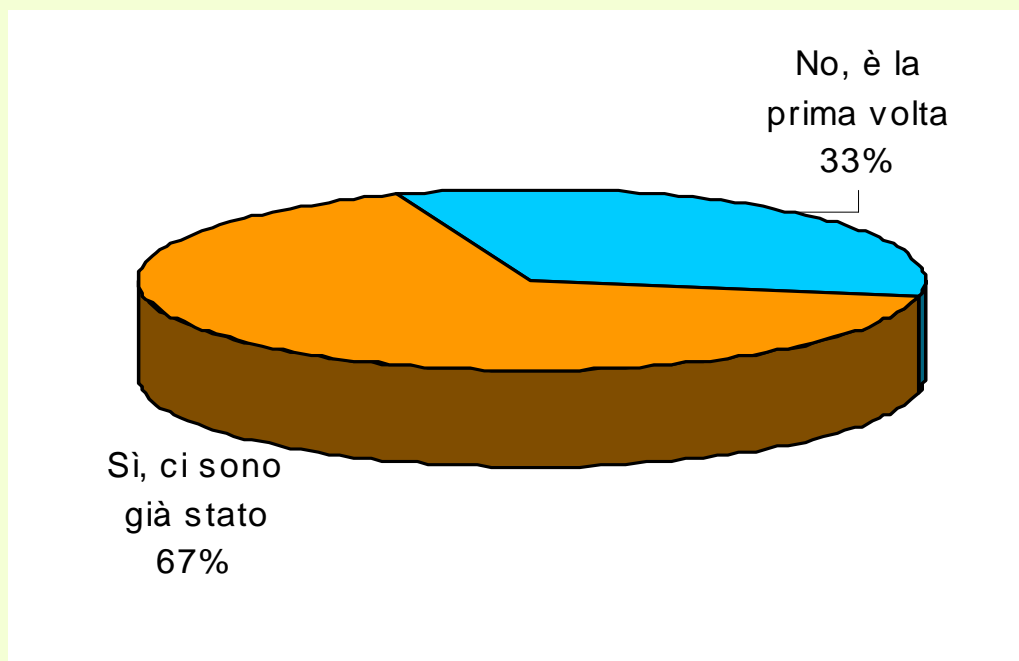
In un quadro di grande varietà delle provenienze, sono le **località vicine al Parco ad essere i luoghi di provenienza prevalenti**. Circa il 37% dei visitatori proviene dalle Marche (in particolare le località costiere) e il 26% dal Lazio (prevalentemente da Roma).

## Regioni di provenienza

Regione	freq.	%
Marche	149	36,7
Lazio	105	25,9
Emilia-Romagna	31	7,6
Toscana	26	6,4
Umbria	26	6,4
Lombardia	23	5,7
Veneto	15	3,7
Puglia	8	2,0
Liguria	6	1,5
Piemonte	5	1,2
Abruzzo	4	1,0
Campania	2	0,5
Valle d'Aosta	2	0,5
Trentino Alto Adige	1	0,2
Molise	1	0,2
Sicilia	1	0,2
Sardegna	1	0,2
Totale	406	100,0

## Esperienza di visita nel Parco e conoscenza del luogo come Parco Nazionale

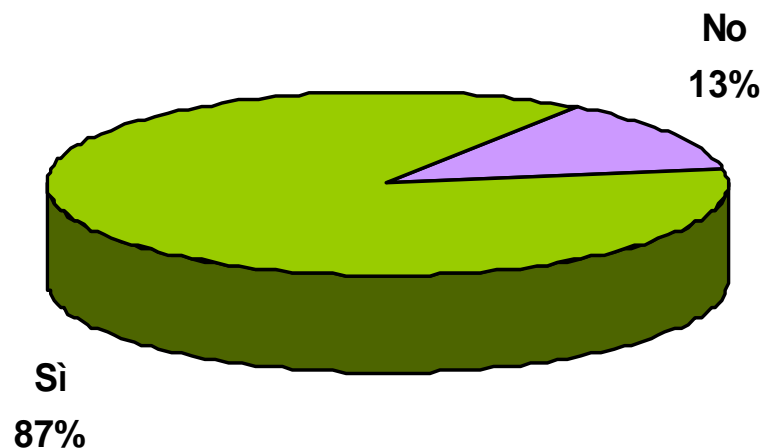
Era già stato nel parco dei monti Sibillini?



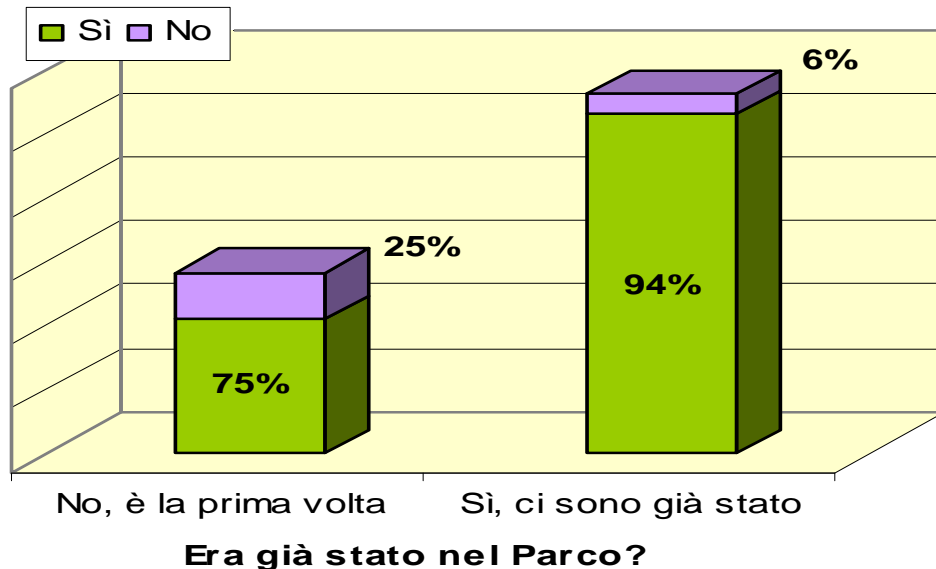
Il campione è composto in prevalenza da persone che sono già state altre volte nel parco e, tuttavia **il 33,4% degli intervistati è qui per la prima volta**. Si tratta di una porzione per nulla trascurabile, che sembra equilibrare il ricambio turistico con il **turismo di ritorno: un nuovo arrivato ogni due "affezionati"**.

## Esperienza di visita nel Parco e conoscenza del luogo come Parco Nazionale

Sapeva che il luogo è un Parco nazionale?



Conosceva che il luogo è in un Parco Nazionale?



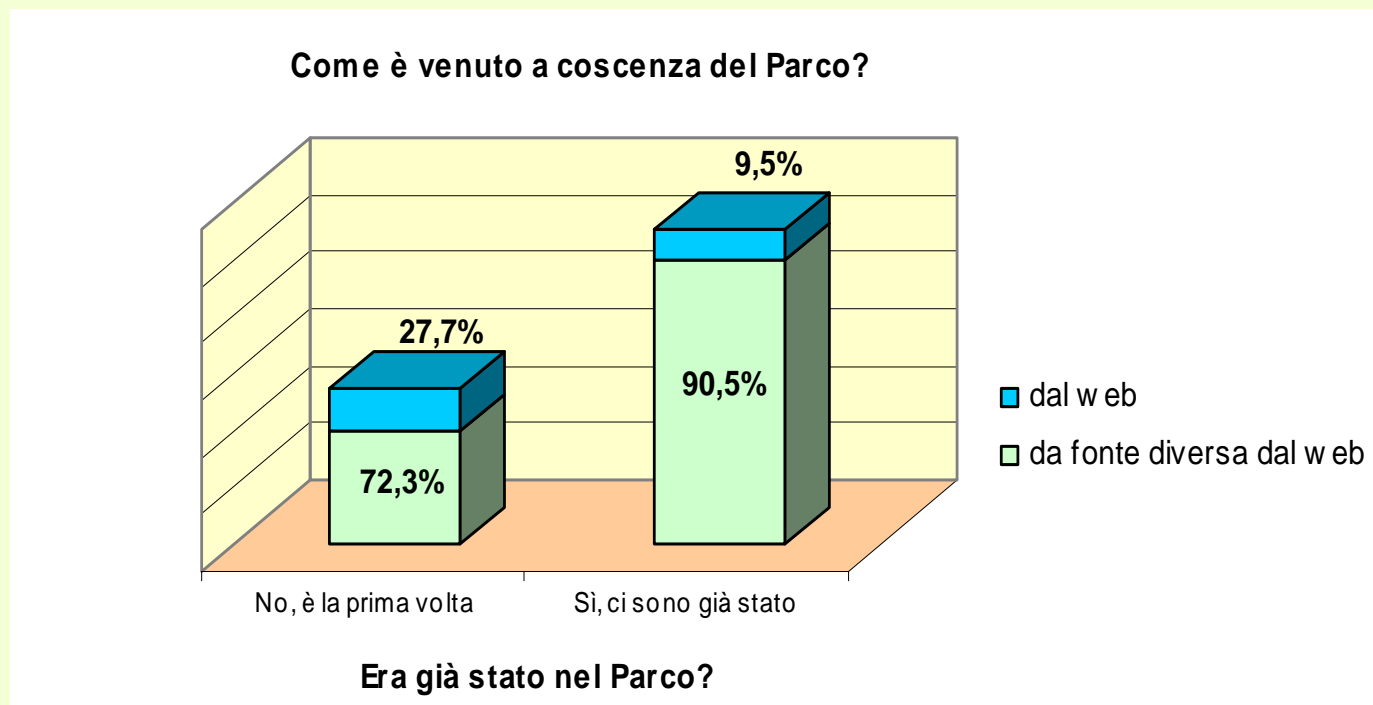
Non tutti coloro che visitano queste zone sono a conoscenza, prima dell'arrivo, che il territorio fa parte di un Parco Nazionale (**l'87% lo sa**, il 13% non lo sa). E' più probabile che non ne sia a conoscenza soprattutto chi è in questi luoghi per la prima volta: le quote si differenziano nel gruppo di coloro che sono alla prima visita (**75% conoscono e 25% non conoscono**) e di chi vi è già stato (**94% conoscono e 6% non conoscono**). In generale i visitatori del Parco sono **consapevoli dell'esistenza dell'area protetta**. Anche tra chi arriva per la prima volta, la percentuale dei turisti a conoscenza dell'esistenza del Parco **è molto alta (3 persone su quattro)**.

## Come è venuto a conoscenza del Parco dei monti Sibillini?

Fonte della conoscenza	n. risposte	% sulle risposte	% sui casi
Amici/conoscenti	188	35,5	48,6
Libri/guide/riviste specializzate	98	18,5	<b>25,3</b>
Conoscenza da Web	65	12,3	<b>16,8</b>
Giornali/televisioni/radio	49	9,3	12,7
Uffici info/centri visite Parco	44	8,3	<b>11,4</b>
Altra fonte di conoscenza	43	8,1	11,1
Cartelli/segnalazioni stradali	27	5,1	7,0
Manifestazioni/fiere	9	1,7	2,3
Agenzia viaggi	6	1,1	1,6
Tot. risposte	529	100,0	136,7

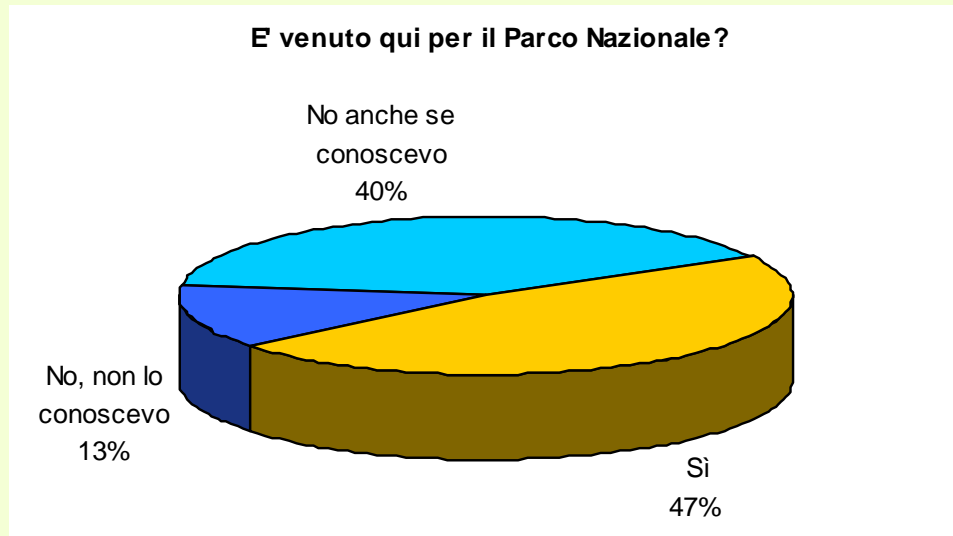
La **conoscenza dell'esistenza del Parco** deriva principalmente da una fonte diretta e personale. Buona parte degli intervistati (25,3%) ha conosciuto il parco anche da **libri/guide/riviste specializzate**, ad indicare anche che il Parco è ben segnalato nel materiale cartaceo di settore e che è stato capace di realizzare prodotti editoriali ad hoc. Seguono le **ricerche sul web** (navigazione in internet e accesso al sito del Parco, 16,8%), i canali mediatici "tradizionali" di televisione, giornali e radio (12,7%), e gli **uffici del Parco**, che raggiungono un lusinghiero 11,4%.

## Conoscenza del Parco da web per esperienza pregressa di visita al Parco (contributo del sito web alla conoscenza dell'esistenza del Parco)



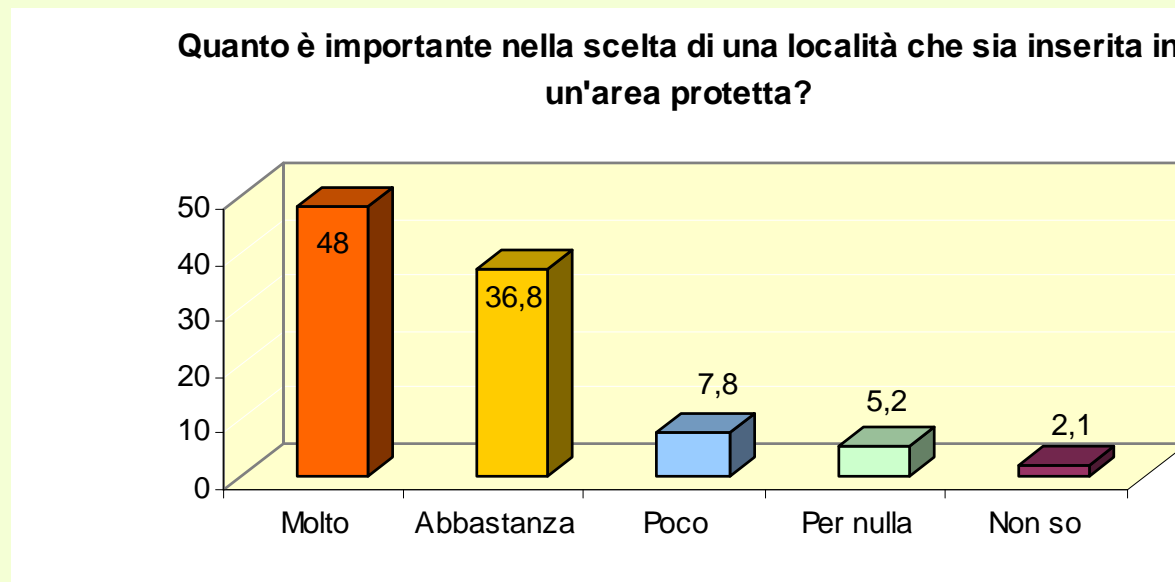
La "Conoscenza da web" è una fonte indicata soprattutto da chi visita il posto per la prima volta (**27,7%** dei casi, contro il 9,5% di chi ci è già stato). Da questo scarto percentuale, che si riscontra solo per questo tipo di comunicazione, emerge **quanto sia importante il contributo del web nella conoscenza dell'esistenza del Parco per chi arriva nel posto per la prima volta.**

## Conoscenza e scelta del Parco Nazionale



E' degno di nota che ben il **47%** degli intervistati abbia scelto questi luoghi **proprio perché si tratta di un'area protetta**.

## Importanza che la località scelta sia in un'area protetta



Inoltre, per la **quasi totalità** degli intervistati il fatto che il luogo prescelto sia inserito in un'area protetta è certamente **importante**.

## Nella scelta del luogo della sua vacanza quali aspetti sono per lei importanti?

Aspetti importanti	n. risposte	% sulle risposte	% sui casi
<b>Unicità ambiente naturale e contatto con la natura</b>	312	27,4	<b>72,7</b>
Relax	262	23,0	61,1
<b>Unicità patrimonio artistico/ storico/ archeologico</b>	153	13,5	35,7
Tradizioni e culture locali	147	12,9	34,3
<b>Produzioni enogastronomiche</b>	105	9,2	24,5
Possibilità di svago e divertimento	69	6,1	16,1
Visite a centri religiosi	40	3,5	9,3
Visite ad amici/parenti	33	2,9	7,7
Altro aspetto	16	1,4	3,7
Tot. risposte	1137	100,0	265,0

Potendo fornire una scelta di tre risposte, più del 70% degli intervistati ha indicato, fra l'**Unicità dell'ambiente naturale e il contatto con la natura**, a cui segue il Relax (61,1%). Ben piazzati anche il **patrimonio culturale** e l'**enogastronomia**.

## Aspettative della visita di un'area protetta

### Cosa si aspetta di trovare in un'area protetta di diverso dagli altri luoghi?

Aspettative	n. risposte	% sulle risposte	% sui casi
Escursioni all'aria aperta	250	24,8	<b>67,6</b>
Scoperta del patrimonio naturale e culturale	218	21,6	<b>58,9</b>
Osservazione di flora e fauna	210	20,8	<b>56,8</b>
Degustazione di prodotti genuini	132	13,1	35,7
Fruizione di esperienze turistiche di qualità	71	7,0	<b>19,2</b>
Occasione di contatto popolazione locale	65	6,4	17,6
Partecipazione ad attività di educazione ambientale	43	4,3	<b>11,6</b>
Altro aspetto	11	1,1	3,0
Partecipazione ad attività di eco-volontariato	8	0,8	2,2
Tot. risposte	1008	100,0	272,4

Gli intervistati considerano importante poter realizzare **attività a contatto con la natura**. Nella risposte è sempre presente il riferimento alla natura, in cui si mescolano la scoperta del patrimonio culturale, la gastronomia di qualità, il desiderio di esperienze turistiche di qualità e l'educazione ambientale.

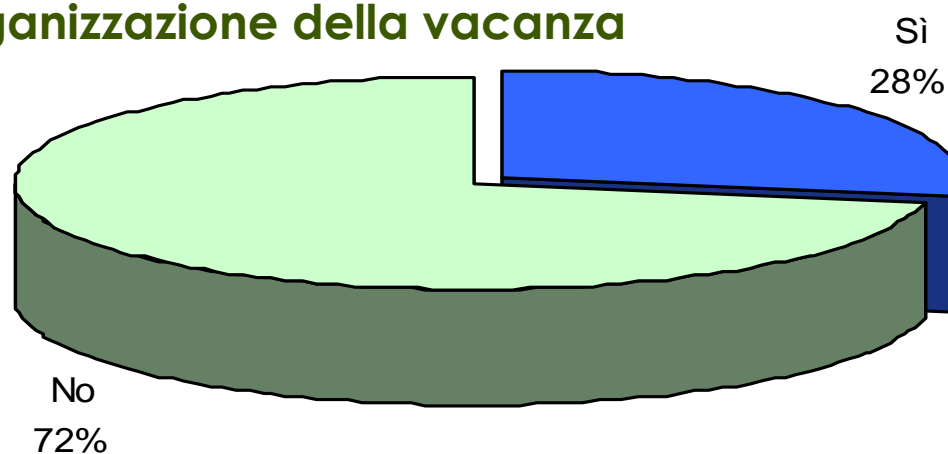
## Organizzazione del viaggio

### Chi ha organizzato la sua vacanza?

Organizzatore/i	frequenza	%
Io	312	73,9
Familiari, amici	88	20,9
Associazione (sportiva, religiosa, ecc.)	12	2,8
Altro	6	1,4
Agenzia viaggi	4	0,9
Totale	422	100,0

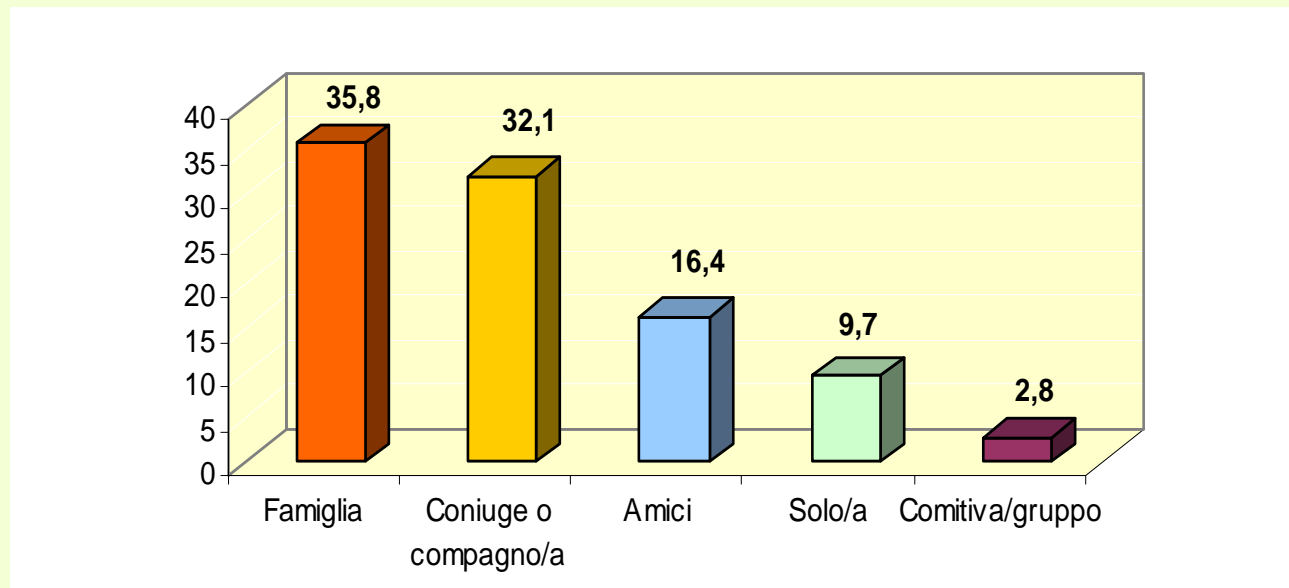
L'organizzazione del viaggio o della vacanza nel Parco è nella quasi totalità un **"fai da te"**

### Utilizzo del sito web del Parco nell'organizzazione della vacanza



Nella fase di pianificazione del viaggio più di un quarto degli intervistati (28%) consulta direttamente il **sito web del Parco**.

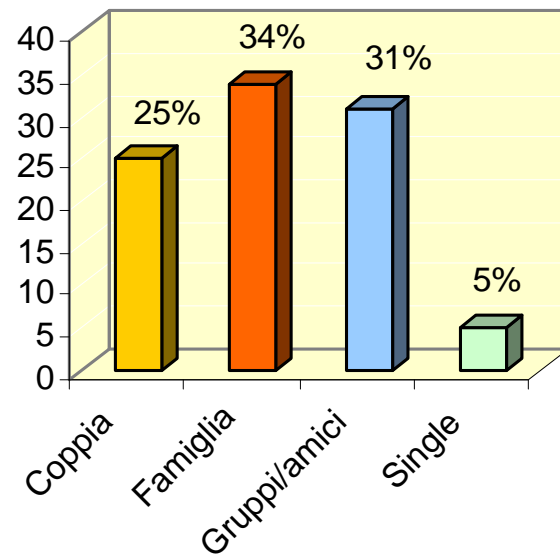
## In compagnia di chi sta viaggiando? (%)



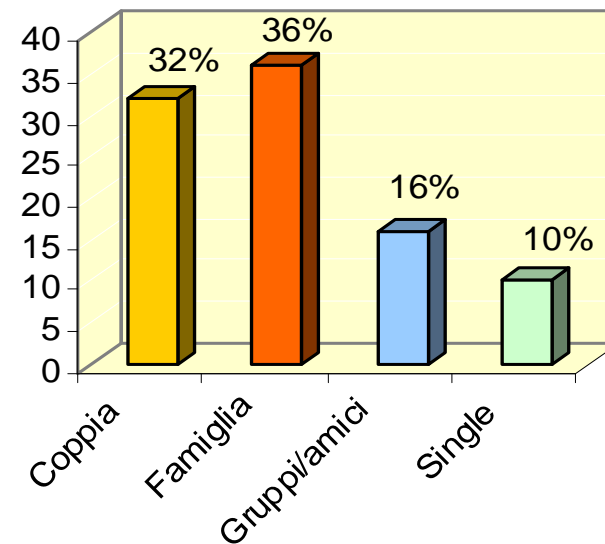
Come è risultato anche nell'indagine del 2000, **visitano il Parco dei Monti Sibillini prevalentemente famiglie (35,8%) o coppie (32,1%).**

## Distribuzione del campione per compagnia di viaggio nelle indagini Acta 2001 e Ambiente Italia 2008

Indagine Acta 2001

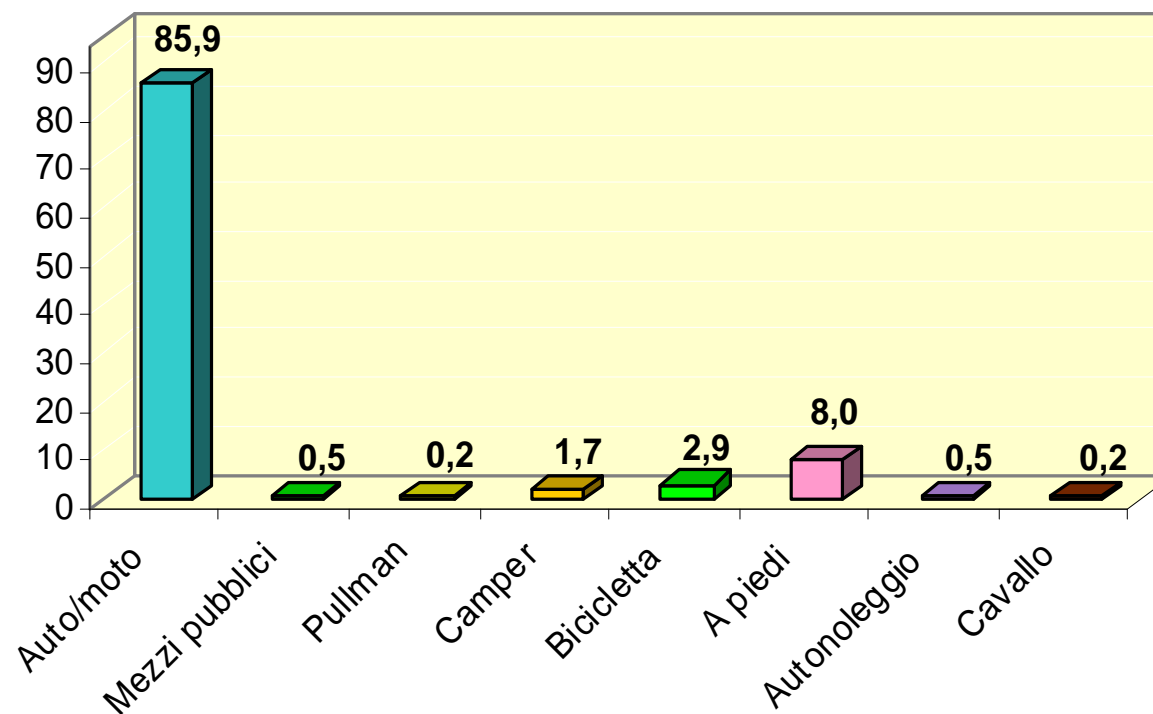


Indagine Ambientitalia 2008



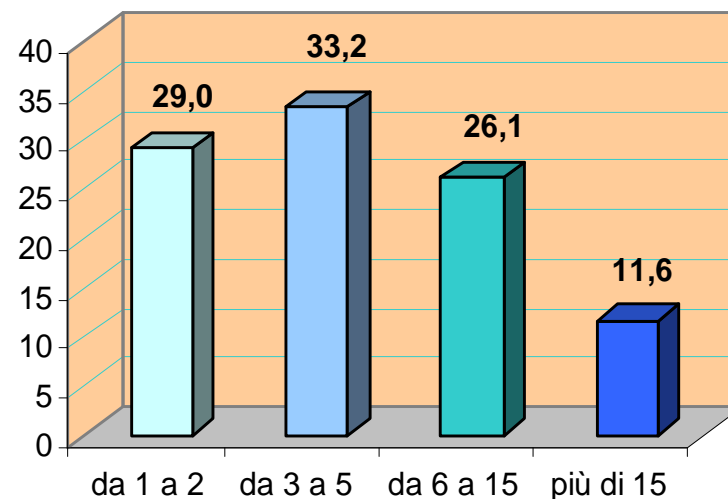
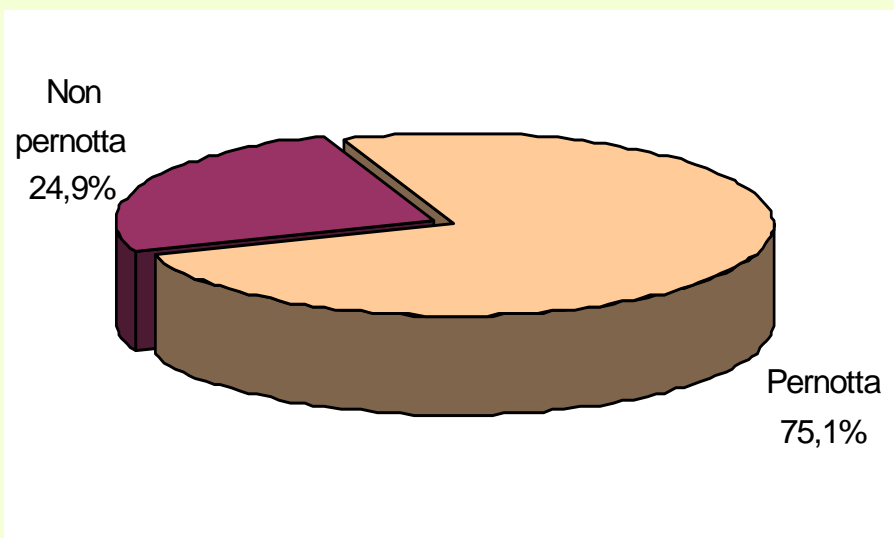
Rispetto al 2001 crescono le vacanze in **coppia** (dal 25% al 32%) e in **famiglia**, mentre si dimezza la quota di gruppi/comitive/amici (dal 31% al 16%). Raddoppia la quota di chi viaggia da solo (dal 5% al 10%), dovuto probabilmente all'aumentato escursionismo in montagna.

## Mezzo di spostamento



Per gli spostamenti nel Parco si conferma l'utilizzo quasi esclusivo dell'auto. Solo il 3% utilizza la bicicletta e circa un 8% si sposta a piedi. Tale dato induce a riflettere sulla **mancanza persistente di mezzi pubblici**

## Pernottamento nel Parco o nelle immediate vicinanze e durata del soggiorno in giorni (%)

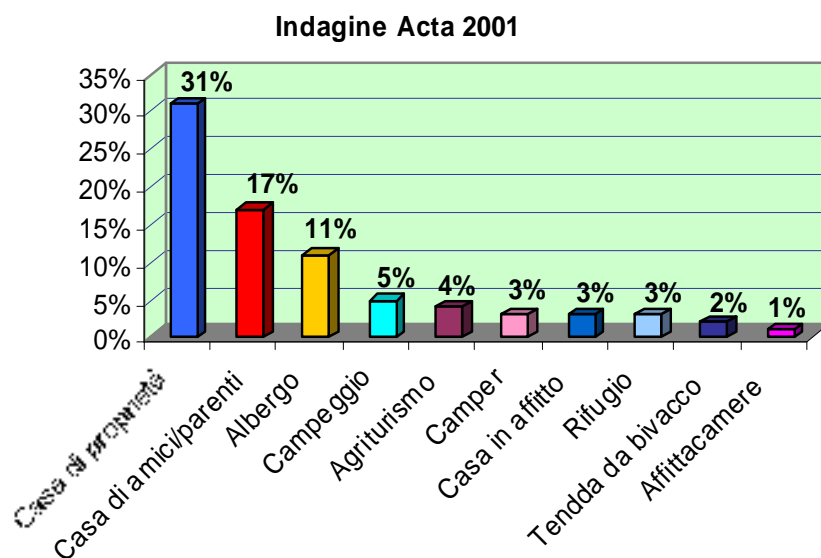


Un **quarto** degli intervistati non pernotta nel Parco o nelle immediate vicinanze e rappresenta la porzione turistica degli **escursionisti**, confermando le indagini precedenti.

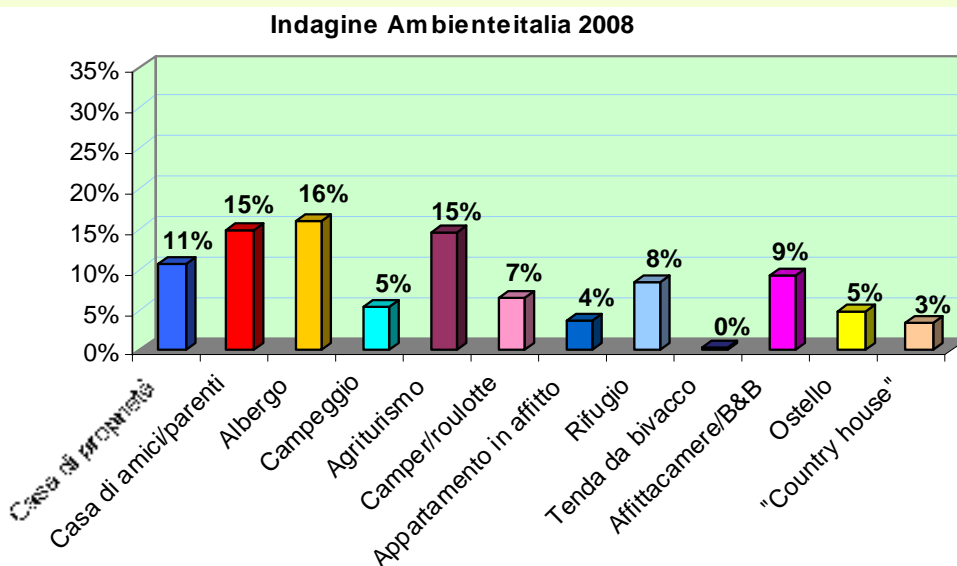
La **durata media** del soggiorno è **variegata**: il 29% pernotta solo 1-2 giorni, ma il **33%** 3-5 giorni e il **26%** resta più di una settimana. Inoltre un **12%** si ferma per più di 2 settimane.

Rispetto alle indagini precedenti si è **ridotta la quota delle permanenze lunghe**, il “turismo di ritorno” legato alle **secondo case**, mentre è aumentata la **vacanza breve**, sia per la **trasformazione dell’offerta ricettiva**, sia per l’evolversi dei comportamenti turistici, che tendono a contrarre sempre più la durata delle proprie permanenze.

## Tipo di alloggio di chi pernotta



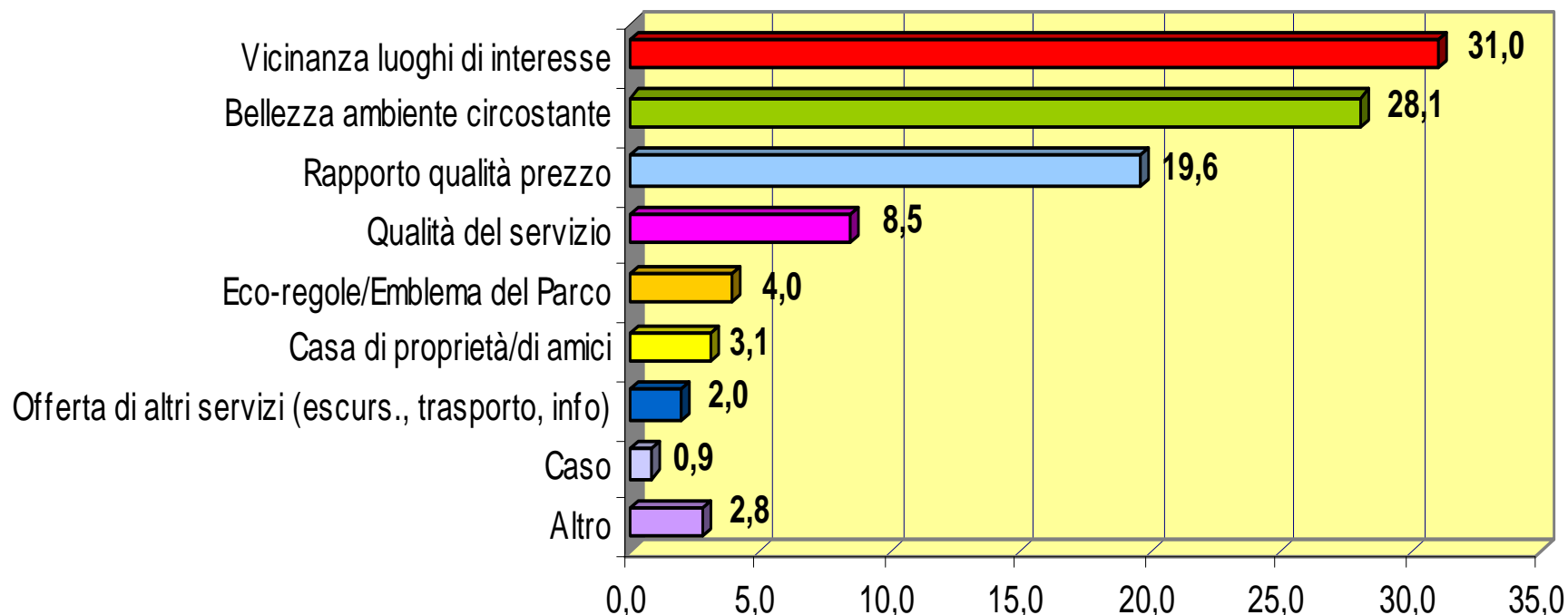
Mettendo a confronto le tipologie alloggiative indicate del 2000 e del 2008, si vede come **diminuiscano** molto gli **alloggi in case di proprietà**.



Contemporaneamente, **umentano agriturismi** (dal 4 al **15%**), **affittacamere e B&B** (dall'1 al **9%**) e **rifugi** (dal 3 all'8%).

Anche gli alloggi negli **alberghi** sono in aumento.

## Criteri di scelta dell'alloggio



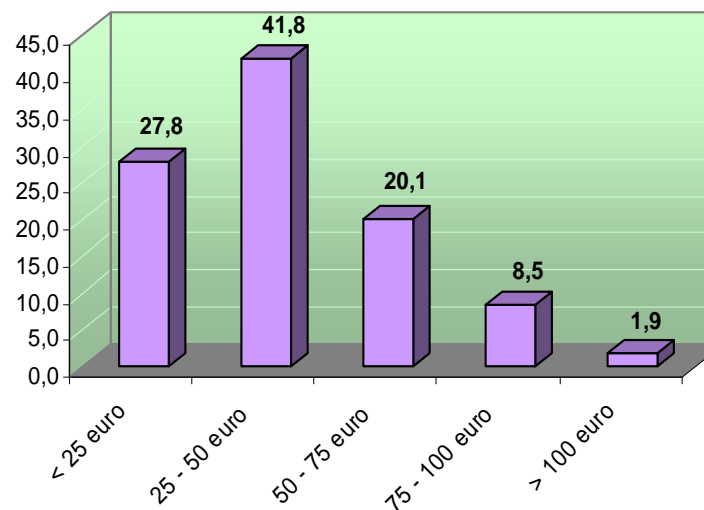
La scelta dell'alloggio avviene prevalentemente perché questo è **vicino ai luoghi di interesse** o ai punti **più belli dal punto di vista naturalistico**, mentre i criteri del **rapporto qualità-prezzo** e della qualità del servizio emergono di meno.

Ne emerge un quadro, a conferma delle indagini precedenti, di **turisti non particolarmente esigenti** rispetto alla qualità ricettiva "tradizionale", ma **interessati soprattutto alla qualità del territorio e al contatto con la natura**.

## Costi

### Quanto spende mediamente al giorno per questa vacanza?

La spesa media giornaliera non è elevata, aggirandosi intorno ai 25-50 € (41,8%); molti spendono meno di 25 € (27,8%). Sono dati in linea con il 5° Rapporto Ecotur, per cui nel 2006 la spesa media giornaliera del turista italiano in aree protette è di 62,8 €.



		Pernottamento nel Parco o nelle immediate vicinanze		
		Non pernotta	Pernotta	Totale
Spesa media giornaliera	< 25 euro	<b>65,5</b>	17,1	27,9
	25 - 50 euro	26,2	<b>45,9</b>	41,5
	50 - 70 euro	4,8	<b>24,7</b>	20,2
	75 - 100 euro	3,6	<b>9,9</b>	8,5
	> 100 euro	0,0	<b>2,4</b>	1,9
	Totale	100,0	100,0	100,0
		84	292	376

### Spesa media giornaliera per pernottamento nel Parco o nelle vicinanze

Le somme più basse sono spese da chi non pernotta, che nel 65% dei casi spende meno di 25 €. La spesa media aumenta tra quanti pernottano, il 37% dei quali spende più di 50 € al giorno.

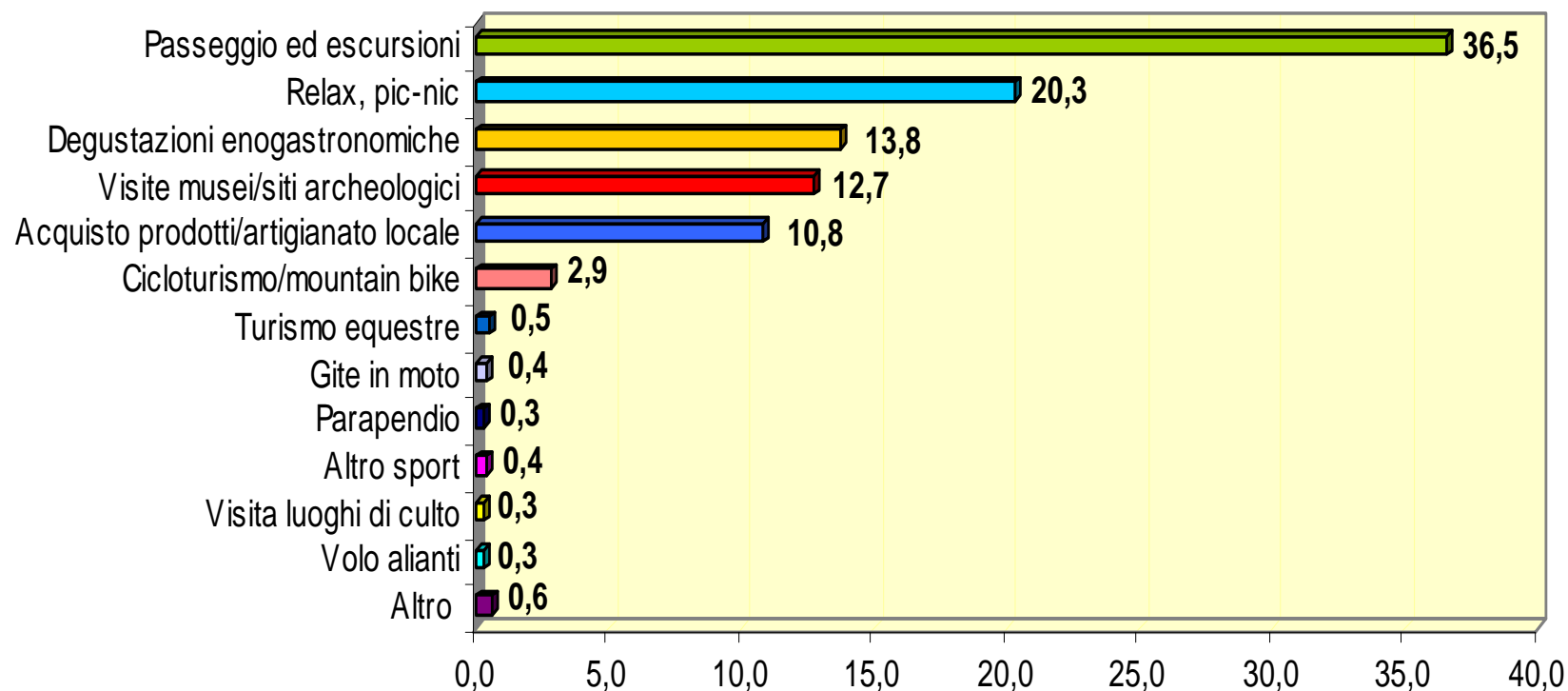
## Spesa media giornaliera per tipo di sistemazione/alloggio

		Tipo di sistemazione nel Parco o nelle immediate vicinanze			
		Alberghiera	Extra-alberghiera	Privata	Totale
Spesa media giornaliera	< 25 euro	4,0	10,3	<b>38,2</b>	19,0
	25 - 50 euro	26,0	<b>51,0</b>	46,1	39,1
	> 50 euro	<b>70,0</b>	38,7	15,7	41,9
	Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
		50	155	89	294

Nelle strutture alberghiere la spesa media giornaliera sale a più di 50 € nel 70% dei casi. Nelle sistemazioni private (seconda casa, amici, camper) la spesa è più contenuta. Nelle strutture extra-alberghiere (affittacamere, B&B, agriturismi, rifugi, ostelli, campeggi, country house e appartamenti in affitto) la spesa è intermedia: il 51% spende fra i 25 e i 50 €, ma non è trascurabile la quota di chi spende più di 50 € (38,7%).

Tale dato conferma quindi che le strutture **extra-alberghiere, nella varietà delle loro proposte, sembrano venire incontro bene alle diverse disponibilità economiche dei fruitori del Parco.**

## Attività che i turisti intervistati intendono fare

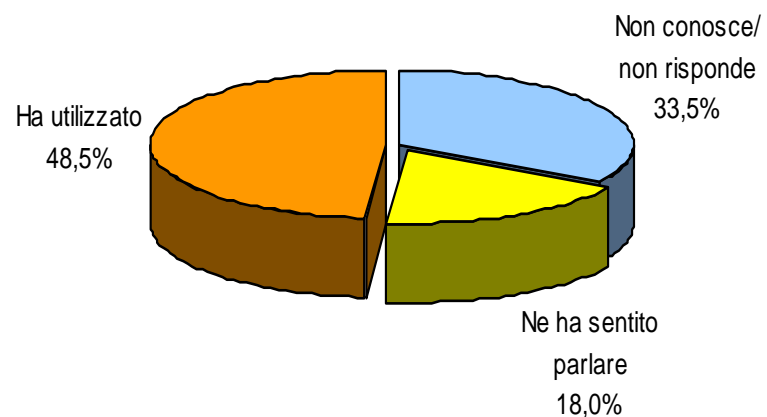


La maggior parte degli intervistati intende fare **passeggiate ed escursioni** e rilassarsi facendo magari dei **pic-nic**. Seguono quindi le degustazioni **enogastronomiche**, le visite ai **musei e ai siti archeologici** e l'acquisto di **prodotti locali**. A fronte del **binomio natura e relax**, che è prevalente, sembra opportuno suggerire che non vadano trascurate talune attività turistiche (cicloturismo, turismo equestre) che potrebbero diventare, se incoraggiate, nuove risorse del territorio per accrescere segmenti di turismo-natura più attivi e sportivi.

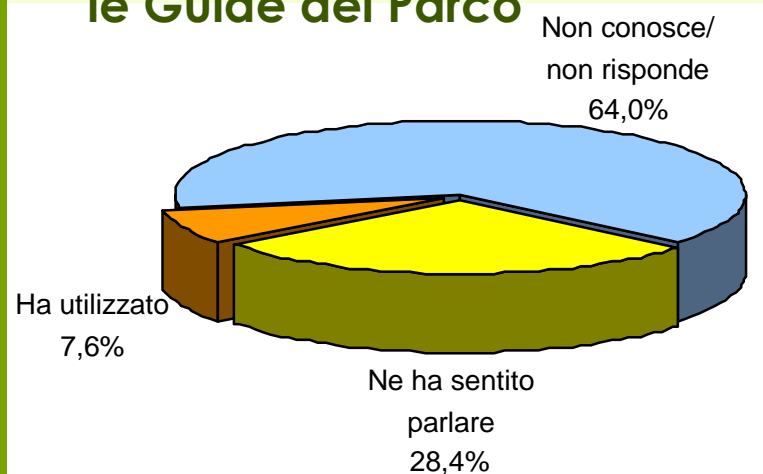
## Fruizione dei servizi del Parco

I servizi del Parco sono conosciuti ed utilizzati, soprattutto i servizi Informazione e le **Case del Parco**. Meno utilizzati, ma conosciuti, le visite guidate con le Guide del Parco e i Centri di Educazione Ambientale, che sono però stati istituiti molto di recente.

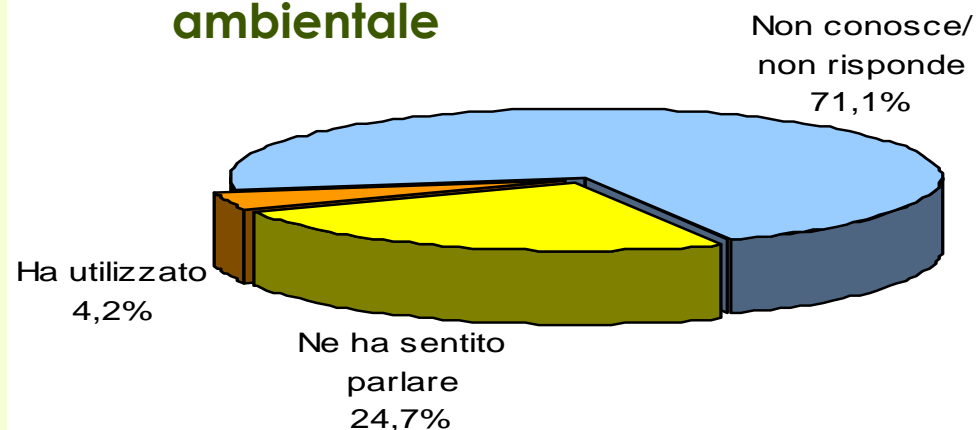
## Conoscenza e fruizione del Servizio informazione - Case del Parco



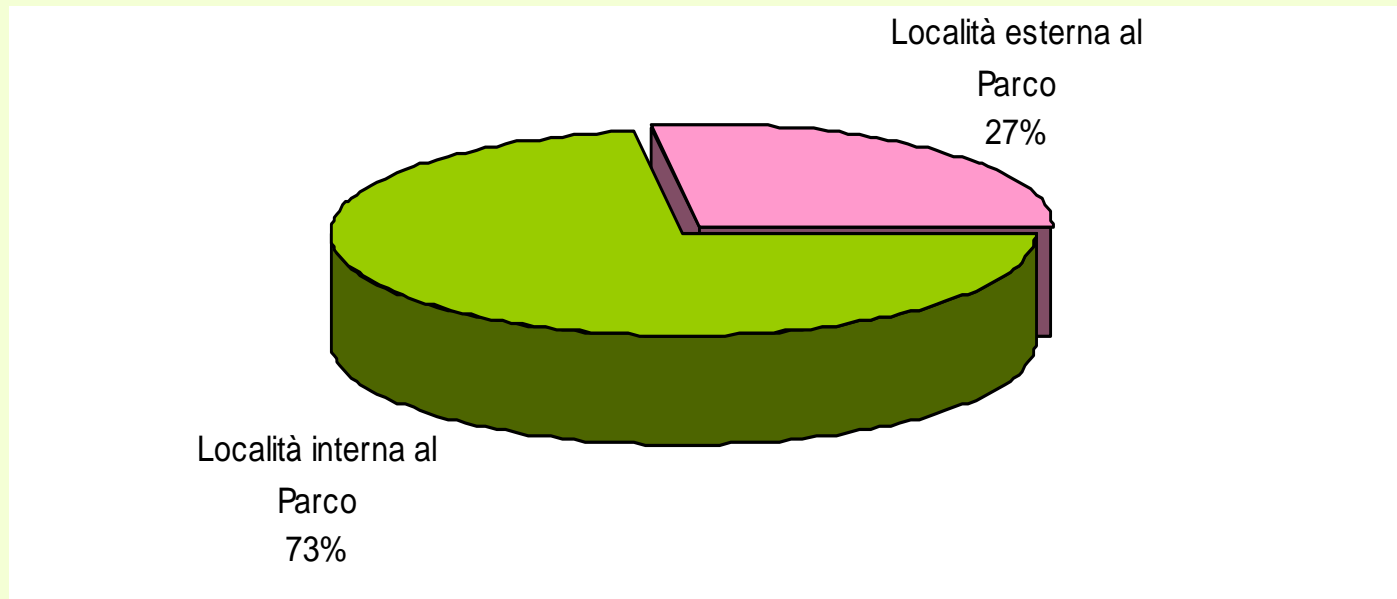
## Conoscenza e fruizione delle Visite guidate con le Guide del Parco



## Conoscenza e fruizione dei Centri di educazione ambientale



## Località di pernottamento (interna o esterna al Parco)



Gli intervistati che pernottano sono nella gran parte (73%) nei comuni compresi nel Parco, mentre poco più di un quarto (27%) è sistemato in una località non compresa nel perimetro ufficiale dell'area protetta.

## Comuni del Parco in cui si pernotta

Comune	frequenza	% sul campione	% su chi pernotta
Acquacanina	4	0,9	1,3
Amandola	15	3,5	4,8
Arquata del Tronto	14	3,2	4,5
Bolognola	6	1,4	1,9
Castelsantangelo sul Nera	19	4,4	6,1
Cassapalombo	3	0,7	1,0
Fiastra	12	2,8	3,8
Fiordimonte	0	0,0	0,0
Montefortino	10	2,3	3,2
Montegallo	4	0,9	1,3
Montemonaco	39	9,0	12,5
Norcia	27	6,2	8,6
Pievebovigliana	3	0,7	1,0
Pieveterina	2	0,5	0,6
Preci	15	3,5	4,8
San Ginesio	22	5,1	7,0
Ussita	17	3,9	5,4
Visso	16	3,7	5,1
<i>Altro comune</i>	85	19,6	27,2
<i>Totale</i>	<i>313</i>	<i>72,3</i>	<i>100,0</i>
Non pernotta o non risponde	120	27,7	
Totale	433	100	

Da questo primo sguardo si può concludere che **i visitatori intervistati pernottano in tutti i comuni compresi nel Parco**, con una distribuzione a macchia di leopardo.

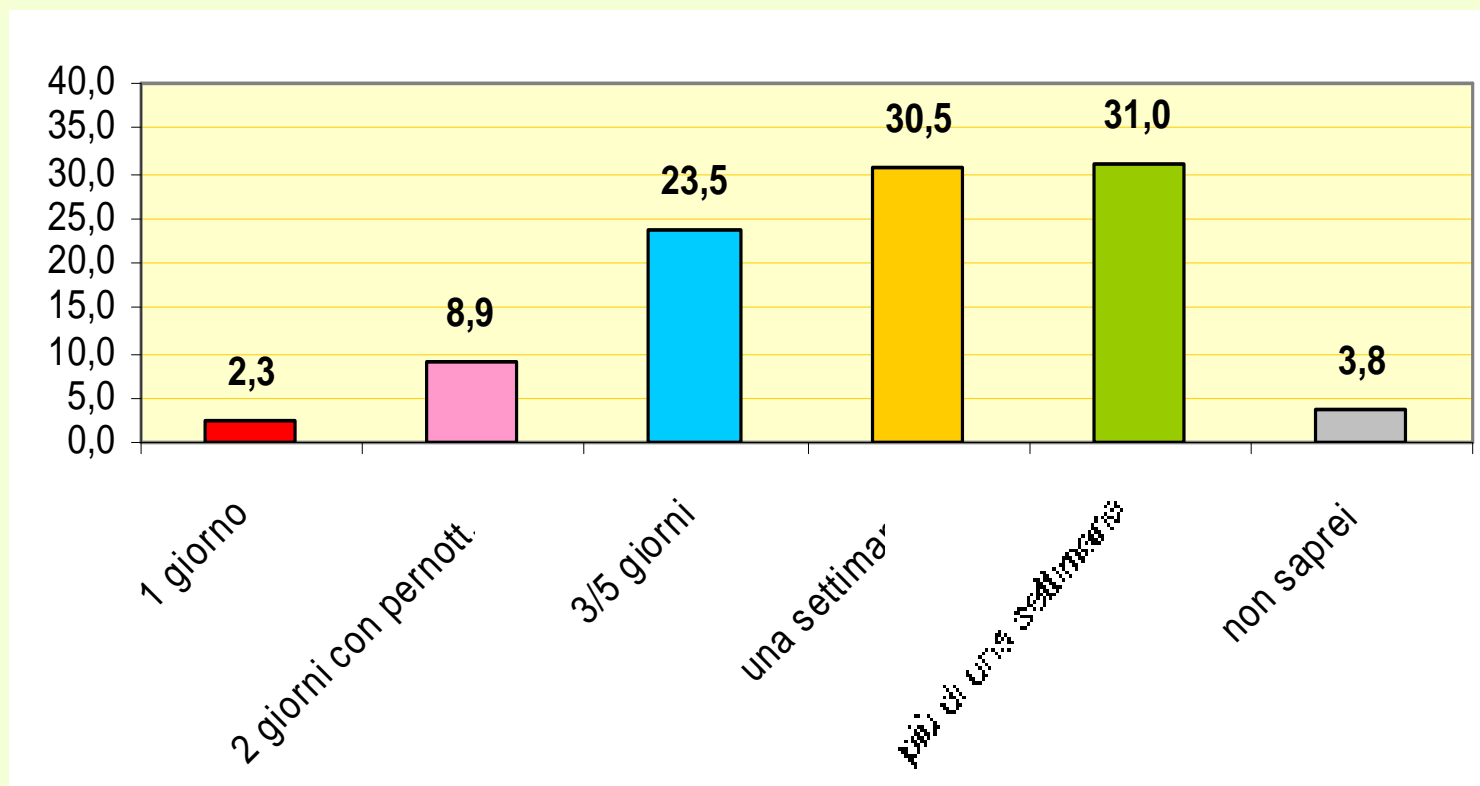
## Itinerari e strutture del territorio visitati o di cui si è sentito parlare

Itinerari o strutture	Ho visitato (%)	Ne ho sentito parlare (%)
Sentieri escursionistici	35,3	17,3
Itinerari nei centri storici	33,8	11,1
Sentieri natura	24,7	16,6
il Centro visita e Centro faunistico del cervo	14,8	15,2
Pinacoteca di Visso/Museo dei manoscritti di Leopardi	14,8	20,3
il Grande Anello dei Sibillini	12,8	47,5
Pinacoteca di Montefortino	7,6	16,2
Museo del territorio (Antropogeografico)	7,2	12,7
Centro visite delle Carbonaie (Casa delle farfalle)	5,3	13,6
Grande anello mountain-bike e altri itinerari cicloturistici	4,6	19,6
L'area faunistica del camoscio	4,2	16,2

Gli itinerari e le strutture più visitate rispecchiano le preferenze dei turisti del Parco per le passeggiate e il trekking: i sentieri escursionistici (35,3% degli intervistati), gli itinerari nei centri storici (33,8%) e i sentieri natura (24,7%). Il Grande Anello dei Sibillini è visitato da una quota di intervistati non marginale (12,8%), ma emerge decisamente come l'itinerario più conosciuto (47,5% del campione).

## Livello di soddisfazione

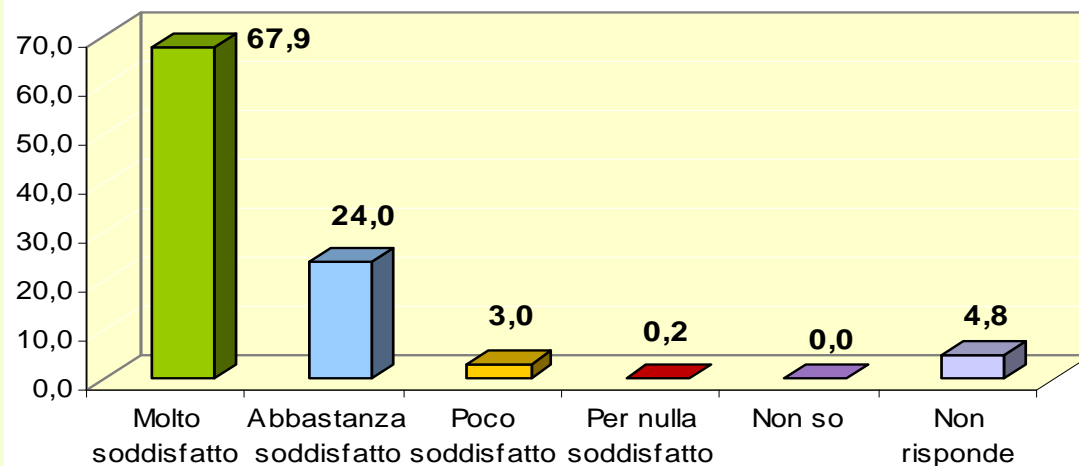
### giorni che si desidererebbe dedicare alla visita



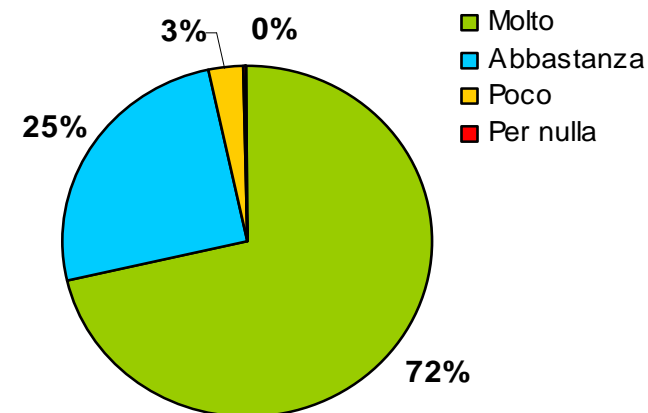
Il livello di gradimento per il Parco da parte dei suoi visitatori è testimoniato dal desiderio di molti intervistati, che, se ne avessero la possibilità, vorrebbero fermarsi nell'area per un **periodo sufficientemente lungo**, come una settimana (il 30,5%), o anche di più (il 31,0%).

## Valutazione dell'esperienza turistica

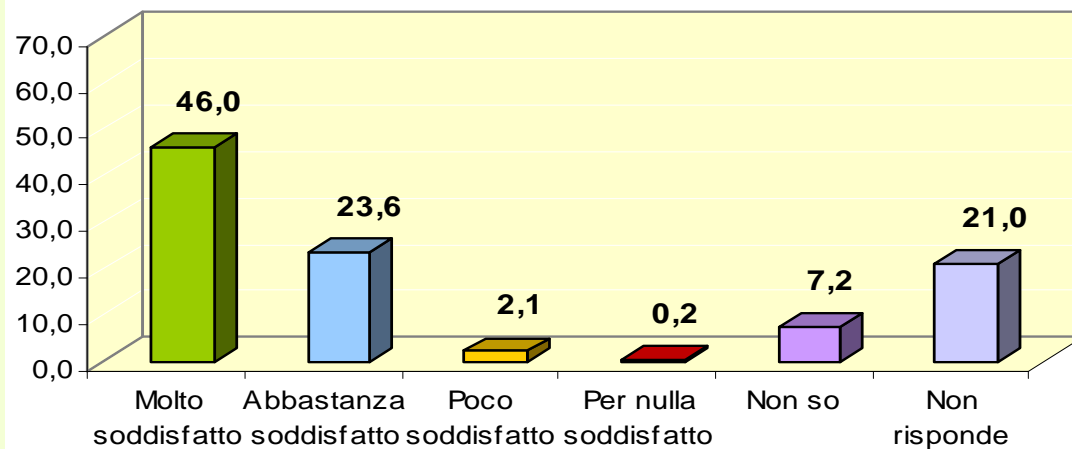
### Silenzio e tranquillità dei luoghi



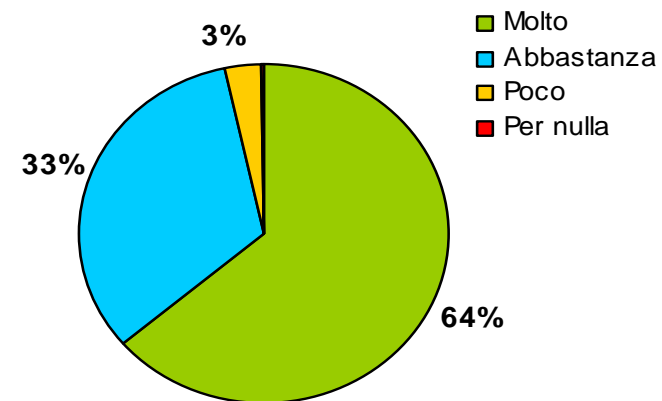
### livello di soddisfazione di chi fornisce una valutazione



### Qualità della ristorazione

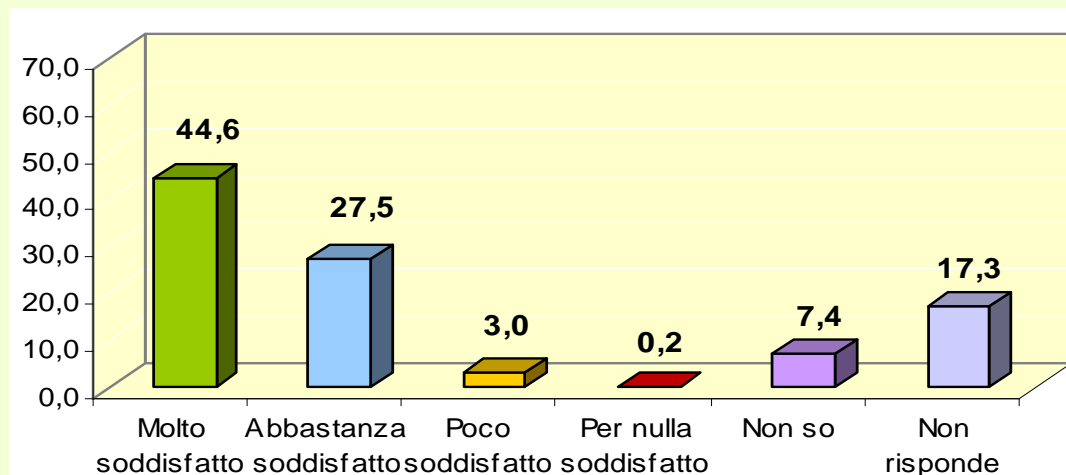


### livello di soddisfazione di chi fornisce una valutazione

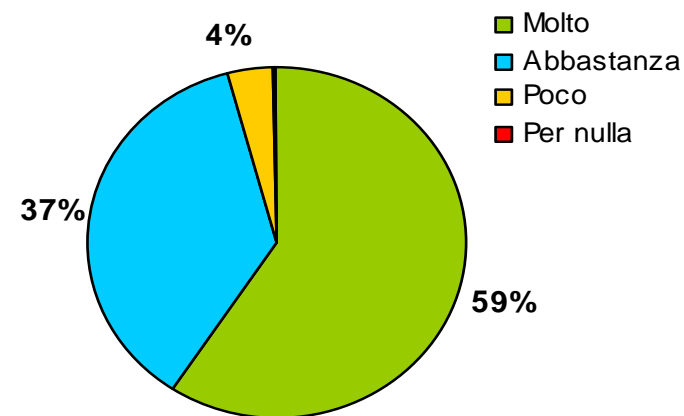


## Livello di soddisfazione

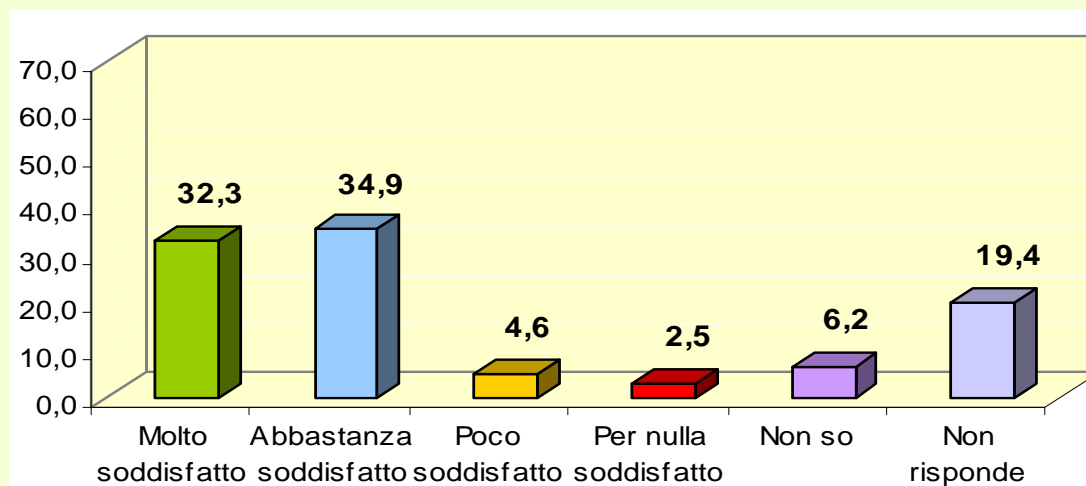
### Qualità dei prodotti enogastronomici



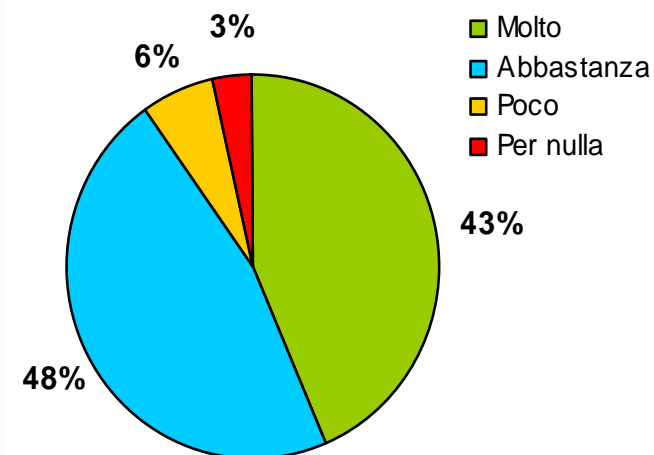
### livello di soddisfazione di chi fornisce una valutazione



### Qualità dell'accoglienza

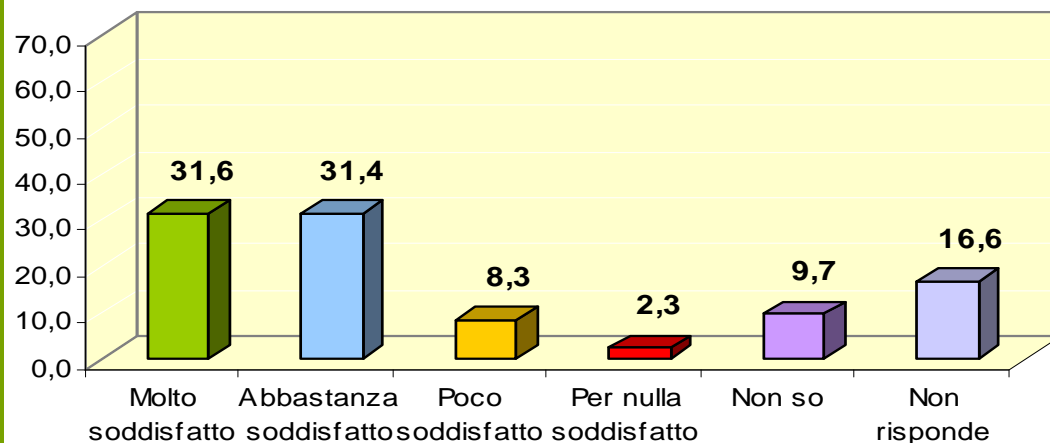


### livello di soddisfazione di chi fornisce una valutazione

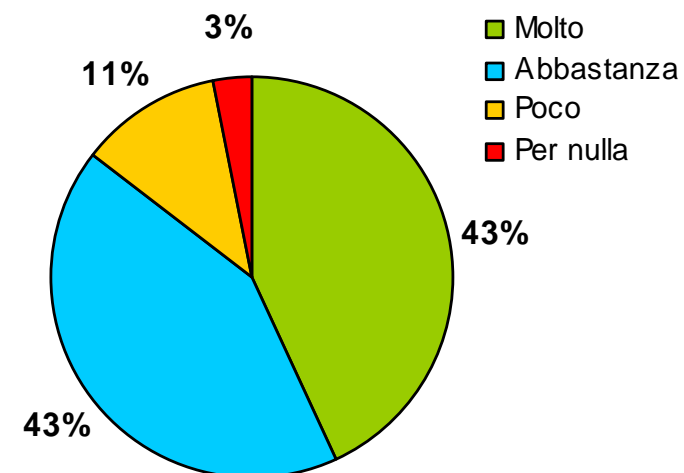


## Livello di soddisfazione

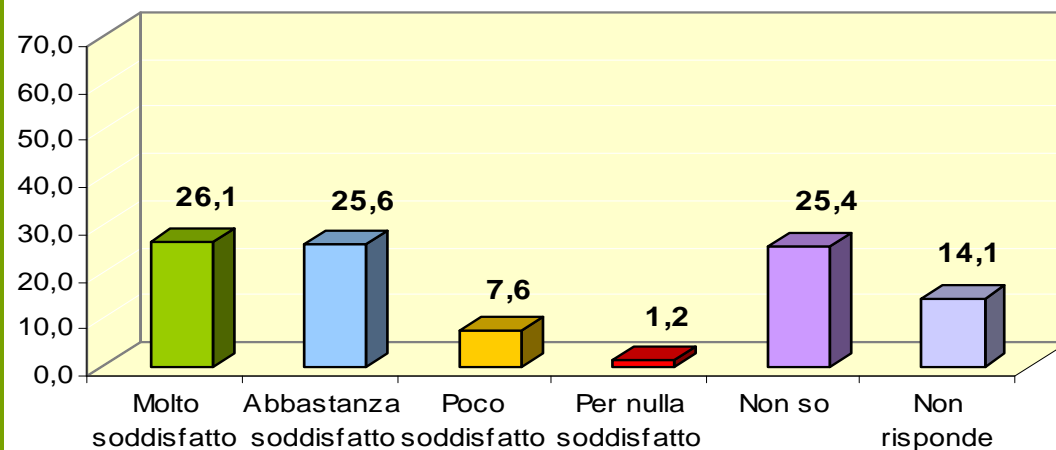
### Punti sosta e punti panoramici



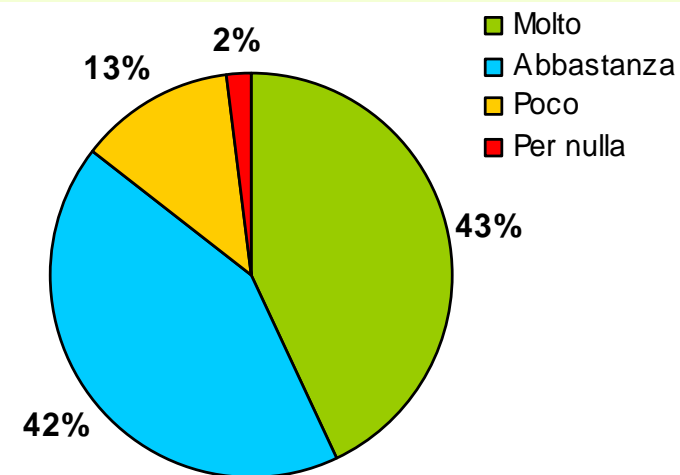
### livello di soddisfazione di chi fornisce una valutazione



### Centri visita del Parco

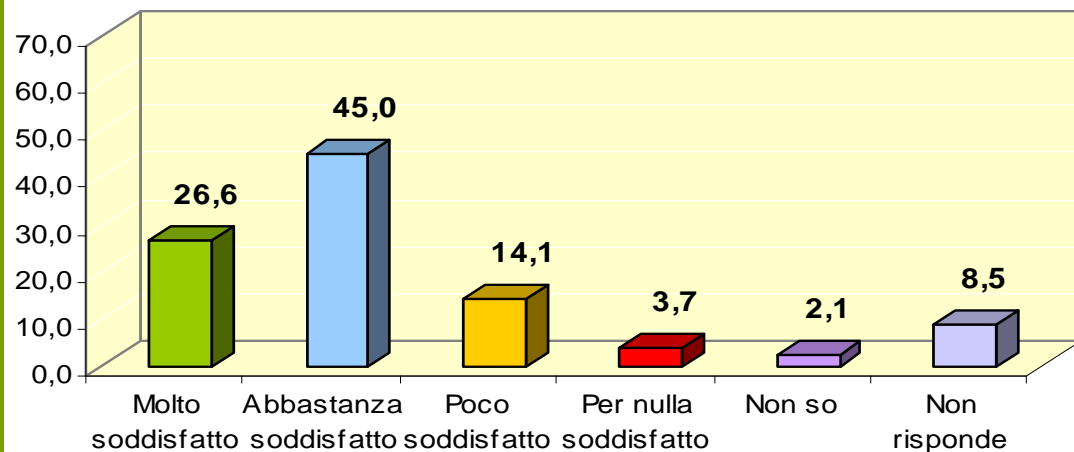


### livello di soddisfazione di chi fornisce una valutazione

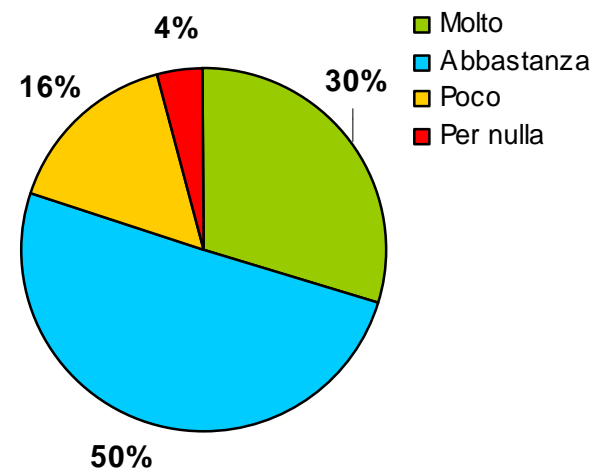


## Livello di soddisfazione

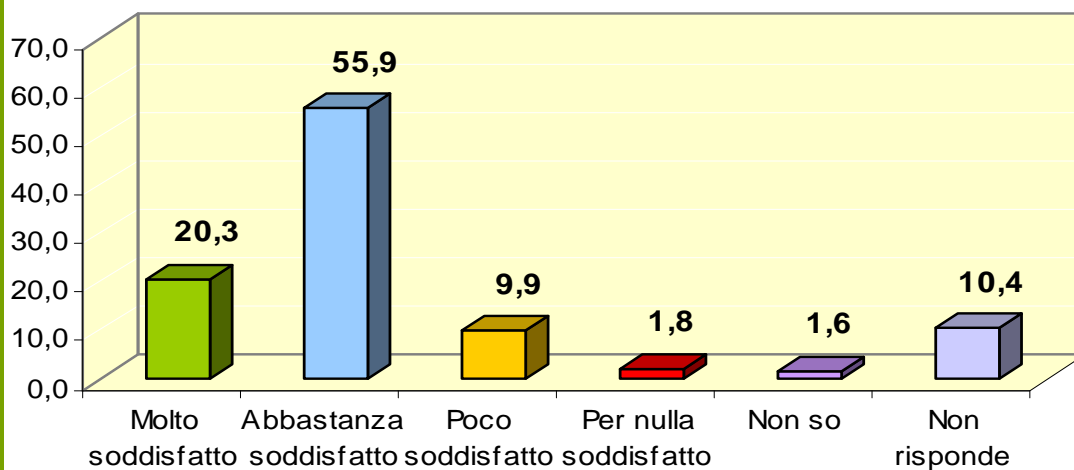
### Pulizie e raccolta rifiuti



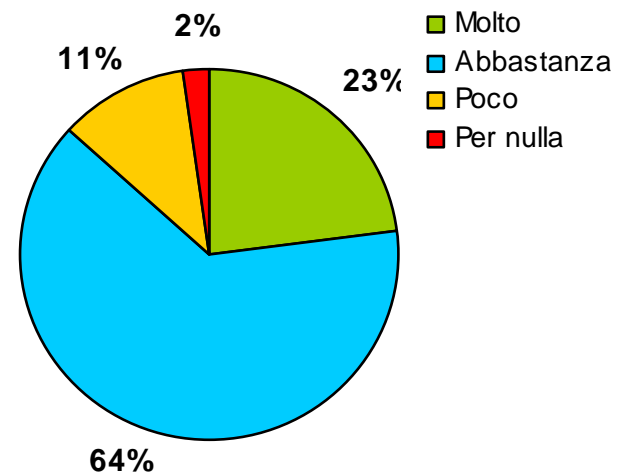
### livello di soddisfazione di chi fornisce una valutazione



### Accessibilità e viabilità strade

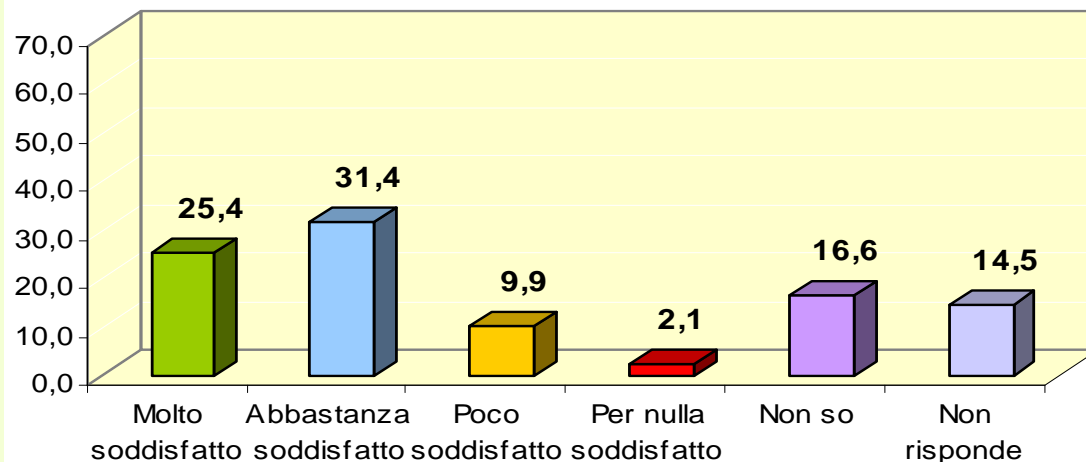


### livello di soddisfazione di chi fornisce una valutazione

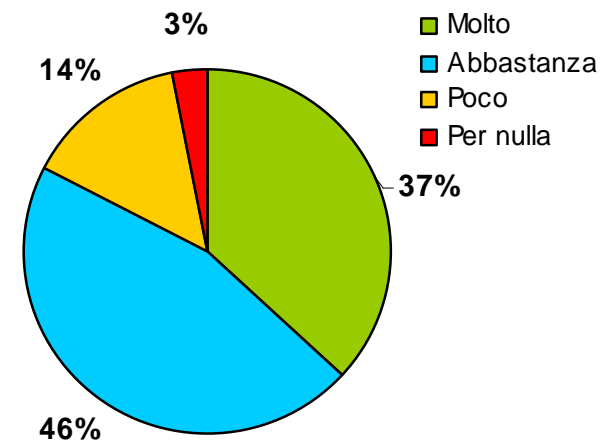


## Livello di soddisfazione

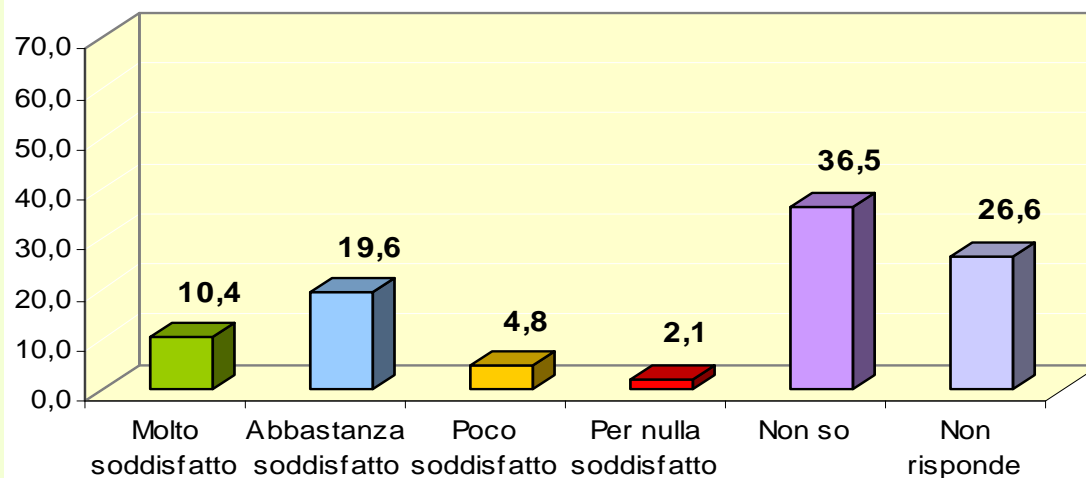
### Materiale informativo del Parco



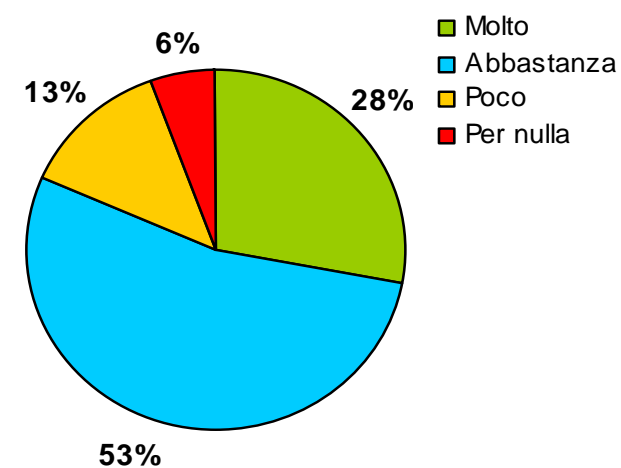
### livello di soddisfazione di chi fornisce una valutazione



### Sito web del Parco

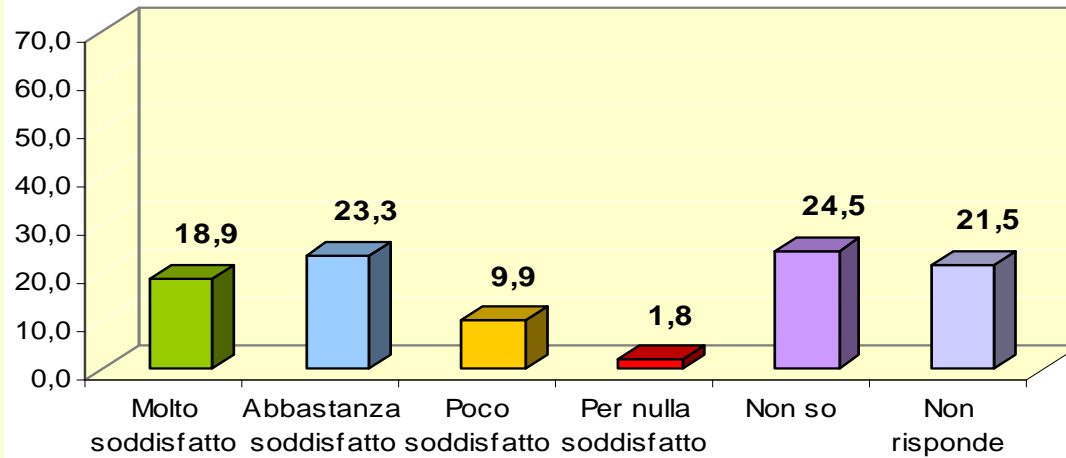


### livello di soddisfazione di chi fornisce una valutazione

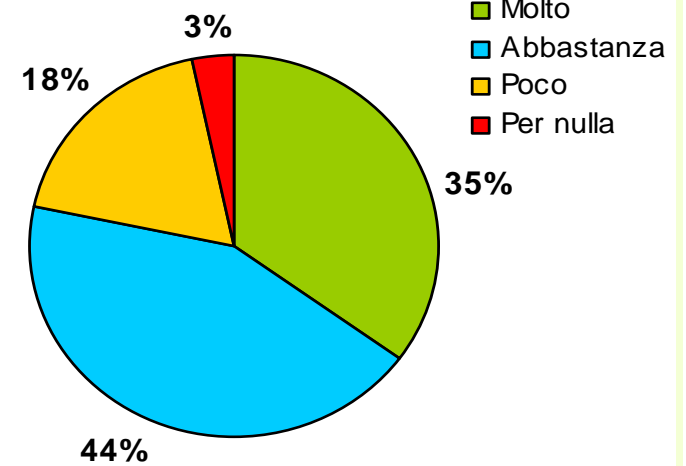


## Livello di soddisfazione

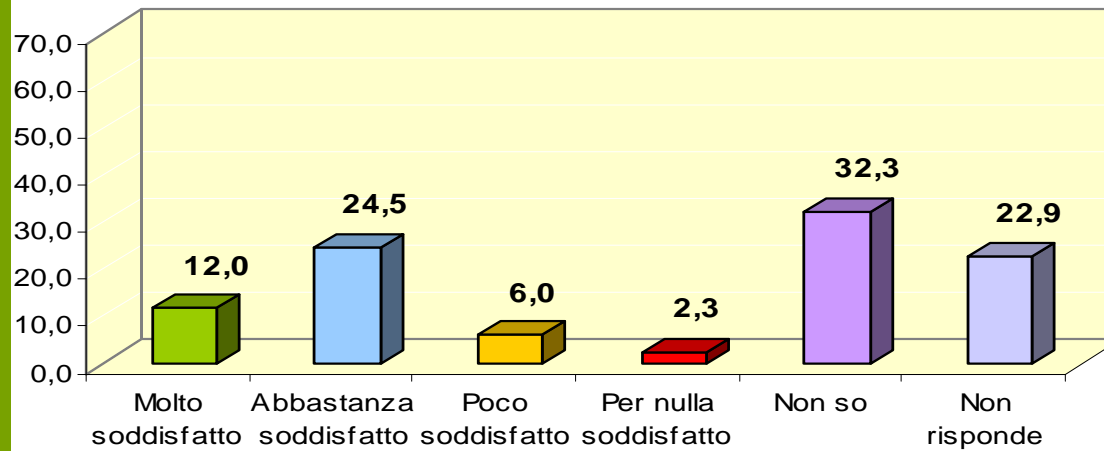
### Ricettività



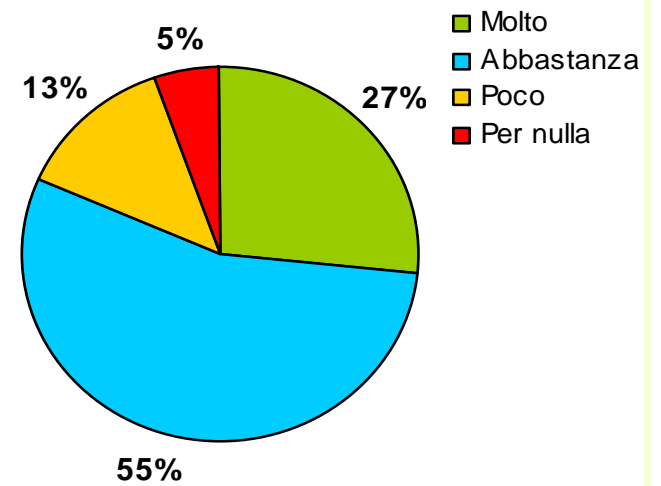
### livello di soddisfazione di chi fornisce una valutazione



### Musei e siti culturali

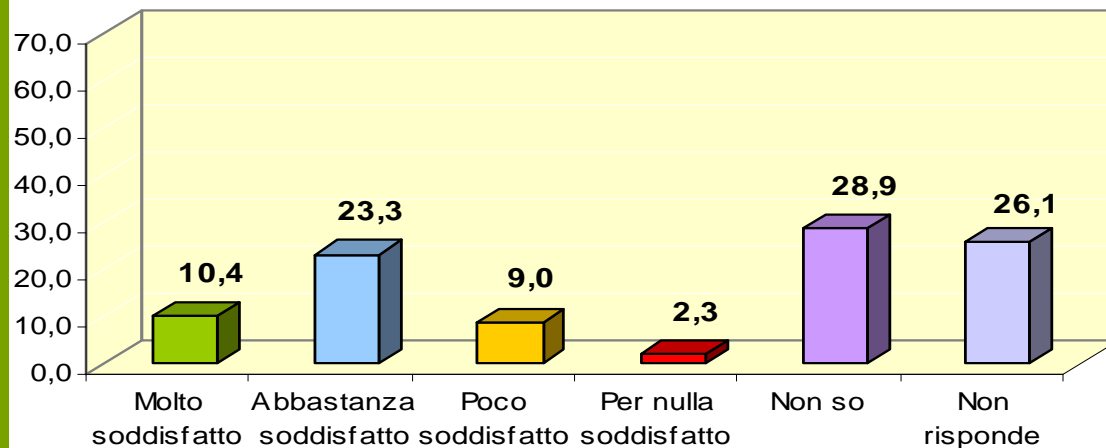


### livello di soddisfazione di chi fornisce una valutazione

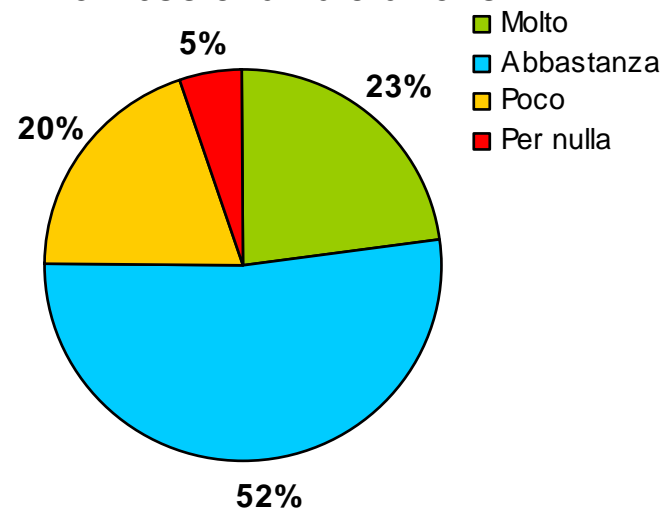


## Livello di soddisfazione

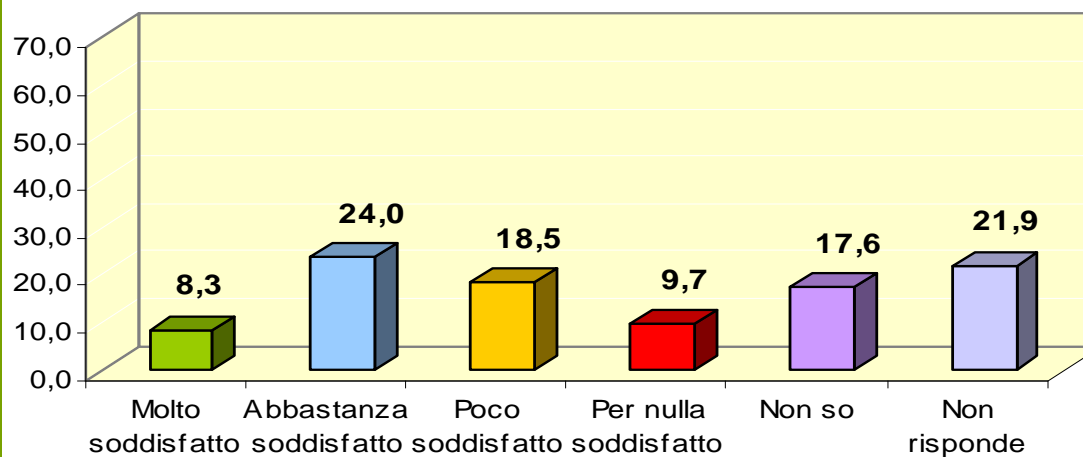
### Manifestazioni culturali e sagre



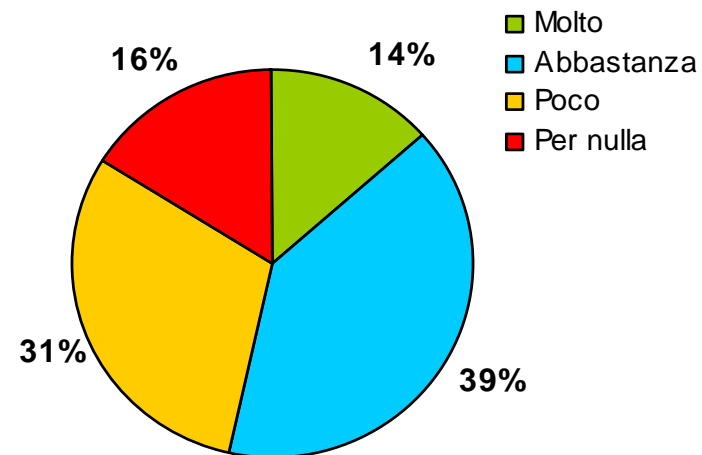
### livello di soddisfazione di chi fornisce una valutazione



### Manutenzione dei sentieri

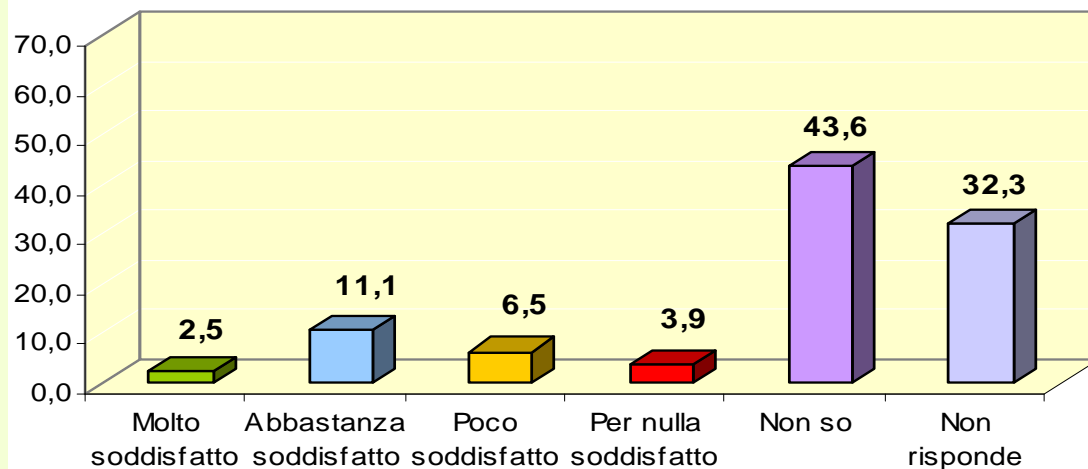


### livello di soddisfazione di chi fornisce una valutazione

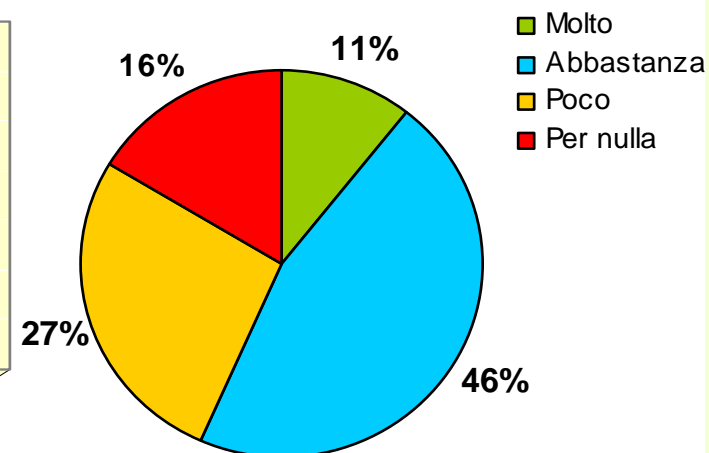


## Livello di soddisfazione

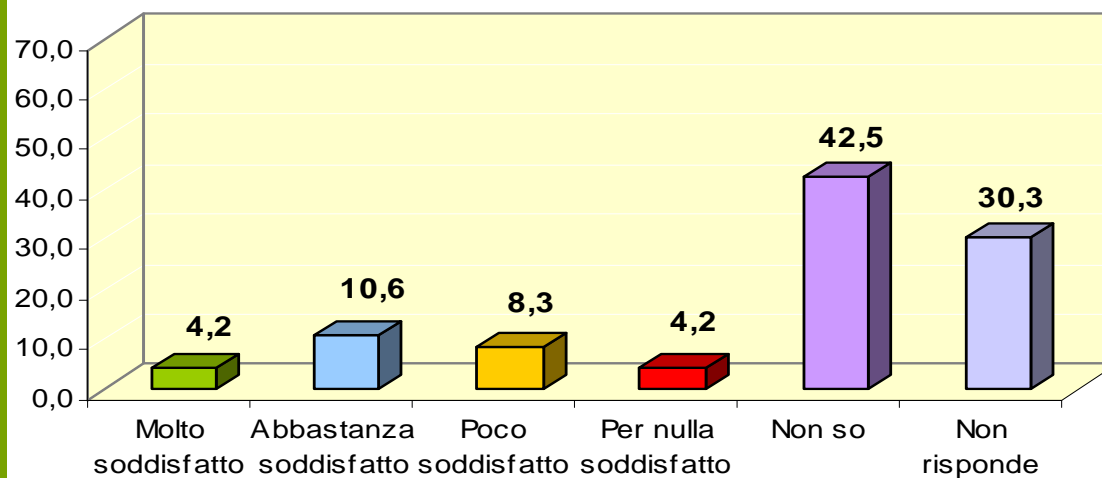
### Visite guidate e attività didattiche



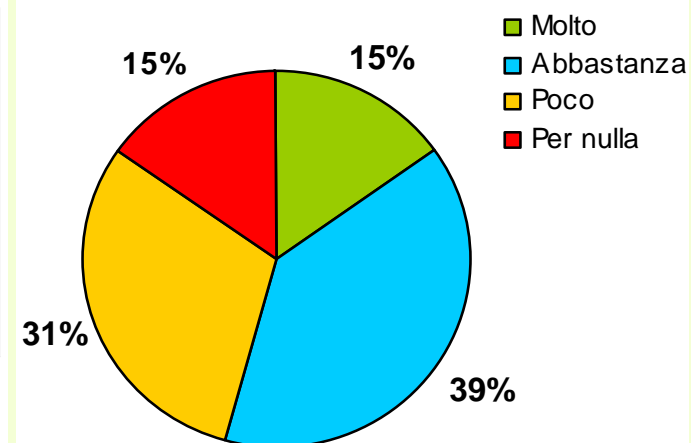
### livello di soddisfazione di chi fornisce una valutazione



### Qualità delle strutture sportive

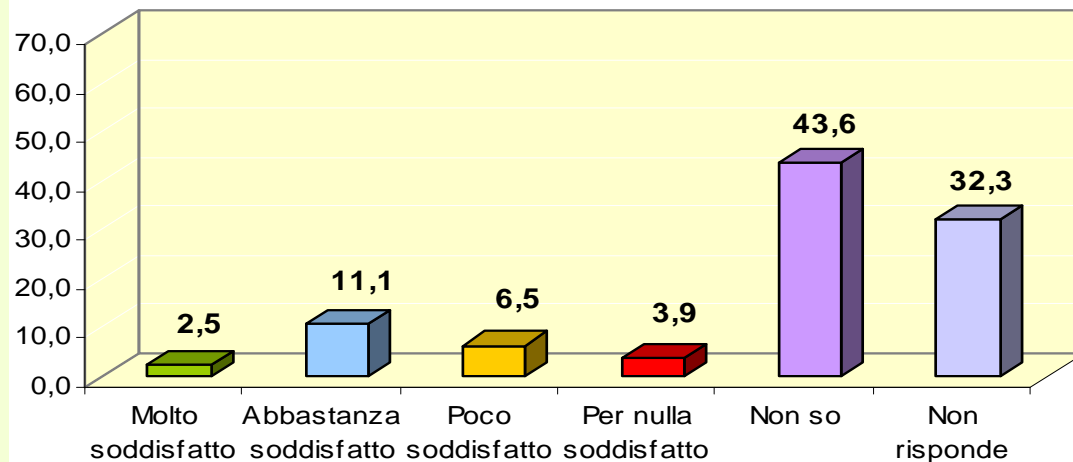


### livello di soddisfazione di chi fornisce una valutazione

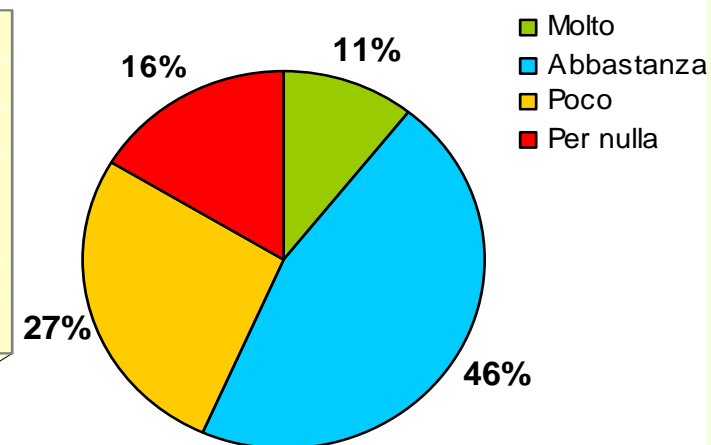


## Livello di soddisfazione

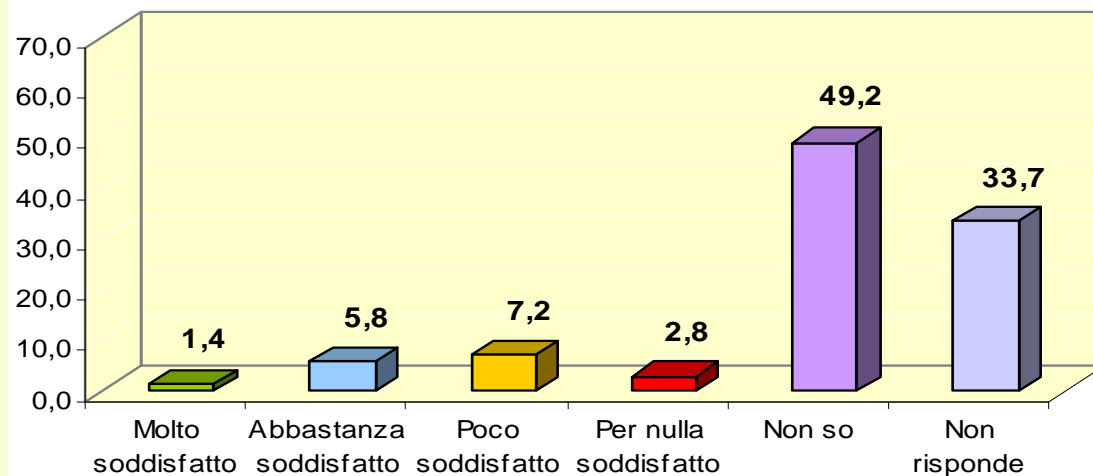
### Servizi per bambini



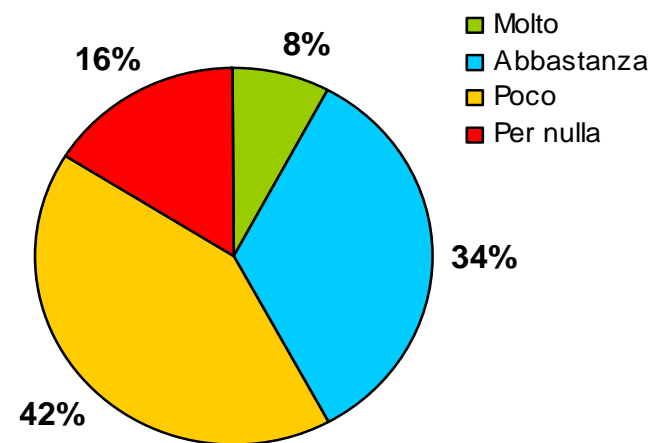
### livello di soddisfazione di chi fornisce una valutazione



### Servizi per anziani

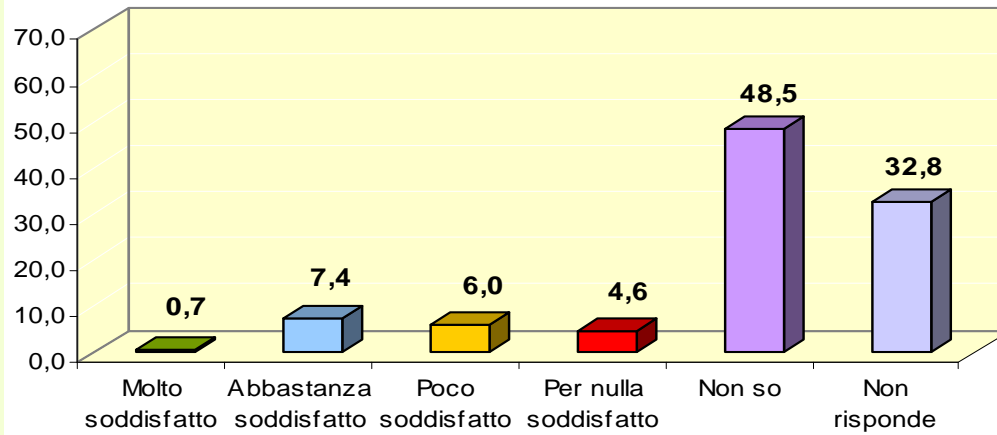


### livello di soddisfazione di chi fornisce una valutazione

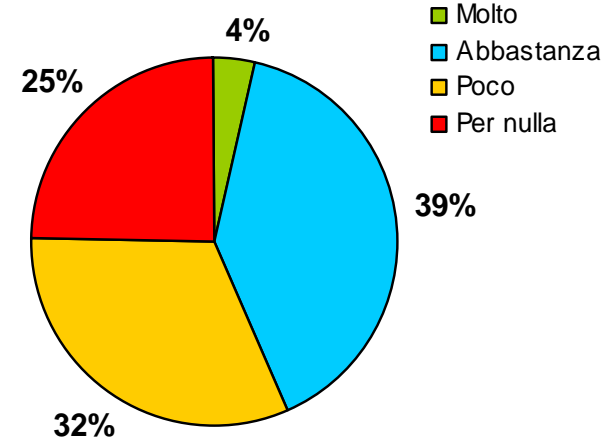


## Livello di soddisfazione

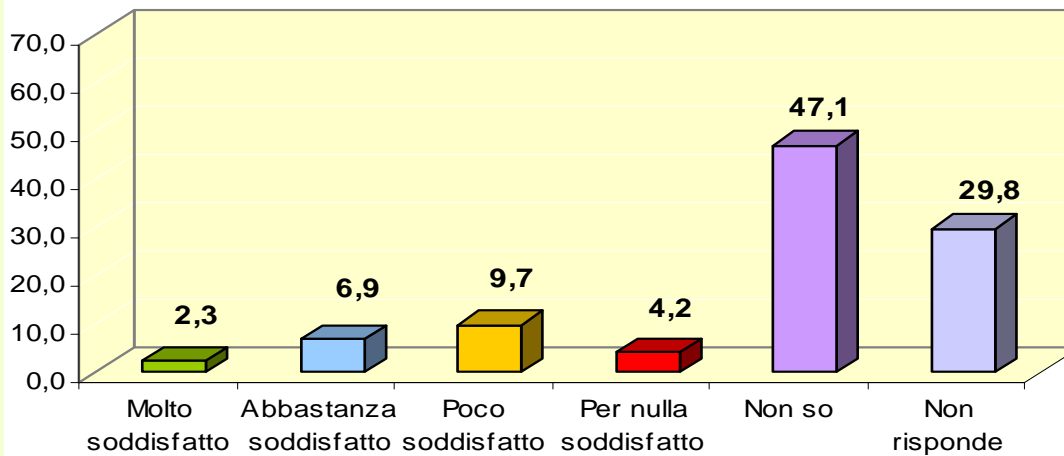
### Servizi per disabili



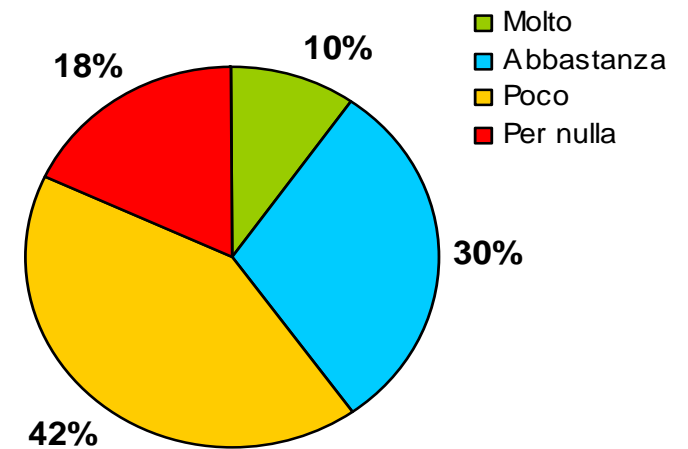
### livello di soddisfazione di chi fornisce una valutazione



### Piste ciclabili e ippovie

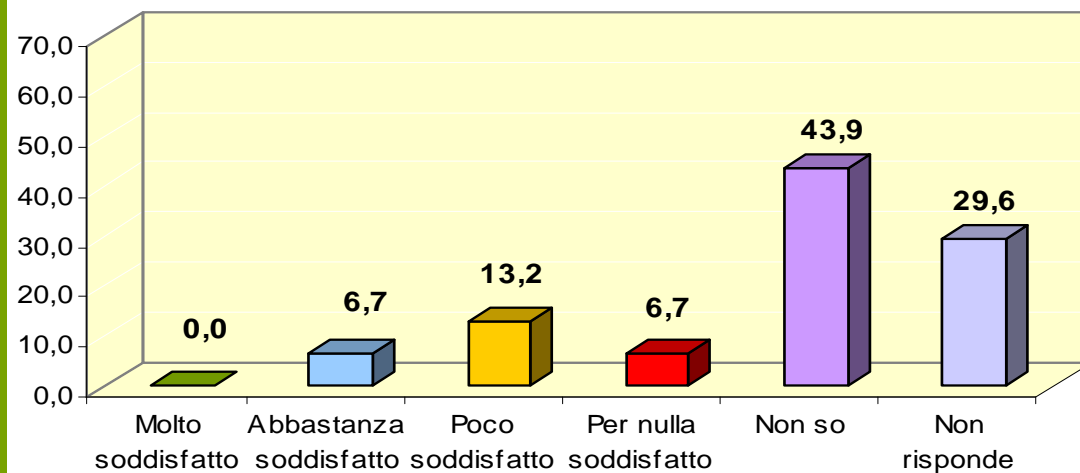


### livello di soddisfazione di chi fornisce una valutazione

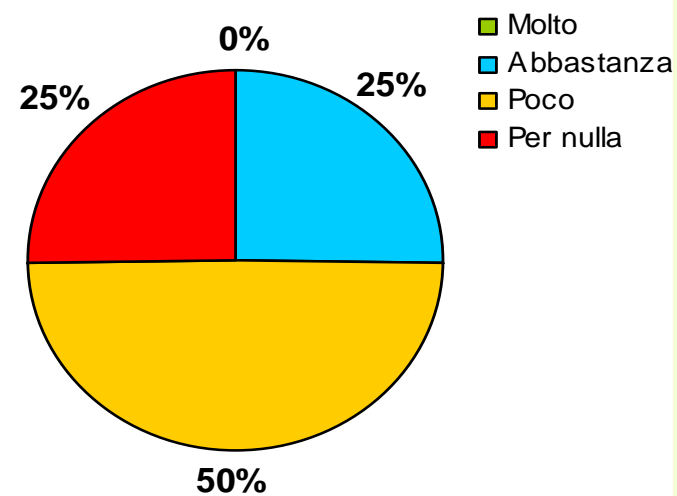


## Livello di soddisfazione

### Mezzi di trasporto pubblico

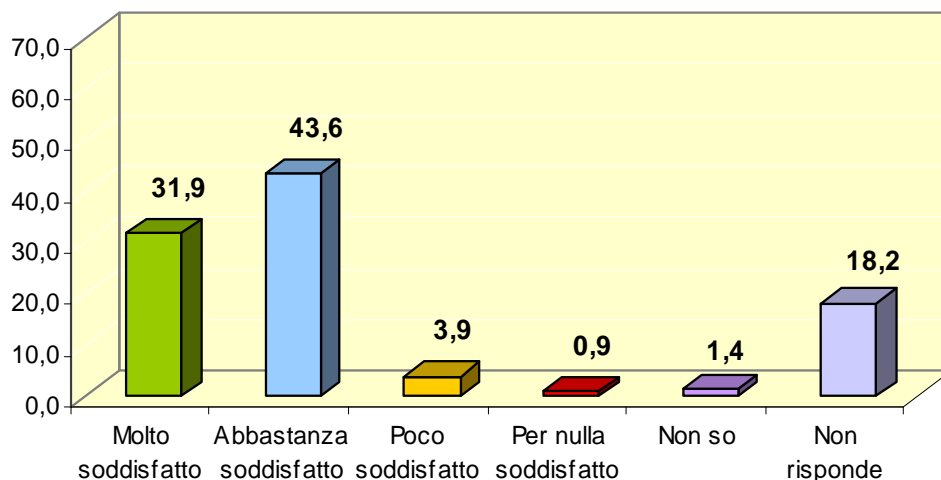


### livello di soddisfazione di chi fornisce una valutazione



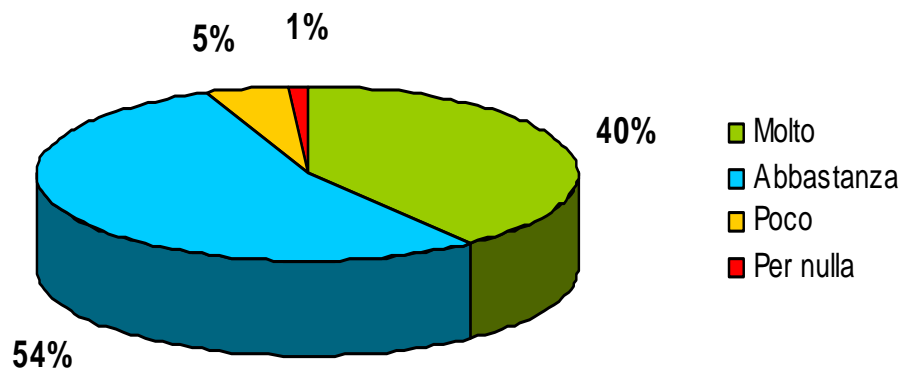
## Livello di soddisfazione

### Soddisfazione generale – distribuzione delle risposte del campione (%)



Tirando le somme, gli intervistati hanno dato al Parco una **valutazione molto positiva**: la quasi totalità di coloro che hanno fornito risposta, ha espresso livelli di soddisfazione alti (**40%**) o medio-alti (**54%**).

### livello di soddisfazione di chi fornisce una valutazione



## Conclusioni 1

Nel complesso, l'indagine ha coinvolto un campione di 433 turisti, ben distribuito sul territorio e statisticamente significativo, rappresentativo del turista/visitatore tipico del Parco dei Monti Sibillini. I luoghi di provenienza prevalenti sono le località vicine al Parco, anche se l'ambito territoriale di provenienza sembra in espansione rispetto al 2001.

**I visitatori del Parco sono consapevoli dell'esistenza dell'area protetta** e anche chi arriva per la prima volta è a conoscenza dell'esistenza del Parco (3 persone su quattro). Buona parte degli intervistati ha conosciuto il parco anche da pubblicazioni, così come molti tramite il web e gli uffici del Parco, a dimostrazione che le strategie di comunicazione adottate dall'Ente parco hanno sortito risultati molto positivi.

Inoltre, ben il 47% degli intervistati ha scelto questi luoghi proprio perché si tratta di un'area protetta, un risultato lusinghiero per un Parco relativamente giovane, che si è connotato, in questi anni, anche come **elemento di promozione turistica**. Il campione è risultato composto da turisti attratti in larghissima parte dalla componente naturalistica dei parchi, ma anche dalla scoperta del patrimonio culturale e dalla gastronomia di qualità.

Rispetto al passato si riducono le permanenze lunghe, il "turismo di ritorno" legato alle seconde case, e aumenta la vacanza breve, per effetto delle trasformazioni dell'offerta ricettiva e dell'evolversi dei comportamenti turistici.

Rispetto al 2000 si registrano cambiamenti consistenti nel tipo di alloggio : diminuiscono molto gli alloggi in case di proprietà, crescono di poco gli alberghi e **aumenta significativamente la ricettività extra-alberghiera** (agriturismi, affittacamere e B&B e rifugi).

## Conclusioni - 2

Emerge un quadro di turisti moderati nelle spese, non particolarmente esigenti rispetto alla qualità ricettiva "tradizionale", ma interessati soprattutto alla qualità del territorio e al contatto con la natura.

Tutti gli intervistati esprimono una **valutazione molto positiva della propria vacanza** nel Parco, apprezzando la tranquillità dei luoghi, la qualità dei prodotti enogastronomici, della ristorazione e dell'accoglienza, a confermare la vocazione di questo territorio all'ospitalità.

Valutazioni positive sono espresse anche per i punti sosta, per la raccolta dei rifiuti, l'accessibilità e viabilità dei luoghi, i Centri visita del Parco, il materiale informativo prodotto dal Parco e il sito web del Parco.

Valutazioni meno positive emergono per la manutenzione e la segnaletica dei sentieri (già oggi oggetto di interventi da parte del Parco), sulla qualità delle strutture sportive e sui servizi per i bambini e i disabili. La più diffusa situazione di scontento si riscontra per i **mezzi di trasporto pubblico**. Tale dato conferma tuttavia la disponibilità del turista a ricorrere a tali servizi, meno impattanti delle auto, ove disponibili ed efficienti.

In conclusione, l'indagine sul profilo del turista del Parco dei Monti Sibillini si è rivelata uno strumento utile ed efficace ai fini delle procedure di applicazione della **Carta Europea per il Turismo Sostenibile**, fornendo utili indicazioni su tendenze, prospettive, punti di forza e criticità **dell'offerta turistica** nel territorio in esame, in particolare **ai fini della redazione del nuovo Piano di azioni del prossimo quinquennio.**