

**RISULTATI DELLA SECONDA INDAGINE SUGLI UTENTI DEI PARCHI**  
**European Commission, LIFE III – Financial Instrument for the Environment**  
***Self-financing Protected Areas (SelfPAs)***

LIFE Environment Demonstration Project # LIFE04ENV/IT/000489

Salvatore Bimonte e Caterina Pisani  
*Università degli Studi di Siena*

## **Premessa**

Questo rapporto analizza e discute i risultati della seconda indagine condotta sui visitatori dei sei parchi aderenti al progetto Selfpas, cioè Parco Naturale dell'Adamello-Brenta, Parco Fluviale dell'Alcantara, Parco Nazionale delle Cinque Terre, Parco del Delta del Po, Parco Regionale della Maremma, Parco Nazionale del Vesuvio. A differenza della prima ricerca, svoltasi nel periodo estivo, la seconda indagine si è svolta in primavera nei mesi di aprile e maggio. Proprio per questo, in quanto segue, individueremo i primi come “visitatori estivi” ed i secondi come “visitatori primaverili”.

Oltre agli obiettivi generali del progetto di ricerca, uno scopo “particolare” dell'indagine era di verificare se tra i visitatori estivi ed i visitatori primaverili esistessero delle differenze attitudinali e/o comportamentali. In particolare, sulla scorta di quanto emerso in studi simili e di quanto sostenuto in letteratura a proposito del turismo natura, la ricerca mirava a verificare se, a parità di caratteristiche socioeconomiche, il visitatore primaverile si caratterizzasse per una maggiore sensibilità verso alcuni beni e servizi a maggior contenuto “ambientale” (nell'accezione ampia del termine) e, allo stesso tempo, fosse più esigente di quello estivo nella valutazione dei medesimi. Diversi studi mostrano, infatti, che, a parità di altre condizioni, i turisti natura, rispetto ad altri segmenti turistici, si caratterizzano per una diversa struttura delle preferenze. In particolare, essi mostrano una maggiore sensibilità ambientale ed una più elevata disponibilità a pagare per godere di beni e servizi a maggior contenuto ambientale. Questo emerge con particolare chiarezza nelle comparazioni effettuate con il cosiddetto turista di massa.

Il benessere degli individui dipende da vari aspetti, tra cui sicuramente il “consumo” di beni e servizi tangibili ed intangibili. Esso, però, oltre che dal consumo, dipende anche dalla capacità che gli individui hanno di saper godere di tali beni e servizi. Un qualsiasi oggetto o elemento diventa bene economico (risorsa) solo se è in grado di soddisfare un bisogno, primario o creato. Per questo, il concetto di bene o risorsa è al contempo “funzionale” e “culturale” insieme<sup>1</sup>. Il concetto di risorsa, perciò, non riguarda l'oggetto in sé, ma il “valore” che ad esso si assegna in riferimento alla funzione che può svolgere. La percezione di qualsiasi risorsa, quindi, non dipende dalle sue proprietà fisiche ma da un insieme di fattori che sono al contempo economici, tecnologici e psicologici. Il medesimo bene può o meno essere una risorsa a seconda della percezione che ne ha chi lo osserva (consuma). Come dice Rousseau nella Nuova Eloisia, l'emozione che prova un poeta o un pittore di fronte ad un bel paesaggio è molto diversa da quella dell'individuo comune. Per dirla con Zimmerman: “le risorse non sono; diventano”. Proprio per questo, se da un lato lo sviluppo di sensibilità particolari, per esempio rispetto ai beni ambientali, richiede un forte investimento in strumenti di tipo non tecnico, dall'altro è anche vero che individui con sensibilità diverse possono

---

<sup>1</sup> Per esempio, pur se già utilizzato prima, il petrolio è divenuto una risorsa per effetto della scoperta del motore a scoppio; le cavallette sono una risorsa alimentare in Thailandia ma non in Italia, dove possono dormire sonni tranquilli.

valutare diversamente lo stesso oggetto. Parlando della tragedia delle risorse comuni, Hardin definisce *non tecnica* una soluzione che richiede un cambiamento nelle idee e nei valori di riferimento degli individui. Verosimilmente, sensibilità diverse avranno un diverso impatto anche sulla disponibilità a pagare (non necessariamente in termini finanziari) degli individui.

Sulla scorta di quanto emerso dalla prima indagine, la ricerca poggiava sull'ipotesi, in parte confermata, che i visitatori estivi fossero maggiormente equiparabili al turista di massa, mentre quelli primaverili fossero più vicini alla figura del turista natura. Senza volerci addentrare in dibattiti teorici, nel presente studio per turista natura si intende semplicemente *il turista per il quale la visita al parco costituiva la ragione principale o, comunque, un elemento caratterizzante del suo viaggio*.

Nei prossimi paragrafi, seguendo l'impostazione logica della prima ricerca, cui si rimanda per una più dettagliata definizione di obiettivi e contenuti, saranno esposti, in forma comparata, i risultati commentati dell'indagine, depurati, per quanto possibile, da tutti gli aspetti più tecnici. In appendice sono riportati il questionario (appendice 1) utilizzato nella rilevazione ed i risultati completi dell'elaborazione (appendice 2). Prima di passare ad analizzare i risultati dell'indagine, presentiamo una descrizione del piano di campionamento nonché le caratteristiche generali del campione analizzato suddiviso per Parco.

## Definizione del piano di campionamento

L'indagine ha riguardato i visitatori dei sei parchi aderenti al progetto. In questa ricerca, come d'altra parte nella prima rilevazione, per visitatore del Parco si deve intendere colui che, al momento dell'indagine, si trovava, consapevolmente o meno, fisicamente nel Parco, prescindendo dal fatto che avesse o meno pagato un biglietto di ingresso. Il periodo di rilevazione va dal 2 Aprile al 27 Maggio 2007. Purtroppo, per motivi contingenti ed organizzativi, in tre dei sei parchi l'indagine si è svolta in un periodo successivo, cosa che ha causato una parziale sovrapposizione con il periodo di rilevazione della prima indagine, in parte pregiudicando quello che era l'obiettivo della ricerca.

Come riportato nelle note tecniche della prima indagine, cui si rimanda, le caratteristiche della rilevazione sono tali da impedire l'estrazione di un campione di natura strettamente probabilistica (in senso tecnico). In considerazione di ciò, si è deciso di ricorrere ad un campionamento di tipo sistematico. L'eterogeneità dei casi analizzati, la numerosità dei visitatori e l'impossibilità di definire per ciascun parco un "varco" idoneo a selezionare gli intervistati in base alla regola su esposta, ci hanno spinto, però, ad adottare un passo di campionamento "temporale" più che "numerico". Infatti, agli intervistatori è stato chiesto di somministrare i questionari in successione, selezionando il primo individuo utile una volta terminata l'intervista precedente, evitando, laddove l'intervistato facesse parte di un gruppo, di selezionare per l'intervista successiva persone dello stesso gruppo di visita o della stessa famiglia.

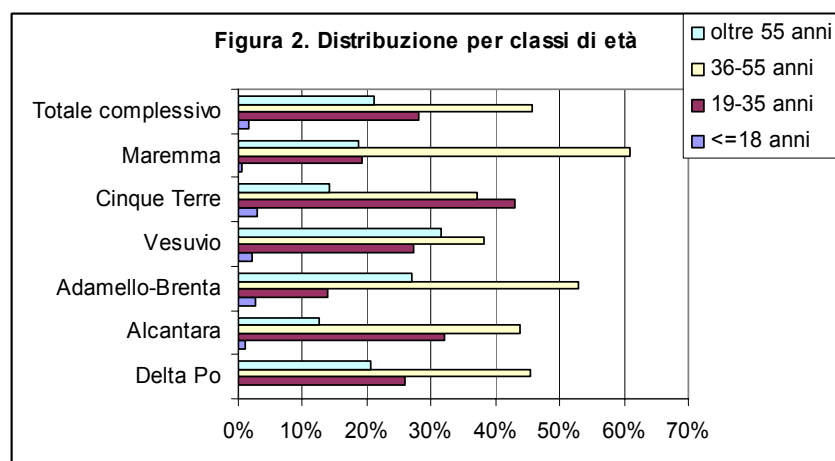
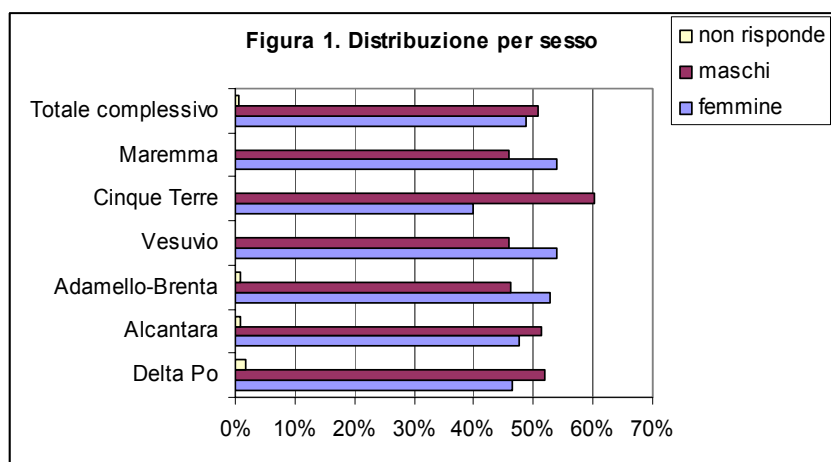
Tabella 1. Numero di interviste per Parco

<b>Parco</b>	<b>Totale</b>
Delta Po	185
Alcantara	103
Adamello-Brenta	108
Vesuvio	235
Cinque Terre	239
Maremma	213
<i>Totale complessivo</i>	<i>1083</i>

Al fine di garantire una maggiore “rappresentatività” (da non intendere in senso strettamente tecnico) del campione, e supponendo che, a seconda dei giorni della settimana, i parchi siano visitati da individui con caratteristiche ed esigenze diverse, le interviste sono state spalmate sull’intera settimana, seguendo un piano definito a priori (per il dettaglio si veda l’appendice 3). Sulla base dell’esperienza acquisita nella prima rilevazione, si è deciso di effettuare un massimo di 3 interviste per ora, per un totale di circa 15 interviste giornaliere. Per garantire una maggiore affidabilità dei risultati, i questionari sono stati compilati direttamente dagli intervistatori. Il numero di interviste valide effettuate nei singoli parchi (campioni) è riportata in tabella 1<sup>2</sup>.

## Le caratteristiche socio-demografiche

La prima caratteristica che l’indagine evidenzia è la leggera prevalenza di visitatori di sesso maschile su quella femminile (51% vs 49%). A differenza di quanto accadeva nel 2005 con la prima indagine, dove tra l’altro vi era una prevalenza della componente femminile, qui il dato disaggregato è abbastanza variegato, (figura 1). Relativamente all’età, si tratta in prevalenza di visitatori piuttosto giovani: la classe modale è quella che va dai 36 ai 55 anni (figura 2 e tabella 2).



Questo, oltre a confermare quanto emerso in numerose altre indagini, coincide con quanto evidenziato nella prima indagine. A differenza del Parco del Vesuvio, che diventa, insieme

<sup>2</sup> Si fa notare che la bassa numerosità dei campioni selezionati in alcuni parchi può essere dovuta al più basso numero di interviste realizzato o alla non corretta compilazione dei questionari. Si ricorda che la numerosità indicata era di circa 240 interviste per ciascun parco.

all'Adamello-Brenta, il parco con l'età media dei visitatori più alta, il Parco delle Cinque Terre conferma la sua caratteristica di "parco più giovane", visto che l'età media dei suoi visitatori è di 38 anni e quella mediana di 36. **In generale, comunque, rispetto alla precedente indagine, l'età media è ovunque più elevata, mentre si abbassa ovunque la dispersione.** Rispetto a quest'ultimo aspetto, il parco della Maremma conferma la sua minore variabilità, rappresentata dal coefficiente di variazione (CV).

Questo confuta la nostra precedente ipotesi, secondo la quale la più alta età media di alcuni parchi, in particolare del Parco della Maremma e del Delta del Po, era in parte spiegabile con il fatto che questi ultimi sono localizzati vicino a destinazioni balneari caratterizzate, nel periodo estivo, da turismo prevalentemente di tipo familiare. Si conferma, invece, l'ipotesi secondo la quale il parco delle Cinque Terre, pur situato sulla costa, per le caratteristiche dell'offerta e per la morfologia del territorio, risulta più adatto ad un turismo giovanile.

Tabella 2 – Indici di sintesi della variabile età

	<b>PDP</b>	<b>PFA</b>	<b>PAB</b>	<b>PV</b>	<b>PCT</b>	<b>PM</b>
media	44,54	42,49	47,80	46,15	38,19	46,06
mediana	43,00	40,00	45,00	47,00	36,00	47,00
CV	0,29	0,30	0,31	0,32	0,36	0,25
min	19	16	12	18	16	18
max	76	72	80	81	79	75

Tabella 3.1 - Distribuzione degli intervistati per nazione di provenienza

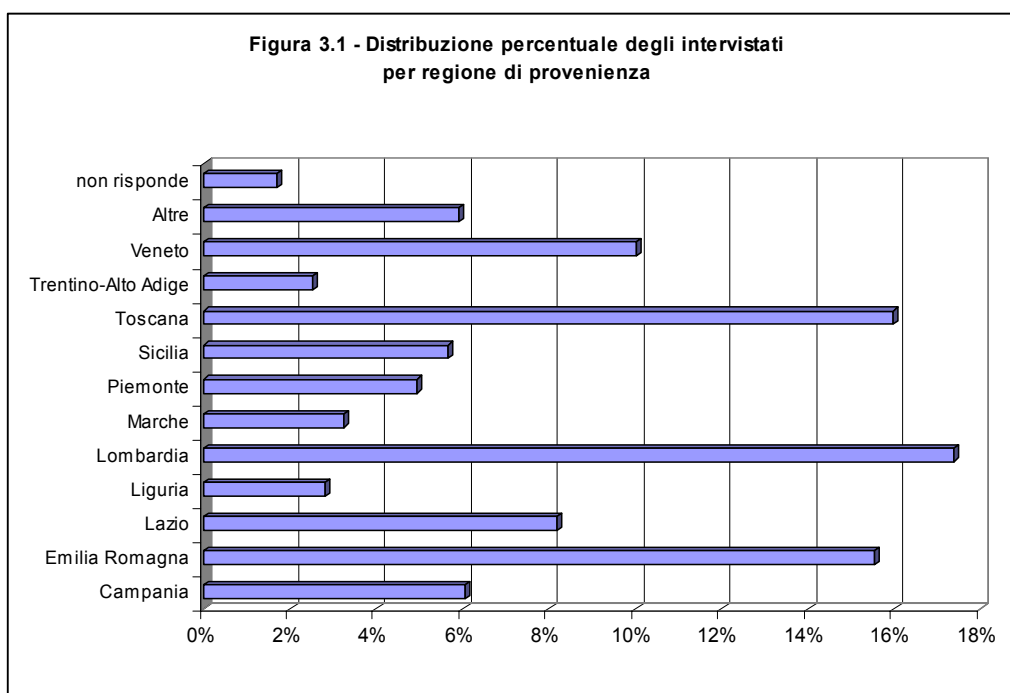
<b>Paese</b>	<i>Percentuale</i>	<b>Paese</b>	<i>Percentuale</i>
Australia	1,48%	Messico	0,18%
Austria	1,29%	Norvegia	0,28%
Barbados	0,09%	Nuova Zelanda	0,09%
Belgio	0,28%	Paesi Bassi	0,55%
Canada	0,37%	Portogallo	0,18%
Finlandia	0,09%	Repubblica di S. Marino	0,28%
Francia	3,97%	Spagna	0,55%
Germania	7,85%	Stati Uniti	4,62%
UK	7,29%	Svezia	0,28%
Grecia	0,09%	Svizzera	2,86%
Irlanda	0,74%	Ungheria	0,18%
<i>Italia</i>	<i>65,37%</i>		

Parimenti, nella rilevazione primaverile emerge, per di più con la stessa percentuale (65%), la netta prevalenza di visitatori nazionali rispetto alla componente straniera (tabella 3.1). Questo dato è in linea con quello nazionale che, relativamente al periodo primaverile, vede la componente nazionale prevalere su quella straniera con una percentuale del 68%<sup>3</sup>. Ancora una volta, questa prevalenza è particolarmente evidente nel parco dell'Adamello-Brenta (passa dal 95% al 97%) e nel parco del Delta del Po (dal 91% al 90%). Si riduce abbastanza, invece, nel parco della Maremma (dal 93% al 78%), il che conferma quanto emerso in alcune altre indagini, e cioè che in questo territorio i visitatori stranieri hanno una tendenza a privilegiare le cosiddette stagioni di spalla, in cui minore è il numero di turisti in viaggio. Cinque Terre e Vesuvio restano i parchi a maggior vocazione straniera, in cui forte è il legame con i turisti di lingua inglese, anche se da non sottovalutare è la componente tedesca nel primo caso e francese nel secondo (tabella 3.2).

<sup>3</sup> Dato riferito al 2006 (I° Rapporto del dell'Osservatorio sul Turismo Italiano, Unioncamere, 2006)

Tabella 3.2: Visitatori per paese di provenienza divisi per parco

Paese	Delta Po	Paese	Vesuvio
Germania	1,62%	Australia	1,70%
Gran Bretagna	2,70%	Francia	12,77%
<i>Italia</i>	<i>89,73%</i>	Germania	5,96%
<b>Alcantara</b>		Gran Bretagna	19,57%
Germania	7,77%	<i>Italia</i>	<i>41,70%</i>
Gran Bretagna	4,85%	Stati Uniti	5,96%
<i>Italia</i>	<i>77,67%</i>	Svizzera	2,98%
<b>Adamello-Brenta</b>		<b>Cinque Terre</b>	
<i>Italia</i>	<i>97,22%</i>	Australia	4,60%
<b>Maremma</b>		Austria	3,35%
Francia	2,82%	Francia	2,51%
Germania	5,16%	Germania	20,50%
Gran Bretagna	1,88%	Gran Bretagna	7,95%
<i>Italia</i>	<i>78,40%</i>	Irlanda	2,51%
Svizzera	8,92%	<i>Italia</i>	<i>38,49%</i>
		Stati Uniti	15,06%
		Svizzera	1,67%



Relativamente alla componente nazionale, si può notare che l'origine geografica dei visitatori si concentra prevalentemente nelle regioni del centro e nord Italia (figura 3.1), con una netta prevalenza di Lombardi, Emiliano-Romagnoli e Toscani. In alcuni casi si tratta di un vero e proprio turismo di prossimità, anche se non è da sottovalutare in tutti i parchi la componente lombarda, maggioritaria nel parco dell'Adamello-Brenta e nelle Cinque Terre, dove è quasi assente la componente regionale, che risulta essere prevalente, invece, nel parco della Maremma, del Delta

del Po e del Vesuvio. In quest'ultimo parco si rileva un'interessante presenza di turisti di origine toscana e laziale (tabella 4).

Tabella 4 - Visitatori per regione di provenienza

<b>Regione</b>	<b>Delta del Po</b>	<b>Regione</b>	<b>Alcantara</b>
Emilia Romagna	36,11%	Calabria	7,50%
Lazio	3,42%	Emilia Romagna	5,00%
Lombardia	14,50%	Lazio	6,25%
Marche	6,34%	Lombardia	13,75%
Piemonte	7,26%	Puglia	8,75%
Toscana	5,97%	Sicilia	36,25%
Veneto	14,70%	Toscana	5,00%
non risponde	7,17%	Trentino-Alto Adige	3,75%
		Umbria	3,75%

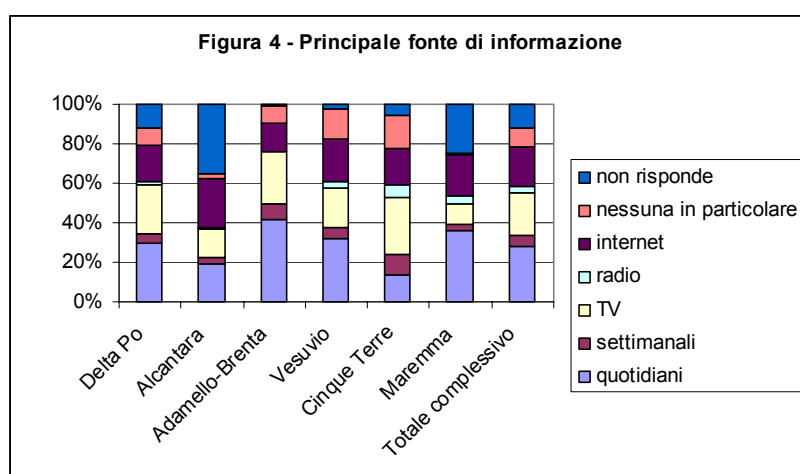
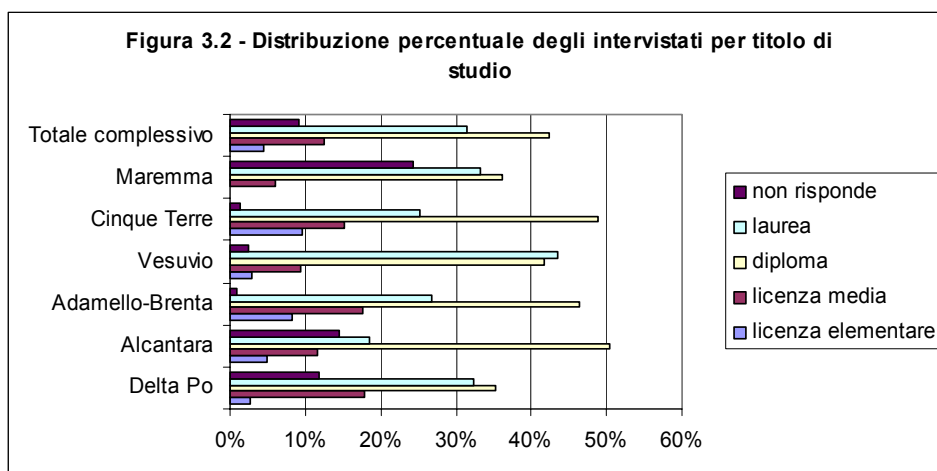
  

<b>Regione</b>	<b>Adamello Brenta</b>	<b>Regione</b>	<b>Vesuvio</b>
Emilia Romagna	16,19%	Campania	37,76%
Liguria	5,71%	Lazio	15,31%
Lombardia	25,71%	Lombardia	18,37%
Trentino-Alto Adige	11,43%	Piemonte	3,06%
Veneto	20,00%	Puglia	3,06%
		Sicilia	3,06%
		Toscana	6,12%
		Veneto	3,06%

<b>Regione</b>	<b>Cinque Terre</b>	<b>Regione</b>	<b>Maremma</b>
Campania	3,26%	Emilia Romagna	7,78%
Emilia Romagna	18,48%	Lazio	13,77%
Lazio	7,61%	Liguria	4,19%
Lombardia	22,83%	Lombardia	12,57%
Marche	4,35%	Piemonte	3,59%
Piemonte	9,78%	Toscana	47,90%
Sicilia	4,35%	Veneto	6,59%
Toscana	11,96%		
Veneto	9,78%		

Il visitatore del parco si caratterizza per un livello di formazione medio-alto. La categoria modale e mediana è il diploma (rappresenta il 42,4% del totale, maggiore rispetto al dato della precedente ricerca). Rilevante, però, è anche il dato relativo ai laureati (31,5%, leggermente inferiore rispetto al dato della precedente ricerca). Si conferma, poi, una certa relazione tra età, provenienza e livello formativo. Infatti, come di evince dalla figura 3.2, sono proprio i parchi maggiormente interessati dalla presenza di turisti stranieri (Vesuvio e Cinque Terre) e, relativamente alle Cinque Terre, da un turismo più giovanile a presentare la più alta percentuale cumulata di diplomati e laureati. Rispetto all'indagine del 2005, la presenza dei laureati è maggiore nel parco del Vesuvio (dal 35% al 43,4%), mentre diminuisce nel parco delle Cinque Terre (dal 40% al 25%). Questo dato resta più o meno stazionario nel caso del parco del Delta del Po e dell'Adamello-Brenta, mentre sale nel caso del parco della Maremma (dal 28% al 33%).



I visitatori “primaverili” sembrano prediligere gli stessi mezzi di informazione di quelli “estivi”. Rispetto a questo elemento, infatti, non si riscontrano differenze sostanziali, quanto meno sul dato aggregato. Come per i secondi, seppur con qualche leggera differenza, anche per i primi le principali fonti di informazione restano i quotidiani (28%), la TV (21%) ed internet (20%) (figura 4). Delle differenze rispetto alla precedente indagine emergono, invece, a livello di singolo parco. Infatti, per esempio, anche se i visitatori del parco dell’Adamello-Brenta confermano, seppur con una minore intensità rispetto al 2005, una netta preferenza per i quotidiani (42%, era il 47%), il 26% di essi dichiara che è la TV la loro principale fonte di informazione (quasi nessuno l’aveva indicata nella precedente ricerca) ed il 15% che è internet (era il 30%). La TV perde il suo ruolo di principale fonte di informazione (20%) per i visitatori del parco del Vesuvio: il 32% dichiara di preferire i quotidiani ed il 22% internet. Questo dato, dal nostro punto di vista, risente della diversa composizione, in termini di età e provenienza, del campione dell’indagine del 2007 rispetto a quello del 2005. La TV, invece, risulta essere la principale fonte di informazione per i visitatori del parco delle Cinque Terre. Lo dichiara il 29% degli intervistati, a fronte di un 18,4% che indica internet. Totalmente rovesciata è la graduatoria nel caso del parco dell’Alcantara. In questo caso i visitatori dichiarano di preferire internet (24%), i quotidiani (19%) e la TV (14,6%). A questo riguardo, è opportuno ricordare che su tale punto i confronti con i risultati della precedente indagine vanno fatti con cautela. Infatti, in quell’occasione, a differenza di quanto accaduto questa volta, i visitatori avevano in diversi casi dato risposte multiple senza nemmeno stabilire un ordine di importanza relativa tra le stesse.

Contrariamente a quanto ci si poteva aspettare, dato il diverso periodo di somministrazione dei questionari, il dato aggregato relativo alla composizione per tipologia di attività svolta dagli

intervistati non cambia molto<sup>4</sup>. Infatti, anche se si riduce la presenza di studenti (dal 9% al 6%) ed aumenta quella dei pensionati (dal 6% al 10%), il quadro generale resta sostanzialmente immutato. Ancora una volta a prevalere è la categoria degli impiegati, la cui incidenza sul totale resta grosso modo invariata (20%), seguita da quella dei docenti/insegnanti (9%) e dei liberi professionisti, questi ultimi leggermente in aumento. Il dato disaggregato conferma alcune evidenze già emerse nell'indagine del 2005, e cioè la maggiore incidenza della componente studentesca nei parchi comparativamente più "giovani", Cinque Terre e Alcantara, e della componente "liberi professionisti" nel Parco del Delta del Po, caratteristica che in questo caso è condivisa con il Parco del Vesuvio (tabella 5). Risalta ancora una volta l'alta percentuale di impiegati nel parco della Maremma, in aumento dal 27% al 30%.

Tabella 5: Distribuzione percentuale per professione degli intervistati

<b>Professioni</b>	<b>PDP</b>	<b>PA</b>	<b>PAB</b>	<b>PV</b>	<b>PCT</b>	<b>PM</b>	<b>Totale</b>
casalinga	0,54%	4,85%	7,41%	1,28%	3,77%	1,88%	2,77%
pensionato	16,76%	10,68%	14,81%	17,02%	4,60%	3,76%	10,80%
studente	5,41%	11,65%	5,56%	5,96%	10,04%	1,88%	6,46%
operaio	7,57%	5,83%	6,48%	1,70%	2,51%	2,82%	3,97%
docente/insegnante	8,11%	7,77%	11,11%	11,06%	9,21%	7,04%	9,05%
dirigente	1,08%	3,88%	1,85%	5,53%	3,35%	3,76%	3,42%
ditta individuale	1,08%	7,77%	4,63%	2,13%	5,44%	2,82%	3,60%
artigiano	5,95%	3,88%	7,41%	1,28%	2,09%	0,47%	2,95%
impiegato	14,05%	14,56%	14,81%	17,87%	22,59%	30,05%	20,04%
commerciante	2,70%	1,94%	2,78%	1,70%	9,21%	2,35%	3,79%
imprenditore	3,24%	2,91%	1,85%	2,98%	4,18%	1,88%	2,95%
medico	2,16%	1,94%	3,70%	2,55%	2,09%	1,88%	2,31%
libero professionista	11,35%	6,80%	4,63%	12,34%	1,26%	6,57%	7,29%
altro	5,41%	0,00%	1,85%	8,09%	3,77%	3,29%	4,34%
non risponde	8,11%	9,71%	2,78%	2,13%	2,09%	25,82%	8,59%

Al pari dei visitatori estivi, quelli primaverili sembrano caratterizzarsi per un reddito medio non particolarmente elevato (tabella 6.1). La classe media e mediana è quella 15.000-30.000 euro. Questo è un dato sensibile che va preso sempre con tutte le cautele del caso. Gli intervistati, infatti, mostrano sempre una certa riluttanza a fornire tale tipo di informazione, come dimostra anche l'alto numero di non risposte. Proprio per questo, al fine di fornire una lettura più veritiera, pur coscienti dell'arbitrarietà dello strumento, è sempre utile incrociare tale dato con le informazioni che è possibile desumere da altre variabili che possono ad esso essere collegate (*proxy*), per esempio quello relativo alla professione. In generale, utilizzando dati medi di riferimento, il dato aggregato sul reddito non sembra essere in contrasto con le informazioni desumibili dalla composizione per occupazione del campione. Qualche incongruenza si potrebbe rilevare, invece, a livello di singolo parco. Sulla base delle risposte fornite dai visitatori relativamente alla tipologia di attività svolta, in termini comparativi ci saremmo aspettati un reddito mediamente più elevato per i visitatori del Parco del Delta del Po e mediamente inferiore per i visitatori del Parco della Maremma e dell'Alcantara. Al contrario, come di evince soprattutto dal dato depurato dall'incidenza delle non risposte<sup>5</sup> (tabella 6.2) e, in particolare, dalla cumulata, che ci indica la percentuale del campione che si trova al di sotto di una certa soglia di reddito (concentrazione), accade esattamente il contrario (tabella 6.3). Nel caso del Parco del Delta del Po, infatti, ben l'84% degli intervistati ha un reddito

<sup>4</sup> Ricordiamo, però, l'avvertenza fatta nell'introduzione, visto che in tre parchi la somministrazione dei questionari è stata posticipata per ragioni contingenti.

<sup>5</sup> Le percentuali, in questo caso, invece che essere calcolate sul totale del campione sono calcolate sul numero di visitatori che hanno effettivamente risposto alla domanda sul reddito.



inferiore ai 30.000 euro, mentre nel caso del Parco della Maremma e, soprattutto, dell'Alcantara, questo dato scende al 62% ed al 55% rispettivamente.

Tabella 6.1.: Distribuzione percentuale degli intervistati per reddito

<b>Risposte</b>	<b>PDP</b>	<b>PA</b>	<b>PAB</b>	<b>PV</b>	<b>PCT</b>	<b>PM</b>	<b>Totale</b>
fino a 15000 euro	16,22%	14,56%	23,15%	17,02%	24,69%	7,04%	16,99%
da 15000 a 30000 euro	30,81%	26,21%	37,96%	31,91%	40,59%	30,05%	33,33%
da 30000 a 45000 euro	7,03%	14,56%	13,89%	11,91%	15,90%	11,27%	12,28%
da 45000 a 60000 euro	1,08%	9,71%	11,11%	5,53%	7,95%	5,63%	6,28%
oltre 60000 euro	0,54%	9,71%	3,70%	4,26%	6,69%	5,63%	4,89%
non risponde	44,32%	25,24%	10,19%	29,36%	4,18%	40,38%	26,22%

Tabella 6.2: Distribuzione percentuale degli intervistati per reddito depurata dalle non risposte

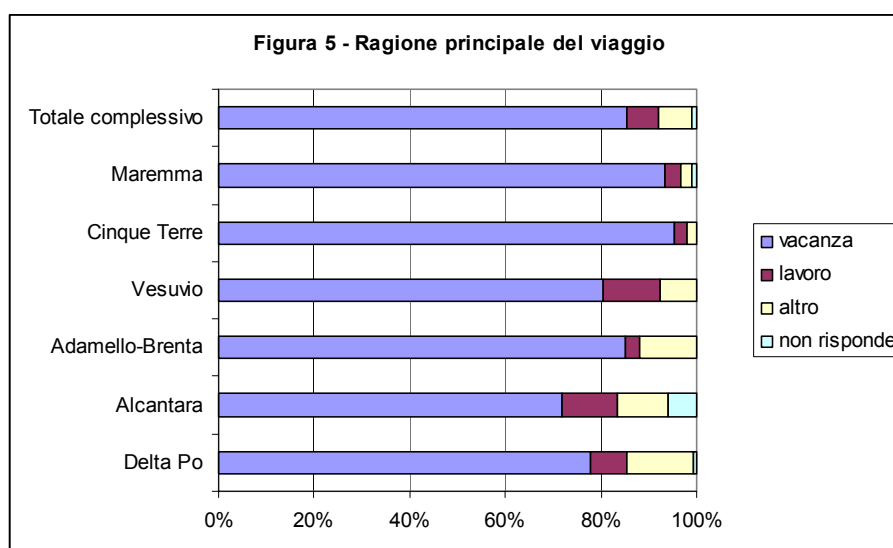
<b>Risposte</b>	<b>PDP</b>	<b>PA</b>	<b>PAB</b>	<b>PV</b>	<b>PCT</b>	<b>PM</b>	<b>Totale</b>
fino a 15000 euro	29,13%	19,48%	25,77%	24,10%	25,76%	11,81%	23,03%
da 15000 a 30000 euro	55,34%	35,06%	42,27%	45,18%	42,36%	50,39%	45,18%
da 30000 a 45000 euro	12,62%	19,48%	15,46%	16,87%	16,59%	18,90%	16,65%
da 45000 a 60000 euro	1,94%	12,99%	12,37%	7,83%	8,30%	9,45%	8,51%
oltre 60000 euro	0,97%	12,99%	4,12%	6,02%	6,99%	9,45%	6,63%
Totale	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Tabella 6.3: Distribuzione percentuale cumulata

<b>Risposte</b>	<b>PDP</b>	<b>PA</b>	<b>PAB</b>	<b>PV</b>	<b>PCT</b>	<b>PM</b>	<b>Totale</b>
fino a 15000 euro	29,13%	19,48%	25,77%	24,10%	25,76%	11,81%	23,03%
da 15000 a 30000 euro	84,47%	54,55%	68,04%	69,28%	68,12%	62,20%	68,21%
da 30000 a 45000 euro	97,09%	74,03%	83,51%	86,14%	84,72%	81,10%	84,86%
da 45000 a 60000 euro	99,03%	87,01%	95,88%	93,98%	93,01%	90,55%	93,37%
oltre 60000 euro	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

## Motivazione e durata del viaggio

Al pari di quanto accadeva con il visitatore “estivo”, anche quello “primaverile” visita il parco prevalentemente durante una vacanza. È così per l'85,5% degli intervistati. I rimanenti visitano il parco durante un viaggio di lavoro (6,5%) o durante un viaggio organizzato con altre motivazioni (7,2%). Anche se sull'aggregato l'incidenza dei visitatori “non in vacanza” non è particolarmente elevata, possiamo notare, come già avvenuto nella precedente indagine, che tale componente è rilevante e da non trascurare nel Parco dell'Alcantara (22%), del Delta del Po (quasi il 22%), del Vesuvio (quasi il 20%) e dell'Adamello-Brenta (15%) (figura 5). Sulla scorta di queste evidenze, risulta ancor più valido l'invito fatto nella precedente ricerca a studiare pacchetti o offerte specifiche da riservare a quelle categorie di viaggiatori che si trovano in viaggio per ragioni diverse dalla vacanza, ma che, avendo un po' di tempo libero, non disdegnano una visita al parco. Questo tipo di politiche potrebbe generare un effetto moltiplicativo, perché *il visitatore di oggi potrebbe essere il turista (direttamente o indirettamente) di domani*.



Come ci si poteva aspettare, la durata media della vacanza dei visitatori primaverili, seppur non breve, è inferiore rispetto a quella dei visitatori estivi. Il 47% di coloro che hanno dichiarato di trovarsi in vacanza indica una durata che va dai 4 ai 14 giorni, mentre il 14% (era il 28% nella precedente indagine) dichiara addirittura una durata superiore. La minore durata media è confermata anche a livello disaggregato, dove si passa dagli 11 giorni dei visitatori del Parco dell'Adamello-Brenta ai 6 del Parco dell'Alcantara, del Delta del Po e della Maremma. Questi ultimi, però, si distinguono per una maggiore variabilità del dato (tabella 7). In generale, però, i risultati della presente ricerca evidenziano una minore disomogeneità interna, in termini di durata, rispetto alla precedente indagine. Ancora una volta il Parco delle Cinque Terre si caratterizza per il più basso coefficiente di variazione. Si evidenzia, con l'eccezione del Parco dell'Adamello-Brenta, una certa relazione tra durata della vacanza e nazionalità dei visitatori: la durata è tendenzialmente maggiore dove più elevata è la presenza di stranieri.

Tabella 7. Distribuzione percentuale della durata delle vacanze in giorni

Parco	PDP	PA	PAB	PV	PCT	PM
<=3 giorni	43,24%	22,33%	8,33%	14,04%	14,23%	40,85%
4-7 giorni	21,62%	36,89%	29,63%	33,62%	45,19%	35,21%
8-14 giorni	3,24%	5,83%	23,15%	19,57%	15,06%	9,86%
15-21 giorni	6,49%	6,80%	21,30%	10,21%	16,74%	7,04%
oltre	3,24%	0,97%	2,78%	2,98%	3,77%	1,41%
non risponde	22,16%	27,18%	14,81%	19,57%	5,02%	5,63%
media	6,1	6,0	11,2	9,2	9,6	6,0
mediana	3	5	9	7	7	4
primo quartile	2	2	6	5	5	2
terzo quartile	7	7	15	10	14	7
CV	1,54	0,82	0,91	0,99	0,73	1,32
min	1	1	1	1	2	1
max	90	30	60	76	40	90

Ancora una volta i visitatori del Parco dell'Adamello-Brenta passano quasi l'intera vacanza nella regione vasta di riferimento del parco. Al contempo, sale abbastanza, in termini relativi, il numero di giorni che in media i visitatori del Parco del Vesuvio e delle Cinque Terre passano

nell'area vasta di riferimento del parco, mentre, come ci si poteva attendere, si riduce notevolmente, sempre in termini relativi, il numero di giorni di permanenza in zona dei visitatori del Parco della Maremma (3,5 gg) e del Delta del Po (2,5 gg) (tabella 8). Si deve ricordare, infatti, la vocazione balneare che in estate hanno queste due aree geografiche. Da evidenziare l'alto coefficiente di variazione che caratterizza il Parco del Delta del Po.

Tabella 8. Distribuzione percentuale dei giorni di vacanza trascorsi nella zona

Parco	PDP	PA	PAB	PV	PCT	PM
<=3 giorni	43,24%	22,33%	8,33%	14,04%	14,23%	40,85%
4-7 giorni	21,62%	36,89%	29,63%	33,62%	45,19%	35,21%
8-14 giorni	3,24%	5,83%	23,15%	19,57%	15,06%	9,86%
15-21 giorni	6,49%	6,80%	21,30%	10,21%	16,74%	7,04%
oltre	3,24%	0,97%	2,78%	2,98%	3,77%	1,41%
non risponde	22,16%	27,18%	14,81%	19,57%	5,02%	5,63%
media	2,44	3,51	10,74	5,51	5,44	3,54
mediana	1	2	7	6	6	3
primo quartile	1	1	5	3	3	2
terzo quartile	2	4	15	7	7	4
CV	3,05	1,28	0,98	0,60	0,43	0,85
min	1	1	1	1	1	1
max	90	30	60	20	15	30

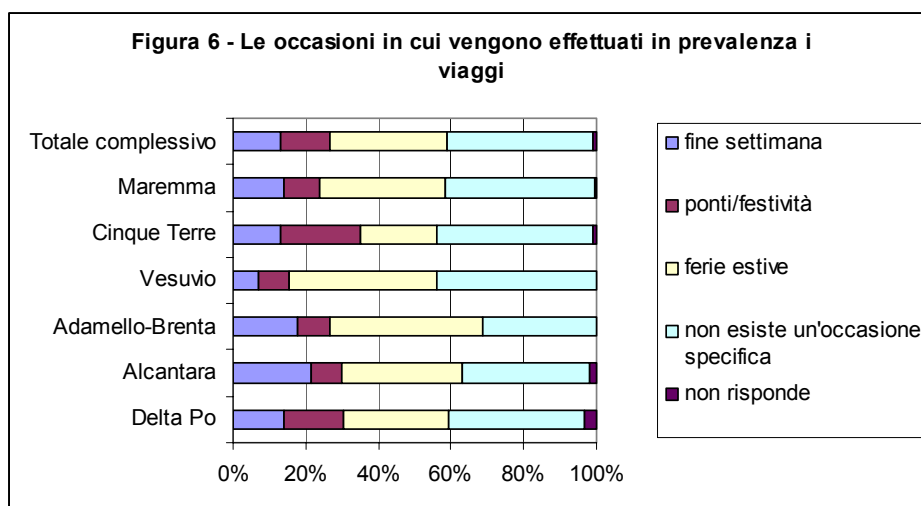
I precedenti risultati confermano una tendenza che era già emersa nell'indagine del 2005 e che in quell'occasione si era attribuita al periodo di rilevazione, e cioè la più lunga durata media delle vacanze dei visitatori dei parchi da noi intervistati rispetto al dato medio nazionale relativo ai turisti in genere, che è di circa 4 giorni. Questa conferma è confortante. **Essa sembra far emergere un primo dato consolidato, e cioè che i turisti con una preferenza rivelata per le risorse naturali, quali sono appunto i visitatori dei parchi, evidenziano una più lunga durata media della vacanza ed una tendenza a dedicare un maggior numero di giorni alla visita di un luogo.** L'esatto opposto del cosiddetto turismo mordi e fuggi.

Tabella 9. Durata media delle vacanze in genere (distribuzione percentuale)

Parco	escursione giornaliera	2-4 giorni	1 settimana	più di una settimana	non risponde
Delta Po	15,68%	15,14%	34,05%	30,27%	4,86%
Alcantara	15,53%	11,65%	45,63%	23,30%	3,88%
Adamello-Brenta	7,41%	12,04%	44,44%	36,11%	0,00%
Vesuvio	2,55%	6,81%	31,06%	59,57%	0,00%
Cinque Terre	7,95%	28,03%	23,85%	38,49%	1,67%
Maremma	6,57%	13,15%	38,03%	42,25%	0,00%
<i>Totale complessivo</i>	<i>8,49%</i>	<i>15,14%</i>	<i>34,07%</i>	<i>40,72%</i>	<i>1,57%</i>

Anche se un po' più breve rispetto a quanto emerso nella precedente indagine, la più lunga durata media delle vacanze dei visitatori dei parchi viene evidenziata anche questa volta dalle risposte che gli intervistati danno alla domanda che chiedeva loro di indicare quale era la durata media delle vacanze in genere. Come si evince dalla tabella 9, la maggioranza dei turisti (75%) dichiara di effettuare normalmente vacanze di almeno una settimana. Questo dato è confermato in tutti i parchi, anche se nel caso del Delta del Po e delle Cinque Terre è meno intenso (64% e 62% rispettivamente).

Le risposte date alle domande successive chiariscono anche un dubbio che ci era sorto in occasione della prima rilevazione, e cioè che la lunga durata media delle vacanze fosse l'effetto di un malinteso, dovuto all'aver equiparato la vacanza in senso generico, che può comprendere tutte le tipologie di viaggio effettuate durante l'anno, alle ferie estive in senso stretto. Si era poi visto che, in effetti, i visitatori intervistati espletavano in prevalenza i propri viaggi proprio in occasione delle ferie estive. Quel dubbio viene meno ora, visto che, come si evince dalla figura 6, la maggioranza degli intervistati (circa il 64%) dichiara di viaggiare in occasioni diverse dalle ferie estive e che la maggioranza relativa (40%) non ha un'occasione particolare in cui effettuare i propri viaggi. Ciò è vero, seppur con intensità diverse, per tutti i parchi.



Nonostante questo, però, il 40% degli intervistati dichiara di viaggiare prevalentemente in estate, anche se il 35% del campione totale dice di viaggiare indistintamente in tutti i periodi dell'anno. Quest'ultima opzione è stata, invece, indicata dal 46% (cioè dalla maggioranza relativa) dei visitatori del parco delle Cinque Terre (tabella 9.1). Consistente è anche la fetta di visitatori che dichiara di viaggiare prevalentemente in primavera.

Tabella 9.1. Periodo in cui si viaggia maggiormente

Parco	primavera	estate	autunno	inverno	in tutti i periodi dell'anno	non risponde
Delta Po	16,76%	40,54%	2,16%	1,62%	36,22%	2,70%
Alcantara	16,50%	51,46%	0,97%	1,94%	27,18%	1,94%
Adamello-Brenta	12,04%	52,78%	2,78%	0,00%	31,48%	0,93%
Vesuvio	16,17%	47,23%	0,43%	5,11%	31,06%	0,00%
Cinque Terre	27,20%	19,67%	3,35%	3,35%	46,44%	0,00%
Maremma	21,13%	41,78%	1,41%	2,35%	33,33%	0,00%
<i>Totale complessivo</i>	<i>19,30%</i>	<i>39,89%</i>	<i>1,85%</i>	<i>2,77%</i>	<i>35,46%</i>	<i>0,74%</i>

Tra coloro che non hanno risposto di viaggiare indistintamente in qualunque periodo dell'anno, la maggioranza relativa dichiara di viaggiare nel periodo indicato, perché in quel periodo ha le ferie, e questo è vero per i visitatori di tutti i parchi tranne che per quelli delle Cinque Terre. Rilevante, comunque, è la quota di intervistati (circa il 27% dell'aggregato) che dice di scegliere il periodo dichiarato, perché è quello che preferisce. Questo è particolarmente vero per i visitatori del

Parco delle Cinque Terre (37%) e del Parco della Maremma (30%) (tabella 9.2)<sup>6</sup>. **Le Cinque Terre, quindi, ancora una volta tendono a qualificarsi come un *outsider*, con una tipologia di visitatore che presenta spesso caratteristiche non in linea con quelle dei visitatori degli altri parchi.**

Tabella 9.2. Le ragioni per cui si viaggia in un certo periodo

Parco	in quel periodo ho le ferie	è il meno affollato	è il meno caro	è il periodo che preferisco	è quello in cui ci sono più iniziative	altro	n.r.
Delta Po	49,54%	5,21%	0,74%	15,83%	4,10%	1,86%	22,72%
Alcantara	24,00%	4,00%	1,33%	18,67%	5,33%	0,00%	46,67%
Adamello-Brenta	41,89%	12,16%	0,00%	22,97%	6,76%	1,35%	14,86%
Vesuvio	49,38%	8,64%	1,85%	28,40%	4,32%	4,32%	3,09%
Cinque Terre	31,25%	10,94%	3,91%	37,50%	7,03%	3,13%	6,25%
Maremma	47,18%	7,75%	3,52%	30,28%	1,41%	1,41%	8,45%
<i>Totale complessivo</i>	<i>41,92%</i>	<i>8,15%</i>	<i>2,15%</i>	<i>26,75%</i>	<i>4,58%</i>	<i>2,29%</i>	<i>14,16%</i>

## Il Parco e la vacanza

Una volta individuate le caratteristiche socio-economiche dei visitatori e le rispettive preferenze di viaggio, possiamo ora ad analizzare il ruolo che il parco svolge o può svolgere quale volano dello sviluppo turistico locale. Restano valide a questo riguardo tutte le avvertenze e le considerazioni fatte nella relazione relativa alla prima indagine del 2005, cui si rimanda.

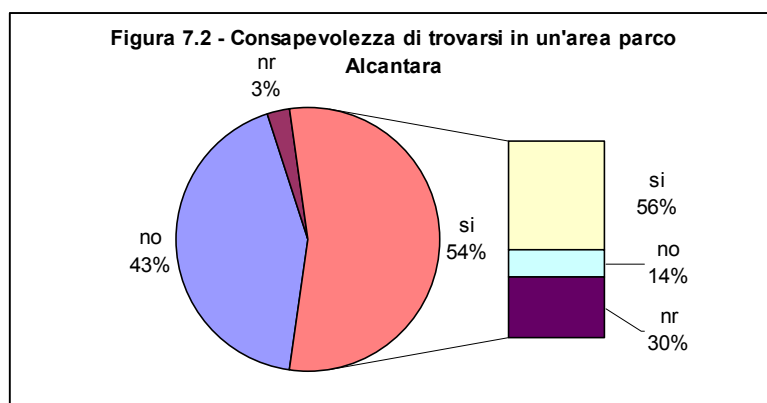
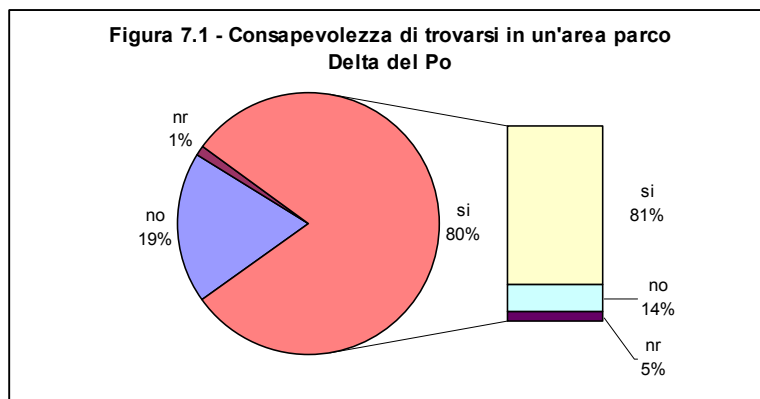
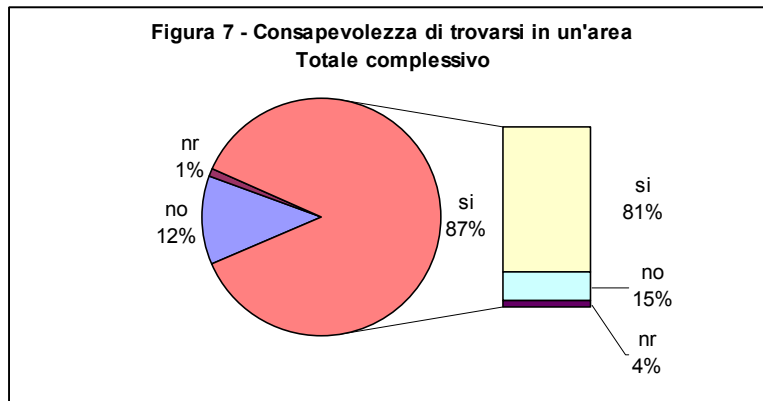
Uno dei primi elementi da verificare al fine di valutare il ruolo che un parco può svolgere nell'amplificare l'attrattività turistica di un territorio è, da un lato, sicuramente la sua visibilità all'esterno ma, dall'altro, anche la sua riconoscibilità interna. A tal fine, la seconda sezione del questionario mirava a verificare la consapevolezza dei visitatori di trovarsi in un parco e se tale consapevolezza fosse stata acquisita in occasione della visita o dipendesse, invece, da informazioni acquisite in precedenza.

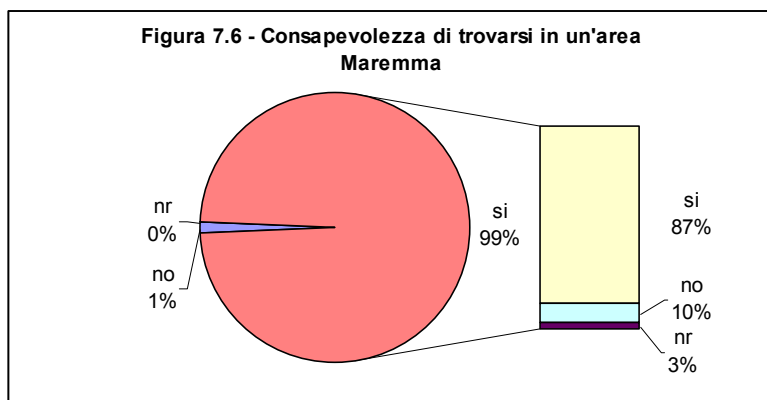
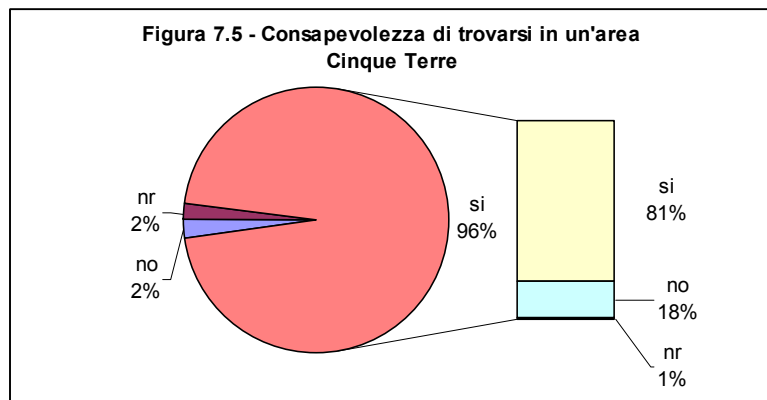
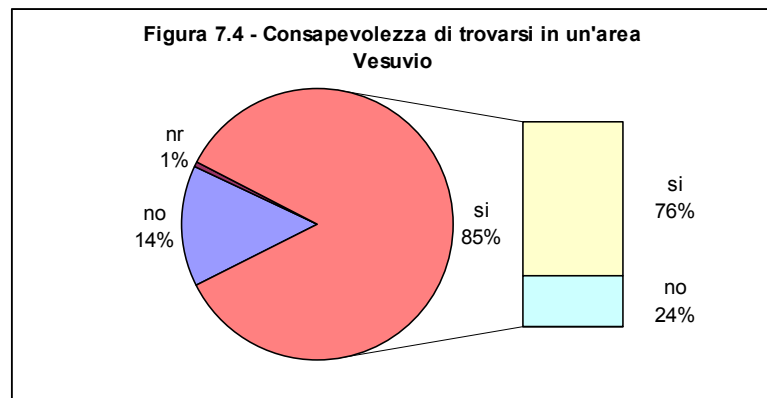
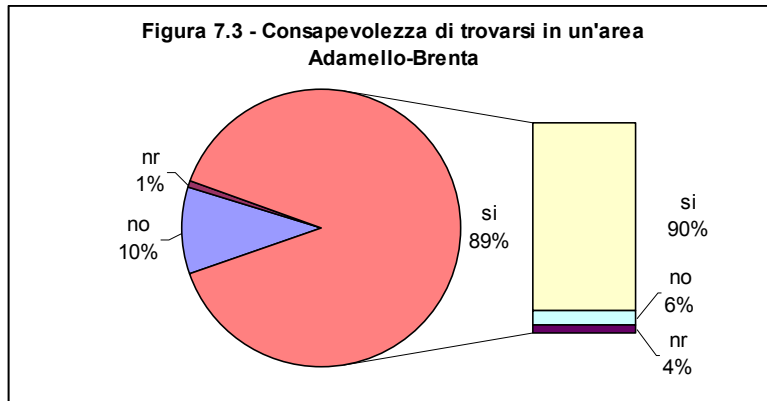
Come già emerso nella prima indagine, anche in questo caso la percentuale di visitatori che dichiara di essere consapevole di trovarsi in un'area parco è relativamente alta (86,7%). Il dato, a prima vista confortante, ci spinge però a qualche riflessione. Infatti, dato il periodo di rilevazione dei dati, ci saremmo aspettati un livello di consapevolezza maggiore rispetto alla precedente indagine (87,8%) condotta, vale la pena ricordarlo, in estate durante il periodo delle ferie. La ragionevolezza di una tale attesa è in parte confermata dalla più alta, anche se non di molto, percentuale di visitatori che ha dichiarato che conosceva il parco già prima di visitarlo. Allora, perché emerge un tale risultato? L'analisi del dato disaggregato ci permette di fare qualche considerazione.

Confrontando tra loro i dati relativi ai singoli parchi con quelli della precedente analisi si vede che, eccetto il Parco del Delta del Po, per il quale si evidenzia una riduzione dall'86% all'80%, la percentuale di coloro che dichiarano di sapere di trovarsi in un'area parco resta immutata (è il caso dell'Adamello-Brenta, 89%) o aumenta (è il caso del Parco della Maremma, dal 96% al 98,6%, delle Cinque Terre, dal 90% al 96%, e, soprattutto, del Vesuvio, dal 79% all'85%). A fronte di percentuali così elevate, risalta il dato del parco Fluviale dell'Alcantara, dove, pur pagandosi un biglietto di ingresso, solo il 54,4% dei visitatori dichiara di sapere di trovarsi in un'area parco. È quindi il dato di quest'ultimo parco, che, ricordiamo, non compariva nella precedente analisi, a spiegare l'andamento del dato aggregato. La stessa considerazione può essere fatta rispetto al dato

<sup>6</sup> Ai fini di un confronto tra i risultati della presente indagine con quelli della precedente vale quanto già detto in precedenza a proposito del dato sulla principale fonte di informazione dei visitatori. Infatti, anche qui il confronto risulta difficoltoso in considerazione del fatto che nella rilevazione del 2005 alle due domande in questione sono state date in alcuni casi risposte multiple.

relativo alla conoscenza che i visitatori avevano del parco già prima della visita. Anche in questo caso, infatti, il dato emerso a livello di singolo parco, con l'eccezione del parco della Maremma, per il quale si evidenzia una flessione (dal 94% all'87%), è migliore di quello della precedente indagine. Queste informazioni sono riportate in figura 7, dove la torta indica le percentuali delle risposte alla domanda "Sapeva di trovarsi in un'area parco?" e la colonna riporta le percentuali di coloro che, avendo risposto sì alla precedente domanda, hanno dichiarato di conoscere il parco già prima di recarvisi o, al contrario, di esserne venuti a conoscenza solo nel momento della visita.





A differenza di quanto accadeva con il visitatore estivo, quello primaverile risulta essere molto più fidelizzato. Il 37% del totale dei visitatori dichiara che aveva già visitato il parco in altre occasioni. In particolare, i parchi con il più elevato tasso di fidelizzazione risultano essere, nell'ordine: il Parco dell'Adamello-Brenta, il Parco delle Cinque Terre e quello della Maremma, tutti con percentuali maggiori rispetto alla precedente indagine (tabella 10). Come pure esercizio intellettuale, e senza voler attribuire ad esso alcun valore scientifico, potremmo misurare il grado di attrattività reale (quindi basata sull'esperienza vissuta e non dovuta a campagne di comunicazione o altro) del Parco come rapporto tra il numero di persone che dichiara di aver già visitato il parco in altre occasioni ed il numero di visitatori che aveva dichiarato di conoscere il parco prima della visita, supponendo che tra quelli che hanno dichiarato di conoscerlo già, sicuramente si annoverano coloro i quali lo avevano già visitato. In effetti, non ha tanto senso valutare positivamente dei risultati se questi si sono verificati per caso, come può essere considerata appunto la visita estemporanea e/o inconsapevole.

Tabella 10 Percentuale di visitatori che avevano o meno già visitato il parco

Parco	si	no	non risponde
Delta Po	28,11%	68,11%	3,78%
Alcantara	32,04%	58,25%	9,71%
Adamello-Brenta	57,41%	42,59%	0,00%
Vesuvio	21,70%	78,30%	0,00%
Cinque Terre	48,12%	51,05%	0,84%
Maremma	42,72%	55,87%	1,41%
<i>Totale complessivo</i>	<i>37,30%</i>	<i>60,66%</i>	<i>2,03%</i>

Tabella 11 Visitatori per i quali la visita al parco costituisce la ragione principale del viaggio (distribuzione percentuale delle risposte)

Parco	Si (*)	No	non risponde
Delta Po	35,14% (25,0%)	62,70%	2,16%
Alcantara	19,42%	80,58%	0,00%
Adamello-Brenta	25,00% (21,6%)	75,00%	0,00%
Vesuvio	34,89% (16,8%)	64,68%	0,43%
Cinque Terre	64,85% (42,0%)	35,15%	0,00%
Maremma	60,56% (30,0%)	37,09%	2,35%
<i>Totale complessivo</i>	<i>44,14% (28,4%)</i>	<i>54,94%</i>	<i>0,92%</i>

\* In parentesi il dato 2005

Oltre a mostrare una maggiore fidelizzazione, il visitatore primaverile mostra anche una maggiore finalizzazione del viaggio alla visita dell'area protetta. Infatti, per il 44% degli intervistati (erano il 28% nella prima indagine) la visita al parco costituisce la ragione principale del viaggio, con differenze molto marcate a livello di singolo parco (tabella 11). Il Parco delle Cinque Terre e quello della Maremma confermano la loro importante funzione di attrattori turistici. Alla luce di questi dati, quello che si era già fatto notare nella prima indagine acquista ancora maggior valore. Pur ricordando che la missione principale di un parco è e resta la protezione e la tutela ambientale, essi dimostrano di essere importanti risorse economiche per i territori in cui insistono, non solo per i servizi intangibili prodotti, ma anche per l'effetto attrattivo e di immagine che espletano per il più vasto territorio di riferimento. Essi, tra l'altro, rappresentano e possono agire da efficaci strumenti di destagionalizzazione dei flussi turistici.

Quanto appena detto diventa ancor più vero se si considera che ben il 49% degli intervistati (era il 44,6%) dichiara che la presenza del parco nell'area di riferimento lo ha influenzato nella



**scelta della destinazione del viaggio** (tabella 12). Pur essendo tutte le percentuali relativamente alte e maggiori di quelle emerse nella precedente indagine, ancora una volta sono il Parco della Maremma e quello dell'Adamello-Brenta a costituire un vero e proprio valore aggiunto per l'attrattività del territorio di riferimento. In quest'ottica, invece, il parco dell'Alcantara sembra svolgere un ruolo marginale.

Tabella 12: La presenza del parco ha influenzato la sua scelta di viaggio  
(rivolta a chi ha dichiarato che la visita al parco *non* costituisce la ragione principale del viaggio)

Parco	Si (*)	No	non risponde
Delta Po	39,79% (42,51%)	56,21%	3,99%
Alcantara	12,05%	80,72%	7,23%
Adamello-Brenta	70,37% (50,87%)	29,63%	0,00%
Vesuvio	52,29% (38,66%)	47,06%	0,65%
Cinque Terre	55,95% (33,63%)	40,48%	3,57%
Maremma	67,86% (63,03%)	26,19%	5,95%
<i>Totale complessivo</i>	<i>48,93% (44,66%)</i>	<i>47,77%</i>	<i>3,31%</i>

*In parentesi il dato 2005*

Tabella 13: Visita ad altre località e/o risorse del territorio prima della partenza  
(distribuzione percentuale delle risposte)

Parco	si	no	non risponde
Delta Po	54,59%	42,70%	2,70%
Alcantara	61,17%	31,07%	7,77%
Adamello-Brenta	65,74%	33,33%	0,93%
Vesuvio	85,96%	14,04%	0,00%
Cinque Terre	54,39%	37,66%	7,95%
Maremma	58,22%	39,44%	2,35%
<i>Totale complessivo</i>	<i>63,80%</i>	<i>32,69%</i>	<i>3,51%</i>

Tabella 13.1: Risorse e località visitate oltre al parco  
(distribuzione percentuale delle risposte – possibilità di risposte multiple)

Parco	siti archeologici	località balneari	località termali	città d'arte	altre aree protette	altro
Delta Po	19,68%	33,58%	2,47%	45,48%	25,84%	2,05%
Alcantara	23,94%	57,75%	2,82%	19,72%	5,63%	1,41%
Adamello-Brenta	13,89%	9,72%	11,11%	15,28%	56,94%	29,17%
Vesuvio	81,68%	35,64%	5,94%	22,28%	3,96%	0,99%
Cinque Terre	36,91%	23,49%	21,48%	34,23%	18,79%	8,05%
Maremma	37,21%	38,76%	15,50%	40,31%	10,08%	6,20%
<i>Totale complessivo</i>	<i>43,21%</i>	<i>33,33%</i>	<i>10,43%</i>	<i>30,45%</i>	<i>16,46%</i>	<i>6,31%</i>

L'importanza della presenza di un parco per l'economia di un territorio si apprezza ancora più se si considera che ancora una volta la maggioranza di coloro che visitano i parchi scelgono, poi, di visitare altre risorse o località del territorio (effetto *leakage*) (tabella 13). Il dato in questo caso è ancor più rilevante visto che, a differenza di quanto accadeva nella prima indagine, dove eravamo praticamente di fronte a turisti per i quali la visita al parco costituiva una attività complementare nel viaggio, qui la quota di "turisti natura" è, soprattutto in alcuni casi, abbastanza

rilevante. Il tipo di risorse preferite nei vari casi sono desumibili dalla tabella 13.1<sup>7</sup>. Come si può vedere, è confermata una certa “affinità” tra risorse naturali e culturali. Tali affinità andrebbero maggiormente indagate al fine di costruire specifici pacchetti turistici o reali “distretti turistici locali”.

Alla luce dell’importante ruolo che il parco può svolgere quale attrattore turistico diretto o indiretto, e coscienti della maggiore importanza che una visita consapevole ha rispetto ad una visita estemporanea o casuale, diventa necessario conoscere le ragioni che hanno spinto i turisti a visitare il parco. In particolare, anche per capire quali sono i migliori e più efficaci strumenti comunicativi da utilizzare, è indispensabile comprendere quali sono i canali di informazione da essi utilizzati o, meglio, quali sono quelli che maggiormente hanno influenzano la loro scelta. Nella tabella 14.1 e 14.2 sono riportate in ordine di importanza le principali due ragioni che hanno spinto gli intervistati a visitare il parco. Come si può osservare, l’alto numero di non risposte nel secondo caso (tabella 14.2) rende di fatto rilevante solo la prima risposta, cioè quella che individua la ragione principale.

Tabella 14.1: Motivi che hanno spinto gli intervistati a visitare il Parco - Prima risposta in ordine di importanza (distribuzione percentuale delle risposte)

<b>Parco</b>	<b>PDP</b>	<b>PA</b>	<b>PAB</b>	<b>PV</b>	<b>PCT</b>	<b>PM</b>	<b>Totale</b>
il consiglio di un amico	27,03%	42,72%	32,41%	17,87%	31,80%	37,56%	30,19%
ho visto una pubblicità	9,19%	2,91%	4,63%	0,85%	8,37%	3,29%	4,99%
articolo su rivista specializzata	5,41%	5,83%	8,33%	6,81%	8,37%	10,80%	7,76%
ho letto una guida	15,14%	8,74%	12,04%	25,53%	21,76%	15,02%	17,91%
ho visto un servizio in TV/radio	4,86%	1,94%	0,00%	3,83%	7,53%	0,47%	3,60%
a caso	7,57%	7,77%	18,52%	1,70%	6,69%	1,88%	6,09%
la proposta di un T.O. e/o un'agenzia di viaggio	3,24%	8,74%	3,70%	19,15%	6,69%	5,63%	8,49%
portale internet	12,97%	8,74%	4,63%	8,51%	4,60%	6,57%	7,66%
altro	6,49%	5,83%	13,89%	15,74%	2,09%	15,96%	10,06%
non risponde	8,11%	6,80%	1,85%	0,00%	2,09%	2,82%	3,23%

Tabella 14.2: Motivi che hanno spinto gli intervistati a visitare il Parco - Seconda risposta in ordine di importanza (distribuzione percentuale delle risposte)

<b>Parco</b>	<b>PDP</b>	<b>PA</b>	<b>PAB</b>	<b>PV</b>	<b>PCT</b>	<b>PM</b>	<b>Totale</b>
il consiglio di un amico	4,86%	2,91%	14,81%	8,09%	12,13%	4,69%	7,94%
ho visto una pubblicità	11,35%	0,00%	5,56%	1,28%	6,28%	1,41%	4,43%
articolo su rivista specializzata	1,62%	2,91%	2,78%	2,55%	6,69%	5,16%	3,88%
ho letto una guida	7,03%	2,91%	10,19%	14,47%	5,86%	13,62%	9,60%
ho visto un servizio in TV/radio	4,32%	0,00%	4,63%	3,40%	6,28%	2,35%	3,79%
a caso	2,16%	3,88%	5,56%	0,43%	1,26%	0,94%	1,85%
la proposta di un T.O. e/o un'agenzia di viaggio	0,00%	3,88%	2,78%	5,96%	2,51%	0,47%	2,59%
portale internet	7,57%	5,83%	3,70%	7,23%	13,81%	13,62%	9,51%
altro	1,08%	1,94%	1,85%	3,83%	0,42%	1,88%	1,85%
non risponde	60,00%	75,73%	48,15%	52,77%	44,77%	55,87%	54,57%

Pur se i dati relativi a questa informazione non sono direttamente confrontabili con quelli della precedente indagine, dato che in quel caso molte volte le risposte non erano state riportate in ordine di importanza, ancora una volta emerge il ruolo che il consiglio di un amico svolge nella scelta di una destinazione. Questo, a nostro parere, diventa tanto più importante quanto più la

<sup>7</sup> Ai fini di un confronto con i risultati della precedente indagine vale qui l’avvertenza già fatta in altri casi, vista la presenza di risposte multiple.

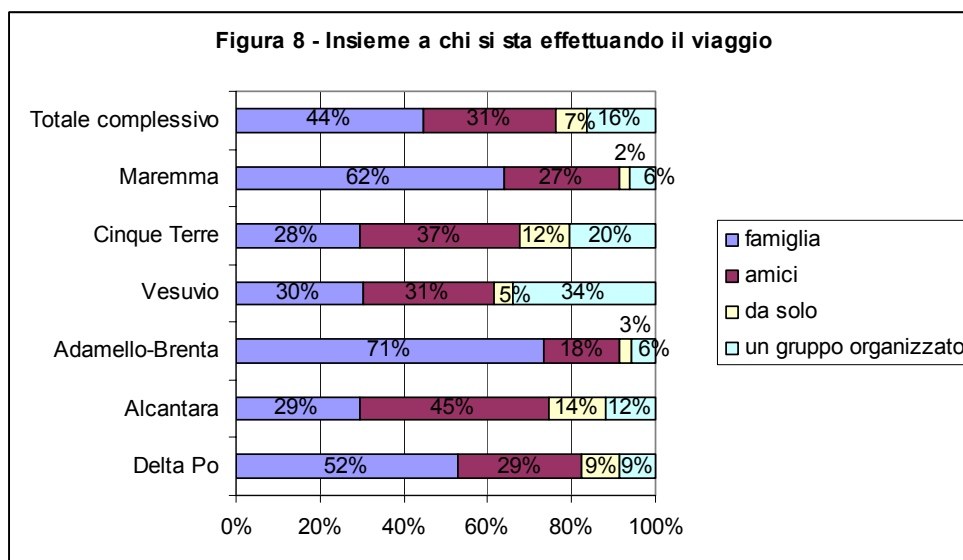
risorsa è delimitata e precisamente individuata. Infatti, è proprio in questi casi, a parere di chi scrive, che si esalta la caratteristica dimensione *esperenziale* (experience good) tipica del turismo. Ne discende che quanto più la risorsa è individuabile e circoscrivibile tanto più importante risulta garantirne la qualità.

Oltre al consiglio di un amico, ciò che sembra maggiormente spingere i turisti a scegliere una certa destinazione è la curiosità determinata dall'aver letto la descrizione del parco su una guida, indicata dal 18% degli intervistati quale motivo principale e dal 9,6% come secondario. Con la sola eccezione del parco del Vesuvio, dove l'ordine è rovesciato, il dato è più o meno omogeneo a livello di singolo parco. Da evidenziare, se non altro in prospettiva, il ruolo svolto dai siti internet.

I risultati fin qui emersi rafforzano la nostra convinzione, tra l'altro già riportata nella ricerca del 2005, che la presenza di un parco in un territorio, oltre ad attirare segmenti di turismo altrimenti inesistenti, opportunamente gestita, può, in generale, contribuire a promuovere il turismo e le risorse turistiche dell'intero territorio di riferimento.

### Modalità di espletamento del viaggio

L'analisi fin qui effettuata ha fatto emergere alcuni spunti di riflessione, confermando in diversi casi quelle che erano le nostre aspettative, in termini comparativi, relativamente alle caratteristiche dei campioni selezionati nei due periodi di rilevazione. Vediamo ora se le differenze riscontrate nella struttura dei due campioni si riflettono o meno anche sulle caratteristiche attitudinali e comportamentali dei turisti intervistati. A tal fine, seguendo il percorso logico della precedente analisi, cominciamo ad analizzare le modalità di espletamento della vacanza dei visitatori dei parchi, cercando di distinguere tra quelle che sono le abitudini generali e quelle che sono le modalità specifiche della vacanza in corso.



L'indagine ci restituisce un risultato non univoco e molto diverso da quello della prima ricerca<sup>8</sup>. Infatti, anche se, come si può vedere dalla figura 8, sull'aggregato prevale la componente di visitatori che viaggia con la famiglia (44%, in diminuzione rispetto al precedente), a livello di singoli parchi vediamo che essi possono essere divisi in gruppi: in uno, composto da Parco della Maremma, dell'Adamello-Brenta e del Delta del Po, prevalgono i gruppi familiari, e nell'altro, composto dal Parco del Vesuvio, dell'Alcantara e delle Cinque Terre, prevalgono i gruppi di amici.

<sup>8</sup> Anche in questo caso vale quanto altrove detto, vista la presenza di risposte multiple nella precedente indagine. Quindi, anche qui il confronto va fatto con cautela e solo in generale.

Minoritari ovunque sono i viaggiatori singoli, mentre in alcuni casi si fa sentire la presenza di gruppi organizzati, come nel caso del Parco delle Cinque Terre e, soprattutto, del Vesuvio. In quest'ultimo caso si tratta di una conferma.

Oltre a questo, vediamo che il visitatore primaverile del parco è un turista che in genere, nei suoi viaggi, pernotta prevalentemente in albergo (43%), anche se non disdegna forme meno tradizionali, quali bed & breakfast (13%) ed agriturismo (8,8%) (tabella 15). A differenza del visitatore estivo, come ci si poteva attendere, pernotta meno in appartamento (la percentuale passa dal 14% al 6%) e fa meno uso del campeggio (dall'11% all'8%), ma utilizza di più il camper (dal 3% al 4,8%).

Tabella 15: Tipo di sistemazione scelta in genere ed in questo viaggio  
(distribuzione percentuale delle risposte)

Risposte	Percentuale sul totale	
	<i>In genere</i>	<i>Questa volta</i>
albergo	43,12%	29,92%
ostello	4,52%	4,62%
bed and breakfast	13,11%	10,53%
campeggio	8,31%	4,43%
agriturismo	8,77%	13,39%
appartamento	5,82%	6,74%
seconda casa	3,51%	4,62%
ospite	1,94%	4,62%
camper	4,80%	4,43%
rifugio	0,46%	0,46%
altro	1,57%	4,34%
non risponde	4,06%	11,91%

Diversità emergono a livello di singolo parco, anche se, salvo singoli casi, le differenze sono più di intensità che di struttura (tabella 15.1). Ancora una volta emerge la preferenza dei visitatori del parco del Vesuvio per l'albergo (dal 61% passa al 70%), di quelli del parco della Maremma per gli agriturismo (stabile al 21%) e di quelli dell'Adamello-Brenta per gli appartamenti (anche se in calo dal 24% al 20%). Emerge, invece, la propensione dei visitatori del Parco delle Cinque Terre a pernottare in Bed & Breakfast (dal 12% al 22,6%). Questi dati sembrerebbero confermare la nostra ipotesi, avanzata nella precedente indagine, secondo la quale esiste una certa affinità tra luoghi ed abitudini, o meglio, che le caratteristiche dei luoghi contribuiscano a determinare le attività svolte dal turista. Se questo è vero, ci si potrebbe spingere a dire che la struttura dell'offerta può essere utilizzata per selezionare la domanda<sup>9</sup>. Se così è, questo comporta che se da un lato aumenta il set di scelta a disposizione dei *policy makers* locali, dall'altro aumenta anche la loro responsabilità rispetto alla tipologia ed al modo in cui il turismo si sviluppa in un'area.

Passando alla sistemazione scelta nella vacanza in corso, invece, la situazione muta sensibilmente, sia nella struttura che nell'intensità del fenomeno. Infatti, l'albergo continua ad essere scelto dalla maggioranza relativa degli intervistati, ma la sua incidenza scende al 30%. Aumenta molto, invece, il pernottamento in agriturismo (13,4%). Il bed & breakfast diventa la terza scelta, essendo preferita da poco più del 10% dei visitatori. Ricordiamo che lo stesso fenomeno si verificava anche nella prima indagine. Infatti, anche allora, nel passaggio dall'analisi del tipo di alloggio scelto in genere a quello scelto nella vacanza in corso l'importanza relativa dell'albergo si ridimensionava, anche se a favore delle seconde case e degli appartamenti. La tabella 15.1 rende il confronto immediato. Da tale tabella è facilmente osservabile la perdita generalizzata di importanza subita dagli alberghi. Ancora una volta si conferma il ruolo giocato dagli agriturismo nel caso del Parco della Maremma, il cui incremento di utilizzo controbilancia di fatto la diminuzione registrata

<sup>9</sup> Il senso di quanto affermato si può comprendere con un esempio: chi, volendo mangiar carne, entrerebbe in un ristorante vegetariano?

dagli alberghi, e dai bed and breakfast nel Parco delle Cinque Terre, dove acquistano importanza anche gli agriturismo. Da notare il caso del Parco del Delta del Po, dove la diminuzione dell'importanza relativa del pernottamento in albergo va a beneficio di quasi tutte le altre forme di ricettività.

Tabella 15.1: Tipo di sistemazione scelta in genere ed in questo viaggio  
(distribuzione percentuale delle risposte)

Risposte	Delta Po		Alcantara		Adamello-Brenta	
	<i>In genere</i>	<i>Questa volta</i>	<i>In genere</i>	<i>Questa volta</i>	<i>In genere</i>	<i>Questa volta</i>
albergo	34,59%	17,84%	37,86%	32,04%	53,70%	45,37%
ostello	1,62%	0,54%	1,94%	0,00%	0,00%	0,00%
bed and breakfast	10,81%	11,89%	17,48%	13,59%	8,33%	1,85%
campeggio	8,11%	7,03%	3,88%	0,97%	1,85%	1,85%
agriturismo	8,65%	7,57%	18,45%	12,62%	3,70%	2,78%
appartamento	6,49%	4,86%	1,94%	1,94%	20,37%	23,15%
seconda casa	3,78%	7,03%	2,91%	3,88%	8,33%	11,11%
ospite	2,16%	4,32%	5,83%	11,65%	0,00%	1,85%
camper	9,73%	8,11%	3,88%	2,91%	2,78%	2,78%
rifugio	1,08%	0,54%	0,00%	0,00%	0,93%	3,70%
altro	1,62%	2,70%	3,88%	5,83%	0,00%	5,56%
non risponde	11,35%	27,57%	1,94%	14,56%	0,00%	0,00%

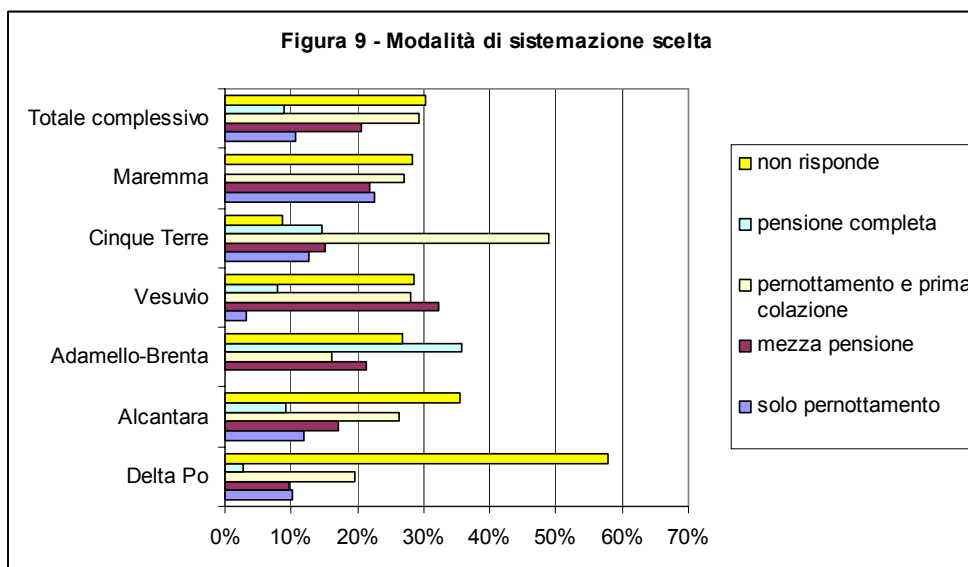
  

	Vesuvio		Cinque Terre		Maremma	
	<i>In genere</i>	<i>Questa volta</i>	<i>In genere</i>	<i>Questa volta</i>	<i>In genere</i>	<i>Questa volta</i>
albergo	70,64%	55,32%	29,71%	19,67%	32,39%	15,02%
ostello	2,13%	2,98%	15,90%	17,15%	0,47%	0,47%
bed and breakfast	10,64%	4,26%	22,59%	24,27%	7,51%	3,76%
campeggio	8,09%	5,53%	12,97%	2,09%	8,92%	6,57%
agriturismo	1,28%	0,85%	3,35%	16,32%	21,13%	34,74%
appartamento	2,55%	2,98%	3,77%	8,79%	5,63%	4,23%
seconda casa	0,85%	1,70%	5,02%	3,77%	2,35%	3,76%
ospite	0,43%	2,55%	3,77%	6,69%	0,47%	2,82%
camper	0,00%	0,00%	0,42%	0,42%	12,21%	12,21%
rifugio	0,43%	0,00%	0,42%	0,00%	0,00%	0,00%
altro	1,70%	9,36%	0,00%	0,00%	2,82%	3,76%
non risponde	1,28%	14,47%	2,09%	0,84%	6,10%	12,68%

Tra le ragioni addotte dai visitatori per spiegare la diversa scelta effettuata nella vacanza in corso rispetto a quella praticata normalmente troviamo, negli unici due casi in cui il numero di risposte è tale da avere un qualche significato, il prezzo elevato, lo scarso gradimento accordato alla struttura ed il non aver trovato la struttura scelta, indicati rispettivamente dal 23,4%, dal 20,4% e dal 17% dei visitatori del Parco delle Cinque Terre, ed il non aver trovato la struttura scelta, indicato dal 45,5% dei visitatori del Parco dell'Adamello-Brenta<sup>10</sup>. Interessante è il caso del Parco della Maremma dove il 21,5% degli intervistati dice di aver deciso di non scegliere la sistemazione abituale, perché gli era stato sconsigliato. Questo evidenzia l'importanza del passaparola per il successo o per il fallimento di un'attività, e di qualsiasi risorsa in genere. Come avevamo già rilevato nella precedente indagine, la scarsa attenzione prestata alla qualità, figlia spesso della politica del "tutto e subito" (predatoria), nel lungo periodo non paga. Per quelli che agiscono seguendo tale strategia, il profitto immediato va a detrimento della profittabilità totale di lungo periodo, determinando, in molti casi, addirittura una perdita sociale, per l'impatto negativo che può avere sugli altri esercizi e sull'immagine del territorio in generale. Quest'ultima sarà tanto più forte quanto più distante dal luogo visitato è l'origine geografica del visitatore.

<sup>10</sup> Per l'analisi dettagliata si rimanda all'appendice.

Indipendentemente dalla struttura ricettiva utilizzata, tra coloro che avevano scelto l'albergo, il bed & breakfast, il campeggio e l'agriturismo, la modalità di sistemazione preferita risulta essere "pernottamento e colazione", indicato dal 29% degli intervistati, seguita dalla "mezza pensione", scelta dal 20,5% (figura 9). La situazione, però, è piuttosto variegata a livello di singolo parco, dove si evidenzia, confermando quanto emerso nella prima indagine, la preferenza dei visitatori del Parco dell'Adamello-Brenta per la pensione completa (36%) e di quelli del Vesuvio per la mezza pensione (32%). Anche in questo caso, anche se non con la stessa frequenza del precedente, si evidenzia un alto numero di non risposte.



Relativamente al luogo di pernottamento, emerge ancora una volta, anche se con intensità e forme leggermente diverse, la forte concentrazione di questi in uno o pochi comuni dei vari parchi o delle zone limitrofe (per un'analisi dettagliata si veda l'appendice). Così, nel parco del Delta del Po i visitatori pernottano prevalentemente a Comacchio (29%), che conferma il suo ruolo di maggiore attrattore, mentre si ridimensiona il ruolo di Cervia (7,6%) (raccolgevano insieme il 45%); nel parco delle Cinque terre Riomaggiore (71,6%) rafforza il suo ruolo di attrattore a discapito di Monterosso (12,5%) (raccolgevano insieme oltre il 60% del totale); in quello della Maremma è il capoluogo Grosseto a dominare raccogliendo il 77,5% dei pernottamenti, seguito da Orbetello con una quota dell'11% (la situazione era molto meno concentrata nella precedente indagine quando erano quattro i comuni principali: Alberese (30%), Grosseto-Marina (15%), Rispescia (8,50%) e Talamone (6,23%)); nel parco del Vesuvio, dove a Napoli pernotta il 52,5% degli intervistati (erano il 25%) ed a Sorrento il 12% (era 17%); in quello dell'Adamello-Brenta che, pur confermando una struttura dei pernottamenti distribuita sul territorio, concentra in Pinzolo il 22,7% dei pernottamenti.

## Il parco nella visione degli intervistati

Secondo un noto aforisma di Oscar Wilde *cinico è colui che conosce il prezzo di tutto ed il valore di niente*. Se così fosse, limitatamente agli scopi di questa indagine, dovremmo essere indotti a credere che il numero di cinici stia calando. Infatti, sempre più spesso, soprattutto nei paesi ad elevato reddito, gli individui sentono che il loro benessere dipende dal "consumo" di beni e servizi intangibili, quali la qualità ambientale, di cui non conoscono il prezzo ma di cui apprezzano il valore, anche per l'impatto che hanno sulla stessa qualità della vita. La percezione e la consapevolezza è tale che, come emerge da molte analisi e ricerche, essi si dichiarano disposti a

rinunciare ad una parte del proprio reddito pur di poterne godere<sup>11</sup>. Da tali studi emergono addirittura alcune regolarità (fatti stilizzati) che mostrano come questa propensione dipenda normalmente da alcune caratteristiche socioeconomiche dell'intervistato<sup>12</sup>.

In alcuni recenti studi condotti nel campo turistico, si evidenziano altre regolarità che dimostrano come, a parità di caratteristiche socioeconomiche, alcune tipologie di turisti (segmenti) apprezzino più di altre certi beni e servizi, per il cui godimento o fornitura sono disposti a pagare un prezzo comparativamente maggiore. È il caso, per esempio, del turista natura rispetto al turista cosiddetto di massa relativamente alla qualità-integrità delle risorse naturali e dei servizi ambientali da esse prodotti.

Nelle sezioni successive si cercherà di verificare se quanto appena detto vale anche per i visitatori dei parchi che costituiscono il nostro campione. Oltre a ciò, obiettivo dell'indagine sarà anche quello di esaminare più nello specifico se i visitatori primaverili, tra cui, come visto, a parità di caratteristiche socioeconomiche, è presente una maggior percentuale di "turisti natura", presentino attitudini e sensibilità spiccatamente diverse da quelli estivi, studiati nella precedente indagine<sup>13</sup>, dalla quale si evidenziava una più marginale presenza tra i visitatori di turisti natura, come qui definiti.

Al fine di valutare questi aspetti, e vedere come la qualità ambientale è percepita dagli intervistati, una parte del questionario mirava ad analizzare la propensione dei visitatori ad acquistare una casa in un'area parco. I metodi di valutazione indiretti sono molto utilizzati in letteratura<sup>14</sup>. Essi cercano di arrivare a stimare il valore di un bene per il quale non esiste un mercato mediante lo studio dell'andamento del prezzo di un altro bene per il quale esiste un mercato ed il cui prezzo si ritiene essere influenzato dalle caratteristiche del primo (metodo del prezzo edonico).

Tabella 16: Disponibilità ad acquisterebbe una casa in un'area parco

Parco	Disponibilità ad acquistare		Disponibilità a pagare un prezzo maggiore	
	no	si	si	no
Delta Po	53,51%	36,76%	66,34%	29,90%
Alcantara	44,66%	51,46%	52,83%	39,62%
Adamello-Brenta	42,59%	55,56%	76,67%	18,33%
Vesuvio	77,87%	21,70%	72,55%	27,45%
Cinque Terre	33,47%	61,92%	58,11%	35,81%
Maremma	57,28%	40,85%	59,77%	37,93%
<i>Totale complessivo</i>	<i>53,19%</i>	<i>43,12%</i>	<i>63,17%</i>	<i>32,55%</i>

Alla domanda se potendo e conoscendo i vincoli cui bisogna sottostare, gli intervistati acquisterebbero una casa in un'area parco, la maggioranza (poco oltre il 53% degli intervistati) risponde negativamente. Il dato aggregato è sostanzialmente lo stesso della precedente indagine, anche se sale la percentuale di coloro che si dichiarano potenzialmente interessati (il 43% rispetto al 39% della prima ricerca). Da notare che esso risente molto del dato del Parco del Vesuvio, dove

<sup>11</sup> Sfortunatamente, non sempre alla disponibilità ipotetica corrisponde un'altrettanto forte disponibilità reale a pagare o ad impegnarsi. Spesso, data anche la natura pubblica (cioè indivisibile) di tali beni, si chiede di godere i benefici, che si apprezzano, ma si vorrebbe fossero gli altri a farsi carico dell'onere della loro fornitura.

<sup>12</sup> Normalmente tale propensione (disponibilità a pagare) risulta essere più forte nei casi in cui i metodi di valutazione utilizzati per stimarla si basano sulla disponibilità ipotetica a pagare (preferenze dichiarate) che su quella rivelata, emergente da acquisti reali (preferenze rivelate).

<sup>13</sup> Valgono al riguardo le avvertenze fatte nell'introduzione, visto che in alcuni parchi la rilevazione dei dati della seconda indagine è stata svolta in ritardo rispetto a quello che era il periodo stabilito.

<sup>14</sup> Ricordiamo che l'analisi non ha la pretesa di arrivare ad effettuare valutazioni, per le quali le tecniche da utilizzare sono altre, ma semplicemente di verificare delle relazioni e delle sensibilità.

presumibilmente, più che altrove, gli intervistati sono riusciti meno ad astrarre dal caso specifico (cosiddetto *errore da ipoteticità*). Comunque, a differenza di quanto accadeva nella prima indagine, quando in tutti i parchi la maggioranza assoluta si era dichiarata contraria, questa volta in tre casi su sei la maggioranza degli intervistati si dichiara interessata ad effettuare un tale tipo di acquisto. Quanto detto acquisisce maggior rilievo se si considera il fatto che oltre il 63% di coloro che si sono dichiarati interessati ad acquistare una casa in un'area parco sarebbe disposto anche a pagare un prezzo maggiore rispetto a quello che sarebbe disposto a pagare per l'acquisto di un equivalente immobile situato in città (tabella 16)<sup>15</sup>.

Relativamente a quest'ultimo aspetto esiste una certa omogeneità a livello di singolo parco. Come si evince dalla tabella 16, in tutti i parchi la maggioranza assoluta di coloro che si sono dichiarati interessati ad acquistare un'abitazione in un'area parco è anche disposta a pagarla più di quanto non pagherebbe per l'acquisto di un equivalente immobile situato in città. Le percentuali più elevate si riscontrano tra i visitatori del parco del Vesuvio e dell'Adamello-Brenta. In quest'ultimo caso, così come nel parco del Delta del Po, la percentuale è in notevole crescita rispetto al dato precedente. Calano le percentuali nel parco delle Cinque Terre (era l'82%) e della Maremma (era il 75%).

Tabella 17: Differenza massima di prezzo che si sarebbe disposti a pagare  
(distribuzione percentuale delle risposte)

Parco	il 5%	il 15%	il 30%	oltre
Delta Po	36,75%	36,54%	19,59%	7,12%
Alcantara	46,43%	46,43%	7,14%	0,00%
Adamello-Brenta	47,83%	43,48%	8,70%	0,00%
Vesuvio	54,05%	40,54%	5,41%	0,00%
Cinque Terre	32,97%	38,46%	16,48%	12,09%
Maremma	26,92%	53,85%	9,62%	5,77%
<i>Totale complessivo</i>	<i>37,87%</i>	<i>42,52%</i>	<i>12,96%</i>	<i>5,98%</i>

Eccetto che nel caso del Parco del Vesuvio, sale in media la differenza di prezzo che i visitatori sarebbero disposti a pagare per l'acquisto (tabella 17). Si riduce, infatti, la percentuale di visitatori che sarebbero disposti a pagare una differenza di prezzo del 15% (categoria modale), mentre aumenta la percentuale di quelli che pagherebbero differenze ancora maggiori. Sul dato aggregato, quasi il 13% di coloro i quali si erano dichiarati disposti a pagare un prezzo più alto sono disposti a pagare una differenza di prezzo del 30% e un 6% addirittura una differenza maggiore.

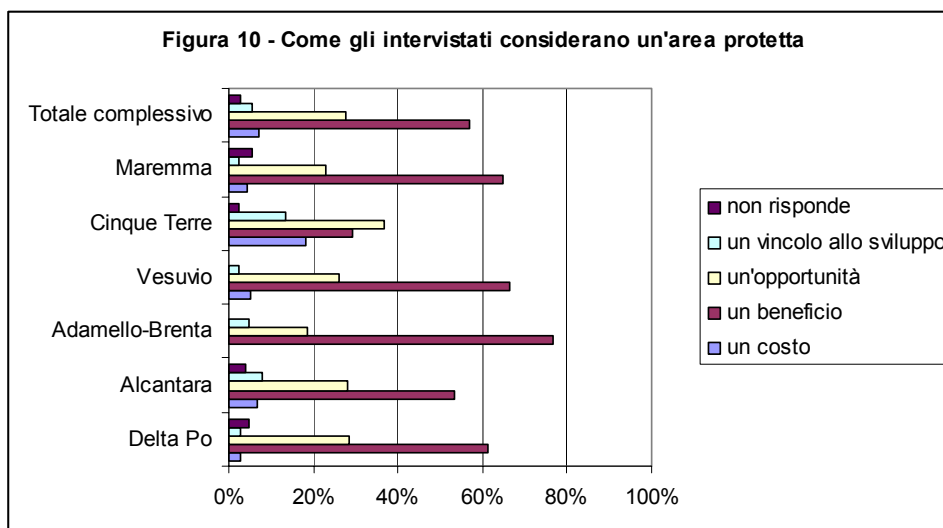
In generale, comunque, rispetto al totale degli intervistati, resta quasi immutata la percentuale (poco più del 27%)<sup>16</sup> di coloro che, consapevoli dell'impatto che il parco ha sul benessere individuale, sono disposti ad acquistare un'abitazione nel parco e a pagare per tale acquisto un prezzo più elevato. In base alla teoria della domanda Lancasteriana, ogni bene è descritto da una serie di caratteristiche. I beni si differenziano, perciò, per la diversa intensità o dimensione che le varie caratteristiche possono assumere. Di conseguenza, l'utilità che si deriva dal loro consumo è una somma ponderata delle utilità attribuibili ad ogni singola caratteristica. Nel caso di un'abitazione, il prezzo finale dipenderà da una serie di elementi, quali dimensione, localizzazione, disponibilità di servizi, esposizione, ecc.. Per il 27% dei rispondenti, quindi, tra i vari elementi da valutare per determinare il prezzo finale di una casa c'è la qualità ambientale dell'area in cui l'immobile è situato. Se la qualità ambientale viene incorporata nel prezzo di

<sup>15</sup> Per non appesantire la tabella e rendere più immediatamente leggibile il dato non si sono riportate le non risposte, che comunque non raggiungevano mai percentuali rilevanti. Come al solito, il lettore interessato può consultare il dato completo in appendice.

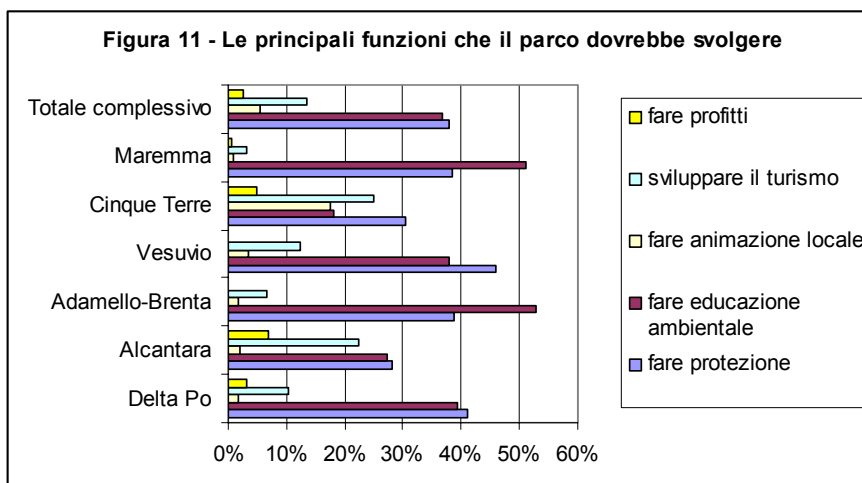
<sup>16</sup> Questo valore è stato ottenuto calcolando il 63,17% (percentuale di intervistati disposta a pagare un prezzo maggiore) di 43,12 (percentuale di intervistati disposti ad acquistare un'abitazione in un'area parco) (vedi tabella 16).



vendita, questo significa che il parco contribuisce ad aumentare la ricchezza dei proprietari di immobili. Come già osservato nella prima indagine, questo dato, insieme a quello sulla generazione di reddito aggiuntivo generato dai visitatori, non va trascurato quando si parla di finanziamento dei parchi. Questi ultimi, infatti, pur volendo trascendere dalla loro funzione conservativa, che costituisce comunque la missione principale, e dalle motivazioni etiche della tutela, generano esternalità pecuniarie (sia in termini di reddito aggiuntivo che di incremento del valore immobiliare) che, qualora si volesse equiparare i parchi ad imprese private, andrebbero contabilizzate tra le loro entrate.

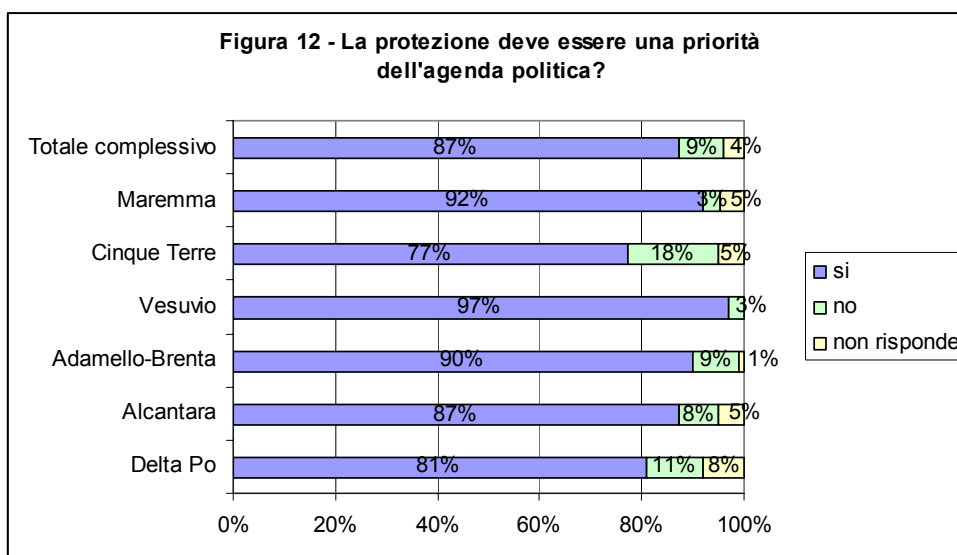


Logicamente, l'esercizio precedente non è esaustivo. Infatti, il fatto che la maggioranza degli intervistati non si sia dichiarata interessata all'acquisto di un'abitazione in un'area parco o a pagare per essa un prezzo maggiore, non significa che essi non siano consapevoli dell'importanza economica e del valore intrinseco di un parco. A parte le considerazioni fatte nella precedente indagine sulla capacità di valutazione di un acquisto ipotetico, paradossalmente (ma neanche tanto), potrebbe verificarsi che proprio coloro che sono più sensibili alla tutela ambientale si dichiarino contrari all'acquisto. Molti ritengono, infatti, che i parchi debbano essere aree incontaminate e che certi beni o attività debbano rimanere estranee alle valutazioni e alle dinamiche di mercato, prevalendo in esse la dimensione etica della scelta.



Fatta questa precisazione, possiamo vedere come una grandissima percentuale degli stessi visitatori, quindi anche di coloro che non avevano mostrato alcun interesse per l'acquisto di un immobile nel parco, consideri un'area protetta come "un beneficio" (57%) o "un'opportunità" (28%). Pochi considerano il parco un vincolo allo sviluppo (5,6%) o un costo (7%) (figura 10). Il dato è abbastanza uniforme a livello di singolo parco. Questo corrobora quanto prima detto a proposito delle risposte degli intervistati rispetto all'acquisto di un'abitazione in un parco.

Al di là di qualsiasi considerazione fatta sul valore economico, diretto e/o indiretto, del parco, per una consistente percentuale di visitatori il parco deve rimanere fedele a quella che è la sua missione principale, cioè deve fare protezione, opzione scelta dal 38% degli intervistati, ed educazione ambientale, risposta indicata dal 37% del totale dei visitatori intervistati. Solo un 13,4% del totale sostiene che la funzione principale del parco dovrebbe essere quella di sviluppare il turismo. Quest'ultimo dato risente molto delle risposte fornite dai visitatori del parco dell'Alcantara e delle Cinque Terre, due parchi che presentano caratteristiche naturali e gestionali in un certo senso abbastanza diverse dal resto (figura 11). Nella sostanza, la priorità degli obiettivi indicata dai rispondenti non cambia da parco a parco, anche se, ancora una volta, nel caso del Parco dell'Adamello-Brenta e della Maremma è la funzione educativa a prevalere<sup>17</sup>.



L'importanza che gli intervistati assegnano alla protezione è confermata anche dal fatto che più di 4 visitatori su 5 sostengono che la protezione dovrebbe essere una priorità dell'agenda politica. Questo dato emerge con chiarezza ovunque, in alcuni casi quasi in forma plebiscitaria. Questo sta a dimostrare almeno due cose: da un lato, che a prescindere da ragioni di tipo prettamente economico (nel senso tradizionale del termine), gli intervistati comprendono l'importanza strategica della protezione; dall'altro, che i problemi ambientali che ci troviamo quotidianamente ad affrontare cominciano a destare un certo allarme sociale.

### L'onere della tutela: la visione degli intervistati

Ancora una volta, coerentemente con quanto dichiarato in precedenza, gli intervistati sembrano essere consapevoli non solo delle funzioni positive svolte dalla protezione e dalla tutela ambientale, ma anche del fatto che i servizi forniti e le funzioni svolte da un parco hanno una dimensione eminentemente "pubblica", nell'accezione economica del termine, essendo non razionabili,

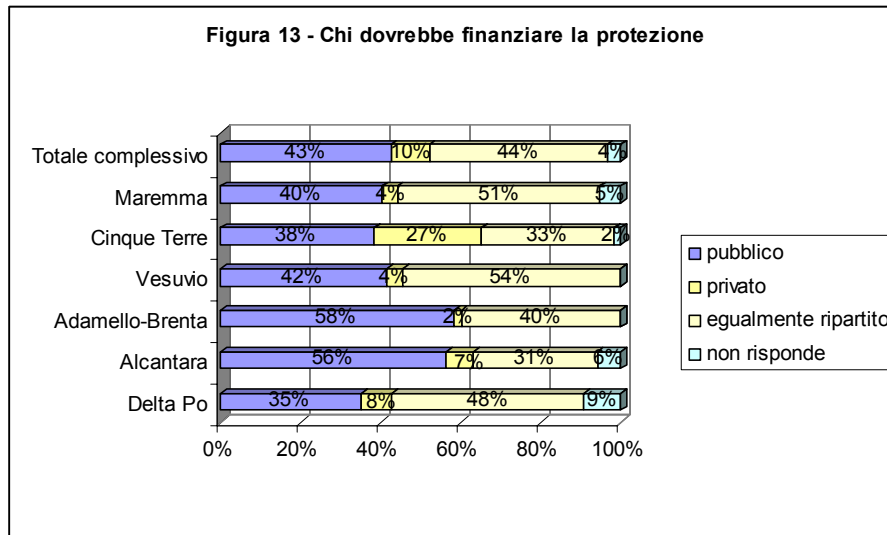
<sup>17</sup> Relativamente a questi ultimi due punti (figura 10 e 11) valgono le avvertenze fatte in precedenza a proposito di quelle domande a cui nella precedente indagine erano state date risposte multiple.

indivisibili e non escludibili. Come si vede dalla tabella 18, il 78,6% dei visitatori intervistati ritiene che la protezione debba essere un compito prevalentemente pubblico<sup>18</sup>. Il dato, con la sola eccezione del parco delle Cinque Terre, si presenta abbastanza uniforme in tutte le aree protette.

Come già emerso nella prima indagine, gli intervistati mantengono distinta la questione della gestione da quella del finanziamento. Infatti, nonostante ritengano in grande maggioranza che la protezione debba essere un compito prevalentemente pubblico, allo stesso tempo ritengono che l'onere del finanziamento non debba essere solo a carico del bilancio pubblico. A differenza di quanto accadeva nell'indagine del 2005<sup>19</sup>, ora l'opzione "finanziamento egualmente ripartito" è indicata dalla maggioranza relativa degli intervistati, anche se la differenza rispetto a "finanziamento pubblico" è minima (44% vs 43%). Tranne che nel parco dell'Adamello-Brenta e dell'Alcantara, la somma delle percentuali relativa all'opzione "totalmente a carico del privato" e "egualmente ripartito" sommano a più del 50% (figura 13).

Tabella 18: A chi dovrebbe competere prevalentemente l'onere della protezione (distribuzione percentuale delle risposte)

Parco	pubblico	privato	non risponde
Delta Po	78,92%	12,43%	8,65%
Alcantara	81,55%	8,74%	9,71%
Adamello-Brenta	91,67%	6,48%	1,85%
Vesuvio	87,66%	11,91%	0,43%
Cinque Terre	59,00%	37,66%	3,35%
Maremma	82,16%	13,15%	4,69%
<i>Totale complessivo</i>	<i>78,58%</i>	<i>17,08%</i>	<i>4,34%</i>



Le fonti di finanziamento a cui i visitatori vorrebbero si attingesse sono prevalentemente la fiscalità generale, indicata dal 44% come opzione prioritaria e dall'8,8% come secondaria, ed i biglietti di ingresso, indicati rispettivamente dal 16% e dal 21%. Seguono poi gadget ed eventi e imposte e tasse locali (tabella 19). Nella sostanza, anche considerando le divergenze dovute al fatto che nella precedente indagine erano state fornite risposte multiple senza alcun ordine di priorità, l'ordine di scelta tra le varie opzioni è esattamente lo stesso di quello emerso nella prima indagine.

<sup>18</sup> L'apparente diminuzione della percentuale sull'aggregato è dovuta al fatto che nella precedente analisi, relativamente a questa domanda, in diversi casi era stata data più di una risposta. Valgono, quindi, le avvertenze fatte altrove.

<sup>19</sup> Ricordiamo che, come altrove, nella ricerca del 2005 a questa domanda erano state fornite in alcuni casi delle risposte multiple. Valgono, quindi, le solite avvertenze.

Come si può vedere, la percentuale di coloro che indicano la fiscalità generale quale principale fonte di finanziamento corrisponde con la percentuale di coloro che ritengono che il finanziamento della protezione debba essere a carico del bilancio dello stato.

Tabella 19: Fonti principali di finanziamento

Risposta	Totale	
	Principale	Secondaria
dalla fiscalità generale	43,95%	8,77%
da imposte e tasse locali	6,56%	7,11%
dall'istituzione di tasse ambientali	10,16%	12,56%
da biglietti di ingresso	16,25%	21,14%
da sponsorizzazioni e/o pubblicità	0,09%	12,74%
gadget ed eventi	12,00%	8,13%
donazioni	4,16%	6,65%
altro	2,86%	
non risponde	3,97%	22,90%

Tabella 19.1: Fonti principali di finanziamento

Risposta	Delta Po		Alcantara		Adamello-Brenta	
	Principale	Secondaria	Principale	Secondaria	Principale	Secondaria
dalla fiscalità generale	43,24%	4,32%	25,24%	4,85%	54,63%	7,41%
da imposte e tasse locali	8,65%	4,86%	2,91%	1,94%	6,48%	7,41%
dall'istituzione di tasse ambientali	10,27%	8,65%	10,68%	1,94%	12,96%	17,59%
da biglietti di ingresso	8,11%	24,86%	23,30%	15,53%	11,11%	23,15%
da sponsorizzazioni e/o pubblicità	0,00%	14,59%	0,97%	7,77%	0,00%	16,67%
gadget ed eventi	17,84%	12,97%	15,53%	11,65%	10,19%	4,63%
donazioni	1,08%	8,65%	11,65%	0,97%	0,93%	5,56%
altro	2,70%		0,97%		1,85%	
non risponde	8,11%	21,08%	8,74%	55,34%	1,85%	17,59%

Risposta	Vesuvio		Cinque Terre		Maremma	
	Principale	Secondaria	Principale	Secondaria	Principale	Secondaria
dalla fiscalità generale	66,81%	7,23%	26,36%	15,06%	42,72%	9,86%
da imposte e tasse locali	7,23%	8,94%	7,95%	8,79%	4,23%	7,51%
dall'istituzione di tasse ambientali	8,51%	16,60%	10,88%	15,48%	9,39%	10,80%
da biglietti di ingresso	9,36%	28,94%	27,62%	11,30%	17,37%	22,07%
da sponsorizzazioni e/o pubblicità	0,00%	17,45%	0,00%	8,79%	0,00%	10,80%
gadget ed eventi	7,66%	5,11%	10,04%	7,95%	13,15%	7,51%
donazioni	0,00%	10,64%	11,30%	2,51%	1,41%	8,45%
altro	0,43%		5,02%		4,69%	
non risponde	0,00%	5,11%	0,84%	30,13%	7,04%	23,00%

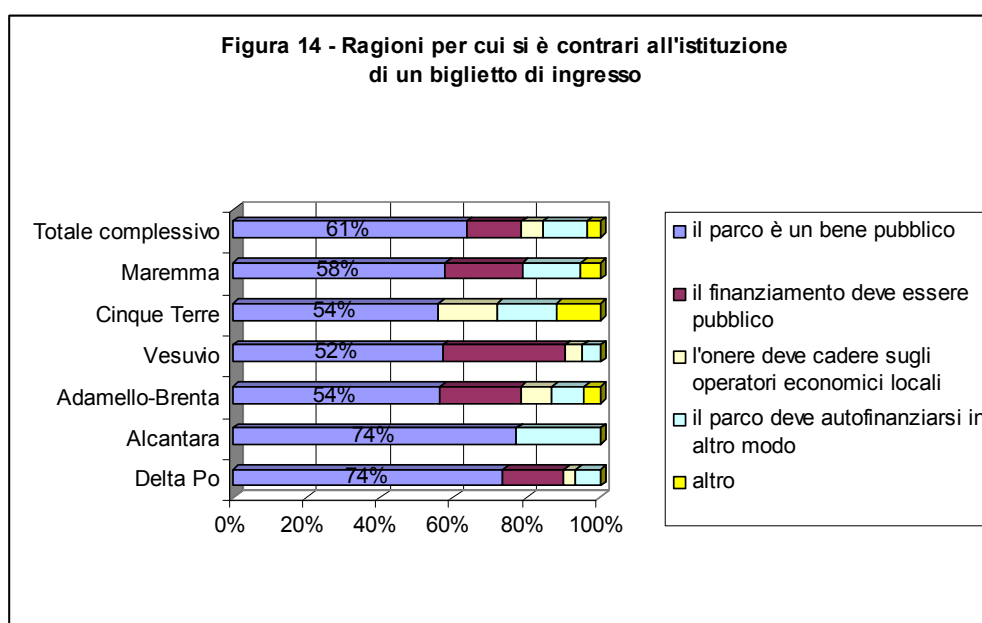
A livello di singolo parco il dato non varia molto nella sostanza delle indicazioni che ne emergono (tabella 19.1). Spicca il dato delle Cinque Terre, dove i visitatori indicano nel biglietto di ingresso la principale fonte di finanziamento. Non molto diverso è il dato dell'Alcantara. Ancora

una volta, quindi, questi due parchi presentano dinamiche non in linea con quelle degli altri parchi. Tra l'altro, relativamente al Parco delle Cinque Terre, il risultato è più o meno in linea con quanto emerso nella precedente indagine. Purtroppo, dai dati non è possibile capire se e in che misura i visitatori, nell'effettuare l'opzione di scelta, siano o meno stati influenzati dalla situazione contingente.

In ogni caso, come già emerso nella precedente indagine, a giudicare dai dati, anche coloro che alla domanda precedente non avevano indicato il biglietto di ingresso tra le due fonti principali di finanziamento dei parchi ritengono, o riterrebbero (a seconda del fatto che un biglietto sia o meno già istituito), giusto o opportuno istituirlo. Lo dichiara il 65% degli intervistati (era il 58)%, con punte del 84% nel caso del parco del Vesuvio (era il 58,5%). Nel parco dell'Alcantara, invece, meno della metà degli intervistati è d'accordo con l'istituzione di un biglietto. Questo aspetto andrebbe approfondito, perché questo era uno dei parchi in cui più alta era risultata la percentuale di coloro che, tra scelta principale e secondaria, avevano individuato nel biglietto di ingresso la fonte di finanziamento principale delle aree protette. Infine, seppur sempre alta, risulta in calo la percentuale di visitatori del Parco della Maremma e del Delta del Po che ritiene giusto istituire un biglietto di ingresso (tabella 20).

Tabella 20: Ritiene/riterebbe giusto far pagare un biglietto per la visita al parco o ad alcune sue parti? (distribuzione percentuale delle risposte)

Parco	si	no	non risponde
Delta Po	54,99%	24,57%	20,44%
Alcantara	48,39%	37,10%	14,52%
Adamello-Brenta	63,38%	33,80%	2,82%
Vesuvio	84,14%	15,86%	0,00%
Cinque Terre	63,70%	17,81%	18,49%
Maremma	66,67%	14,73%	18,60%
<i>Totale complessivo</i>	<i>65,29%</i>	<i>21,42%</i>	<i>13,29%</i>



Le osservazioni fatte in precedenza a proposito della dimensione pubblica della protezione sembrano trovare conferma nelle spiegazioni che i visitatori adducono per giustificare la loro contrarietà all'istituzione di un biglietto di ingresso. Il 61% degli intervistati (era quasi il 68%) si dichiara contrario, perché ritiene che il parco sia un bene pubblico (anche se qui il termine non era

stato utilizzato nell'accezione strettamente economica), mentre un 14% è contrario, perché ritiene che il finanziamento deve essere pubblico (era il 23%). Come si può vedere dalla figura 14, il dato è pressoché uguale in tutti i parchi, con l'eccezione del parco delle Cinque Terre, dove il 15% degli intervistati ritiene che l'onere del finanziamento dovrebbe ricadere sugli operatori economici ed un altro 15% pensa che il parco dovrebbe trovare altre forme di autofinanziamento. Relativamente a quest'ultimo aspetto, la pensano così anche il 21,7% dei visitatori del parco dell'Alcantara ed il 15,8% di quelli del parco della Maremma.

In generale, comunque, seppur con una percentuale più contenuta rispetto alla precedente indagine (il 63% rispetto al 72%), la maggioranza degli intervistati ritiene che l'istituzione di un biglietto o l'aumento di quello esistente non disincentiverebbe la visita al parco (tabella 21). Una qualche relazione è possibile vedere tra quanto dichiarato qui e quanto dichiarato in precedenza a proposito dell'istituzione di un biglietto. Stupisce il dato del parco delle Cinque Terre. In questo caso, infatti, la maggioranza dei visitatori dichiara che l'istituzione di un biglietto o un suo aumento disincentiverebbe la visita al parco. In precedenza, la maggioranza degli stessi visitatori aveva ritenuto giusto istituire dei biglietti di ingresso ai parchi. Non si deve però pensare ad una incongruenza: si può benissimo essere d'accordo sul principio generale ma ritenere, allo stesso tempo, che quanto si paga nel caso specifico sia già sufficiente.

Tabella 21: L'istituzione o un piccolo aumento del biglietto di ingresso disincentiverebbe la sua visita?  
(distribuzione percentuale delle risposte)

Parco	si	no	non risponde
Delta Po	25,41%	67,57%	7,03%
Alcantara	23,30%	69,90%	6,80%
Adamello-Brenta	22,22%	77,78%	0,00%
Vesuvio	22,13%	77,45%	0,43%
Cinque Terre	73,64%	24,69%	1,67%
Maremma	15,96%	75,59%	8,45%
<i>Totale complessivo</i>	<i>32,96%</i>	<i>63,07%</i>	<i>3,97%</i>

A questo punto vale la pena ribadire che è opportuno non confondere i piani del discorso. Infatti, come emerge dalla ricerca, la disponibilità a pagare un biglietto di ingresso non implica che gli individui non possano ritenere contemporaneamente che l'onere del finanziamento della protezione debba essere sostenuto dal settore pubblico. Il biglietto è un corrispettivo per il beneficio diretto di cui godono i visitatori. Esso può contribuire a finanziare le attività del parco ma non potrà mai arrivare a coprire l'intero costo di gestione. Questa, tra l'altro, qualora fosse percorribile come scelta, sarebbe inefficiente da un punto di vista economico, visto che, come detto, la protezione produce benefici indivisibili che vanno a beneficio anche di coloro che non visitano il parco. Da qui la necessità di studiare forme di finanziamento che, pur ripartendo il carico in forme diverse, vedano il contemporaneo contributo pubblico e privato.

Tra le forme di finanziamento privato rientrano sicuramente forme di donazione, tra l'altro già sperimentate in altri paesi. A tal riguardo, la maggioranza relativa dei visitatori dei parchi (il 47,8% era il 38%) si dichiara favorevole ad adottare a distanza un parco o una delle sue risorse, sapendo però che il suo contributo sarebbe utilizzato totalmente per attività di tutela (tabella 22). Con la sola eccezione del parco dell'Alcantara e della Maremma, questo è vero per i visitatori di tutti i parchi. La volta precedente questa situazione era vera solo per i visitatori del parco del Delta del Po. Si evidenzia, quindi, una maggiore disponibilità dei visitatori a farsi carico direttamente di una parte del finanziamento della protezione.

La percentuale di coloro che sarebbero propensi ad adottare un parco a distanza probabilmente aumenterebbe se fosse possibile detrarre le donazioni dalla dichiarazione dei redditi.

Infatti, il 72% degli intervistati si dichiara favorevole ad una legge che desse la possibilità di portare in detrazione dal reddito imponibile le donazioni o che permettesse di decidere di destinare parte delle imposte sui redditi pagate alla protezione (tipo 8 per mille) (tabella 23). In quest'ultimo caso il costo per il contribuente sarebbe nullo, trattandosi di imposte che comunque deve pagare. Si tratterebbe di deciderne solo la destinazione. Quindi, l'effetto per i parchi non potrebbe che essere positivo. Ancora una volta, in questo caso con la sola eccezione del Parco dell'Alcantara, il dato è omogeneo a livello di singolo parco.

Tabella 22: Interesse ad adottare a distanza il parco o una delle sue risorse  
(distribuzione percentuale delle risposte)

<b>Parco</b>	<b>si</b>	<b>no</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	45,41%	44,86%	9,73%
Alcantara	30,10%	62,14%	7,77%
Adamello-Brenta	50,93%	48,15%	0,93%
Vesuvio	53,62%	46,38%	0,00%
Cinque Terre	64,85%	34,73%	0,42%
Maremma	31,46%	43,19%	25,35%
<i>Totale complessivo</i>	<i>47,83%</i>	<i>44,60%</i>	<i>7,57%</i>

Tabella 23: Favorevoli o no ad una legge che permettesse di portare in detrazione dai redditi le donazioni fatte a parchi o che permettesse di destinare una percentuale delle imposte sui redditi alla protezione  
(distribuzione percentuale delle risposte)

<b>Parco</b>	<b>si</b>	<b>no</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	82,70%	6,49%	10,81%
Alcantara	40,78%	50,49%	8,74%
Adamello-Brenta	87,04%	12,04%	0,93%
Vesuvio	87,66%	11,49%	0,85%
Cinque Terre	64,85%	33,89%	1,26%
Maremma	63,38%	10,80%	25,82%
<i>Totale complessivo</i>	<i>72,48%</i>	<i>19,21%</i>	<i>8,31%</i>

Tabella 24: Necessità di limitare numericamente l'accesso ai parchi  
(distribuzione percentuale delle risposte)

<b>Parco</b>	<b>si</b>	<b>no</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	72,97%	19,46%	7,57%
Alcantara	49,51%	45,63%	4,85%
Adamello-Brenta	55,56%	43,52%	0,93%
Vesuvio	60,85%	39,15%	0,00%
Cinque Terre	53,97%	43,10%	2,93%
Maremma	70,42%	17,84%	11,74%
<i>Totale complessivo</i>	<i>61,68%</i>	<i>33,52%</i>	<i>4,80%</i>

Tornando alla questione dell'istituzione del biglietto di ingresso è necessario fare qualche osservazione. Infatti, non è chiaro se la propensione mostrata dai visitatori per questa opzione (si veda tabella 20) sia in qualche maniera conseguenza della necessità da essi sentita di regolamentare gli accessi al parco. **Fatto sta che quasi il 62% degli intervistati (era il 52%)** ritiene che l'accesso ai parchi andrebbe, in qualche maniera, numericamente regolamentato. L'indicazione è ancor più chiara se si pensa che solo il 33,5% (era il 40%) non lo ritiene necessario. A differenza di quanto



accadeva nella precedente indagine, la situazione non è molto diversificata a livello di singolo parco, ed in tutti i parchi la maggioranza dei visitatori riterrebbe opportuno regolamentare gli ingressi. Lo ritengono in particolare i visitatori del parco della Maremma che confermano, rispetto a questo aspetto, una maggiore sensibilità e/o preoccupazione. (tabella 24)<sup>20</sup>.

La necessità di studiare forme di regolamentazione degli ingressi si giustifica anche in base al fatto che per la maggioranza (58% era il 42,5%) degli intervistati un eccessivo numero di visitatori potrebbe rappresentare un disincentivo alla visita (tabella 25). Presumibilmente, questo effetto è da attribuire sia a ragioni inerenti la capacità di carico sia, soprattutto, alle esternalità da congestione, che producono una riduzione della qualità della visita stessa. Paradossalmente, quindi, come ormai diffusamente sostenuto, si potrebbe realizzare la profezia secondo la quale *il turismo potrebbe distruggere il turismo*. Con la sola eccezione del Parco dell'Alcantara, in tutti gli altri casi questa preoccupazione è sentita dalla maggioranza degli intervistati (era esattamente il contrario nella precedente indagine). Addirittura, nel caso del Parco dell'Adamello-Brenta e delle Cinque Terre (rispetto a quest'ultimo si tratta di una conferma) la percentuale di coloro che dichiarano che un eccessivo numero di visitatori potrebbe disincentivarli dal visitare il parco è maggiore della percentuale di coloro che ritenevano che l'accesso ai parchi andrebbe regolamentato. L'analisi ci restituisce, quindi, risultati alquanto diversi da quelli della prima indagine.

Tabella 25: Un eccessivo numero di visitatori può disincentivare la visita al parco?  
(distribuzione percentuale delle risposte)

Parco	si	no	non risponde
Delta Po	64,86%	25,41%	9,73%
Alcantara	34,95%	59,22%	5,83%
Adamello-Brenta	64,81%	34,26%	0,93%
Vesuvio	55,74%	44,26%	0,00%
Cinque Terre	63,18%	30,96%	5,86%
Maremma	57,28%	30,99%	11,74%
<i>Totale complessivo</i>	<i>58,17%</i>	<i>35,92%</i>	<i>5,91%</i>

## Le attività svolte o che si sarebbe voluto svolgere

Anche il visitatore primaverile, al pari di quello estivo, sembra recarsi al parco per una "semplice" visita, per passare un po' di tempo a contatto con la natura o per contemplare il paesaggio. Infatti, in prevalenza, tra le due opzioni scelte, quella indicata con maggior frequenza è la passeggiata, che rappresenta il 32% di tutte le risposte date (il dato calcolato sui rispondenti è del 48,6%)<sup>21</sup>. Se sommiamo tale percentuale a quella relativa al trekking (16,7%), vediamo che le due attività insieme rappresentano quasi il 50% delle risposte date (tabella 26). Tranne che nel Parco del Delta del Po, queste sono le attività praticate in prevalenza dai visitatori di tutti i parchi. La visita guidata è scelta in prevalenza nel parco del Vesuvio (dove, tra l'altro, per la visita al cratere l'accompagnamento è obbligatorio) e nel parco del Delta del Po. In quest'ultimo caso, però, se da un lato si conferma la tendenza dei visitatori ad effettuare visite guidate, dall'altro risalta come solo l'11% degli intervistati dichiarati di aver fatto *bird watching*. Si ridimensiona molto, inoltre, il

<sup>20</sup> Questo dato va valutato alla luce del fatto che per alcuni parchi il periodo di rilevazione ha coinciso con uno dei periodi di maggior affluenza dell'anno. Esso, perciò, in prospettiva, non deve essere sottovalutato da nessuno.

<sup>21</sup> Si fa notare che in questo caso, essendo possibile dare due risposte, le percentuali non sommano a cento. Quindi, il dato va interpretato come percentuale di volte che i rispondenti hanno indicato quella opzione. La prima percentuale, invece, ci dice l'incidenza che quella data opzione ha sul numero totale di risposte date (si ricorda che, nel caso tutti avessero dato due risposte, queste ultime sarebbero state pari al doppio del numero dei rispondenti). Qui si riporta questo secondo dato, perché ritenuto maggiormente informativo. Quello sui rispondenti è riportato in appendice.



numero di visitatori (6,5% con un'incidenza sul totale delle risposte del 3,8%) che dichiarano di aver svolto una visita guidata nel Parco dell'Adamello-Brenta. Ricordiamo che questa rappresentava l'attività indicata con maggiore frequenza nella precedente indagine. Bassa ovunque, con la sola parziale eccezione del parco del Delta del Po, l'attività di *birdwatching* e quella di *horse trekking*. Quest'ultima, tra l'altro, risulta, insieme all'osservazione della fauna, l'attività che più si sarebbe voluto svolgere e che invece non si è svolta.

Tabella 26: Principali attività svolte e che si sarebbe voluto svolgere (distribuzione percentuale delle risposte – massimo due risposte)

Risposte	Totale	
	Attività svolte	Attività che avrebbero voluto svolgere
trekking	16,66%	7,46%
biking	5,57%	9,68%
horse trekking	1,20%	12,51%
visita guidata	20,08%	9,85%
passeggiata	31,92%	6,00%
educazione ambientale	4,05%	6,17%
visita a musei/centri visita	6,97%	7,54%
osservazione della fauna	9,69%	12,94%
bird watching	2,72%	6,94%
altro	1,14%	0,60%
niente		20,31%

In generale, dall'analisi emerge un quadro abbastanza omogeneo, seppur con qualche singola differenza, da cui non è possibile derivare un'idea precisa su quelli che possono essere gli interessi dei visitatori. Anzi, sulla base dei dati, sembrerebbe quasi che solo una piccola parte di questi ultimi abbia interesse in attività specifiche che vadano oltre la passeggiata. Nessuna di queste, tra l'altro, a parte singoli casi, raggiunge quella dimensione minima tale da poterne fare un'attività caratterizzante e/o distintiva del parco.

Quanto appena detto, viene confermato anche dal dato relativo alle indicazioni che i visitatori hanno fornito sulle attività che essi avrebbero voluto svolgere e che invece non hanno svolto (seconda colonna dati in tabella 26). Infatti, al di là del minor numero di rispondenti, da tale dato si evince che l'opzione indicata con maggior frequenza (un quinto delle risposte e un quarto dei rispondenti) è "niente", che sta ad indicare, appunto, che i visitatori hanno fatto esattamente quello che volevano fare. Nonostante ciò, da non sottovalutare il "rammarico" per non aver svolto attività di *horse trekking* ed osservazione della fauna, così come, in alcuni casi, una visita guidata.

Tabella 26.1: Principali attività svolte e che si sarebbe voluto svolgere a livello di singolo parco (distribuzione percentuale delle risposte – massimo due risposte)

Risposte	Delta Po		Alcantara		Adamello-Brenta	
	Attività svolte	Attività non svolte	Attività svolte	Attività non svolte	Attività svolte	Attività non svolte
trekking	3,24%	6,71%	5,81%	12,84%	20,22%	12,40%
biking	4,40%	9,50%	1,94%	11,01%	5,46%	9,92%
horse trekking	0,75%	15,37%	1,94%	16,51%	0,55%	14,88%
visita guidata	38,84%	7,92%	16,13%	13,76%	3,83%	17,36%
passeggiata	18,72%	9,22%	42,58%	6,42%	40,98%	2,48%
educazione ambientale	2,32%	10,23%	3,87%	7,34%	4,92%	3,31%
visita a musei/centri visita	10,06%	8,45%	14,84%	8,26%	3,83%	3,31%
osservazione della fauna	9,63%	9,71%	10,32%	8,26%	19,67%	16,53%
bird watching	11,36%	5,66%	0,00%	8,26%	0,00%	3,31%
niente		17,22%		6,42%		16,53%
altro	0,67%	0,00%	2,58%	0,92%	0,55%	0,00%

Risposte	Vesuvio		Cinque Terre		Maremma	
	Attività svolte	Attività non svolte	Attività svolte	Attività non svolte	Attività svolte	Attività non svolte
trekking	8,05%	7,46%	24,11%	6,47%	31,89%	3,86%
biking	0,67%	8,14%	12,88%	8,27%	4,65%	12,56%
horse trekking	0,00%	10,17%	3,01%	8,27%	0,66%	16,43%
visita guidata	44,30%	5,42%	4,93%	11,87%	8,64%	8,21%
passeggiata	35,23%	6,10%	33,97%	8,99%	26,91%	2,42%
educazione ambientale	1,34%	8,14%	8,22%	3,96%	2,99%	4,35%
visita a musei/centri visita	6,71%	9,15%	6,30%	9,71%	2,99%	3,38%
osservazione della fauna	1,34%	20,00%	4,66%	8,99%	17,94%	11,11%
bird watching	0,34%	5,08%	1,37%	8,27%	2,33%	10,63%
niente		20,34%		23,02%		27,05%
altro	2,01%	0,00%	0,55%	2,16%	1,00%	0,00%

Tabella 27: Ragioni per cui l'attività che si voleva fare non è stata svolta

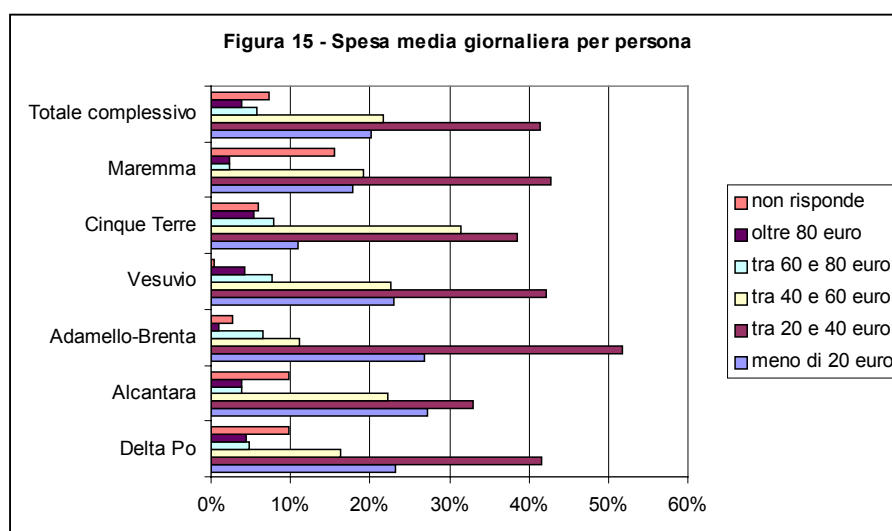
Risposta	Delta Po	Alcantara	Adamello-Brenta	Vesuvio	Cinque Terre	Maremma	Totale
non c'erano	14,43%	4,17%	4,55%	18,86%	12,57%	4,46%	10,87%
non le ho trovate	5,94%	4,17%	4,55%	25,71%	8,57%	3,18%	9,69%
erano a pagamento	1,41%	4,17%	0,00%	0,00%	6,86%	0,00%	2,13%
erano troppo care	0,00%	3,13%	0,00%	0,57%	12,00%	3,18%	3,55%
non ho avuto tempo	17,33%	2,08%	9,09%	36,57%	13,71%	52,87%	24,35%
me lo hanno sconsigliato	0,00%	2,08%	0,00%	2,29%	5,71%	0,00%	1,89%
non erano qualitativamente buone	0,00%	0,00%	0,00%	0,57%	1,14%	0,00%	0,35%
altro	1,28%	2,08%	6,82%	10,86%	12,00%	1,27%	6,15%
non risponde	59,61%	78,13%	75,00%	4,57%	27,43%	35,03%	41,02%

In generale, però, almeno a giudicare dalle risposte fornite, la questione non deve destare moltissima preoccupazione. Infatti, analizzando le risposte di coloro che hanno dichiarato che non sono riusciti a svolgere l'attività che avrebbero voluto svolgere, emerge che la ragione principale addotta come giustificazione è il vincolo di tempo, indicata dal 24,3% dei rispondenti, con un picco

del 53% nel caso del Parco della Maremma. A parte ciò, però, nei casi in cui il numero di non risposte non priva il dato di ogni interesse, vediamo che tra le altre ragioni indicate dai visitatori risaltano il “non averle trovate”, indicata dal 25,7% nel Parco del Vesuvio, ed il “non c’erano” o “erano troppo care”, entrambe indicate dal 12% circa nel Parco delle Cinque Terre.

## Spesa e paniere di spesa

Seguendo l’ordine logico della prima ricerca, nel presente paragrafo si presenteranno i risultati emersi relativamente al livello della spesa media giornaliera (escluso il costo del viaggio e del pernottamento) ed alla composizione del paniere di spesa dei visitatori dei vari parchi. Oltre a questo, si esaminerà la preferenza da essi accordata ai prodotti a marchio parco. Relativamente al primo dato, dalla figura 15 vediamo che la classe modale di spesa è quella tra 20 e 40 euro, confermando, sostanzialmente anche nella percentuale, il dato della prima indagine (41,5% vs 40,7%). La distribuzione, però, rispetto al 2005, tende a spostarsi verso destra, cioè in direzione delle classi più elevate di spesa. Ciò significa che la spesa media del turista primaverile è leggermente più elevata rispetto a quella del visitatore estivo. Pur se la classe modale è la medesima ovunque, vale la pena notare che i valori variano abbastanza da un caso all’altro, passando dal 33% del parco dell’Alcantara al 52% del parco dell’Adamello-Brenta, dato in netta crescita rispetto al precedente (38%)<sup>22</sup>.



Il dato sulla maggiore propensione alla spesa dei visitatori primaverili si valuta meglio osservando la cumulata delle percentuali relative ai singoli scaglioni di spesa (figura 16)<sup>23</sup>. Come si può osservare, in tre casi su sei, cioè nel parco del Delta del Po, della Maremma e dell’Adamello-Brenta, oltre il 70% degli intervistati spende meno di 40 euro al giorno. Eccetto che per il Parco della Maremma, questo accadeva anche nella precedente indagine. Tale percentuale scende al 66,7% nel parco dell’Alcantara, al 65,4% nel parco del Vesuvio, ed al 52,4% nel parco delle Cinque Terre, dove sale molto, rispetto al dato precedente, la spesa media giornaliera.

Questi risultati confermano, in parte, quanto affermato nella precedente ricerca a proposito della più alta spesa media giornaliera e del diverso paniere di spesa che normalmente i turisti natura hanno rispetto ad altre tipologie di turista. Infatti, come rilevato in precedenza, tra i visitatori primaverili è più elevata la componente qualificabile come turista natura. In generale, però, come

<sup>22</sup> Si fa notare che i dati risentono, anche se non in maniera rilevante, della diversa incidenza che nei due periodi di rilevazione hanno avuto le non risposte.

<sup>23</sup> Si fa notare che il dato è stato depurato dalle non risposte.

accadeva nel 2005, il dato che emerge è quello di visitatori con una spesa giornaliera non particolarmente elevata.

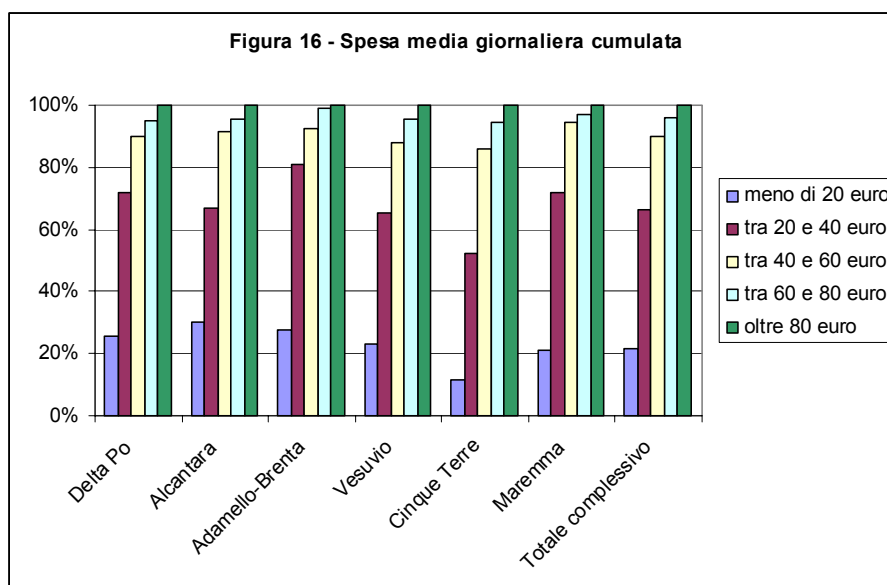


Tabella 28: Percentuale di visitatori che ha pranzato o pranzerà in trattorie tipiche (distribuzione percentuale delle risposte)

Parco	si	no	non risponde
Delta Po	69,73%	25,41%	4,86%
Alcantara	77,67%	19,42%	2,91%
Adamello-Brenta	72,22%	27,78%	0,00%
Vesuvio	63,40%	36,60%	0,00%
Cinque Terre	86,61%	7,95%	5,44%
Maremma	53,52%	29,58%	16,90%
<i>Totale complessivo</i>	<i>69,90%</i>	<i>24,47%</i>	<i>5,63%</i>

A conferma di quanto appena detto, vediamo che, rispetto al turista estivo, un maggior numero di visitatori primaverili dichiara di aver pranzato o di voler pranzare in una trattoria tipica (il 70% rispetto al 63,5%). La percentuale sale indistintamente in tutti i parchi, eccetto che nel Parco della Maremma, dove passa dal 61% al 53%, con la stessa percentuale di non risposte. I visitatori del Parco delle Cinque Terre confermano la propria predilezione per tale tipo di spesa (dal 73% all'83,6%) (tabella 28). Purtroppo, si conferma la minore predilezione per l'acquisto di prodotti tipici o dell'artigianato, anche se, comunque, la percentuale di visitatori che dichiara di aver fatto o voler fare un tale tipo di acquisto è maggiore rispetto a quella della precedente indagine, passando dal 49,7% al 52,5% (tabella 29). Rispetto al 2005, tale percentuale è nettamente più elevata nel Parco del Vesuvio e delle Cinque Terre, più o meno stabile nel Parco dell'Adamello-Brenta e del Delta del Po, mentre è abbastanza più bassa nel Parco della Maremma (dal 47,6% al 32,4%). Nella precedente ricerca avevamo sostenuto che tale atteggiamento apparentemente contrastante poteva essere il frutto di una incoerenza nei comportamenti di scelta o di una sorta di pregiudizio nei confronti dei prodotti locali. La riproposizione di un tale fenomeno, però, ci deve far propendere più per la seconda spiegazione. La questione, comunque, andrebbe meglio e più approfonditamente indagata, potendo dipendere anche da altri fattori.

Tabella 29: Ha acquistato/acquisterà prodotti tipici e/o dell'artigianato?  
(distribuzione percentuale delle risposte)

Parco	si	no	non risponde
Delta Po	45,95%	45,95%	8,11%
Alcantara	63,11%	30,10%	6,80%
Adamello-Brenta	56,48%	43,52%	0,00%
Vesuvio	51,91%	47,23%	0,85%
Cinque Terre	69,87%	23,01%	7,11%
Maremma	32,39%	46,95%	20,66%
<i>Totale complessivo</i>	<i>52,54%</i>	<i>39,61%</i>	<i>7,85%</i>

Vale la pena ribadire quanto detto nella prima indagine, e cioè che questo dato è in contrasto con i risultati di altre indagini che, invece, evidenziano come i visitatori dei parchi si caratterizzano per una spiccata preferenza per tutto ciò che è espressione della produzione e della cultura locale, confermando così quanto sostenuto a proposito del loro contributo alla sostenibilità economica ed ambientale locale. Infatti, l'acquisto di prodotti locali, oltre ad avere un maggior effetto moltiplicativo, generando, quindi, una maggiore ricaduta in termini economici, contribuisce a preservare le coltivazioni tipiche dei territori.

Proprio per il ruolo che la spesa in prodotti locali può svolgere per l'economia e l'ambiente locale, conforta notare che, a fronte di una percentuale stabile di visitatori che dichiarano di acquistare questo tipo di prodotti, cresce, rispetto al 2005, la percentuale di spesa giornaliera che i visitatori destinano a tale tipo di acquisti. Il 42% di coloro i quali hanno dichiarato di effettuare acquisti di prodotti tipici e/o dell'artigianato, dichiara di destinare a tale acquisto tra il 15% ed il 30% della spesa giornaliera (era il 28%). Ancora una volta è da segnalare il caso dei visitatori del Parco delle Cinque Terre dove ben il 72% dei rispondenti dice di destinare tra il 15% ed il 30% della spesa media giornaliera all'acquisto di tali prodotti (tabella 30). Anche qui si potrebbe pensare che ad aver influito sia stata la maggiore incidenza di turisti natura presenti nel campione.

Tabella 30: Percentuale di spesa giornaliera destinata all'acquisto di prodotti locali e/o dell'artigianato  
(distribuzione percentuale delle risposte)

Parco	tra l'1% e il 15%	tra il 15% e il 30%	oltre il 30%	non risponde
Delta Po	65,66%	20,40%	3,90%	10,04%
Alcantara	63,08%	27,69%	4,62%	4,62%
Adamello-Brenta	50,82%	34,43%	9,84%	4,92%
Vesuvio	57,38%	35,25%	7,38%	0,00%
Cinque Terre	22,75%	71,86%	3,59%	1,80%
Maremma	53,62%	30,43%	13,04%	2,90%
<i>Totale complessivo</i>	<i>47,98%</i>	<i>42,00%</i>	<i>6,33%</i>	<i>3,69%</i>

A parziale giustificazione di quanto emerso relativamente alla spesa media giornaliera destinata all'acquisto di prodotti tipici e/o dell'artigianato vale quanto detto nella prima indagine. Infatti, anche in questo caso, su tale percentuale potrebbe aver influito la più lunga durata della vacanza. Nei casi analizzati in altri studi, infatti, la durata media della vacanza è un po' più breve e questo potrebbe contribuire, a parità di altre condizioni, ad accentuare l'incidenza della spesa in prodotti tipici sulla spesa media giornaliera per effetto della maggiore concentrazione degli acquisti in pochi giorni.

Allo stesso tempo, però, i visitatori primaverili sembrano riporre maggior fiducia negli enti parco, sentendosi più garantiti da un loro eventuale intervento come ente certificatore. Infatti, quasi il 61% degli intervistati (era il 49%) dichiara che la vendita di tali prodotti presso uno spaccio del

parco o con il marchio del parco incentiverebbe la loro spesa. Il dato resta abbastanza variegato a livello di singolo parco (tabella 31). Esso, però, con l'eccezione del Parco della Maremma, è ovunque più elevato rispetto a quello della precedente indagine. Anche in questo caso, sono i visitatori del Parco delle Cinque Terre a mostrare una maggiore sensibilità verso un tale tipo di politica.

Tabella 31: La vendita di tali prodotti presso uno spaccio del parco o con il marchio del parco incentiverebbe o avrebbe incentivato la sua spesa?

Parco	si	no	non risponde
Delta Po	58,38%	31,89%	9,73%
Alcantara	48,54%	43,69%	7,77%
Adamello-Brenta	49,07%	50,93%	0,00%
Vesuvio	74,47%	25,53%	0,00%
Cinque Terre	85,36%	9,21%	5,44%
Maremma	32,39%	45,07%	22,54%
<i>Totale complessivo</i>	<i>60,85%</i>	<i>31,12%</i>	<i>8,03%</i>

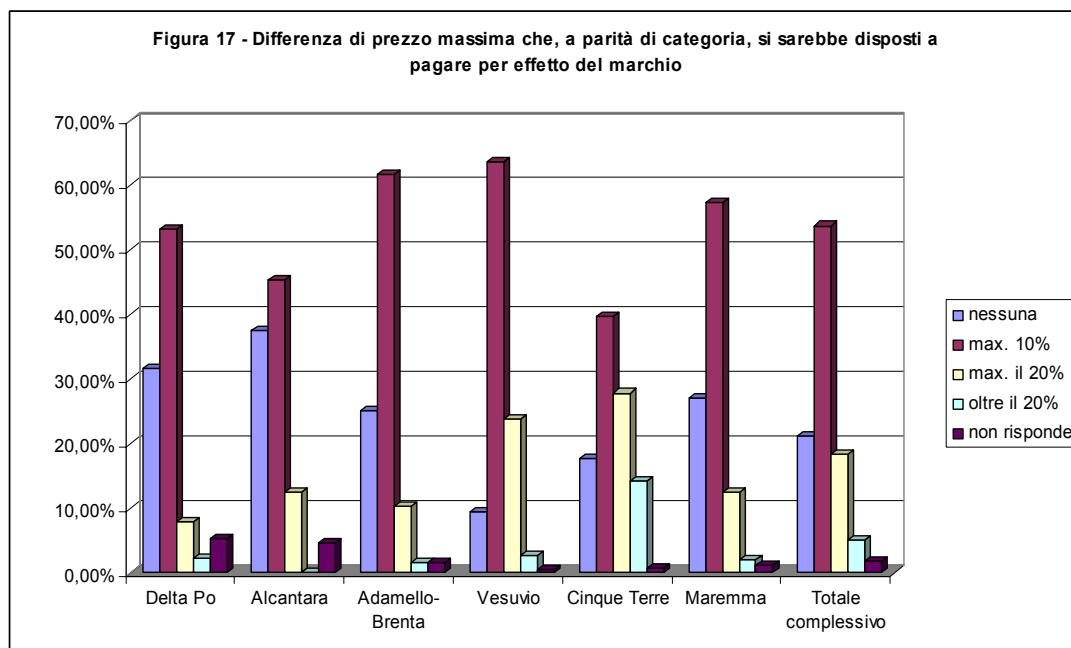
In ogni modo, a giudizio degli intervistati, il parco potrebbe svolgere un ruolo importante nell'influenzare le scelte dei turisti. Il 65,3% dei visitatori, infatti, dichiara che un marchio del parco atto a certificare il rispetto di norme di tutela ambientale e sociale da parte di strutture ricettive e di ristorazione influenzerebbe le proprie scelte di acquisto. Tale percentuale è maggiore di quella rilevata nel 2005, quando si era attestata sul 57%. A differenza di quanto accadeva in quel caso, ora, con la sola eccezione del Parco della Maremma, la percentuale di coloro che dichiarano che la propria scelta sarebbe influenzata da una tale politica è maggioritaria ovunque (tabella 32).

Tabella 32: Un marchio del parco certificante il rispetto di norme di tutela ambientale e sociale da parte degli esercizi ricettivi/ristorazione influenzerebbe la sua scelta?"

Parco	si	no	non risponde
Delta Po	63,24%	28,65%	8,11%
Alcantara	62,14%	28,16%	9,71%
Adamello-Brenta	62,96%	37,04%	0,00%
Vesuvio	82,13%	17,87%	0,00%
Cinque Terre	70,71%	22,59%	6,69%
Maremma	45,07%	33,80%	21,13%
<i>Totale complessivo</i>	<i>65,28%</i>	<i>26,78%</i>	<i>7,94%</i>

Tra coloro che hanno dichiarato che un marchio del parco influenzerebbe le proprie scelte di spesa, quasi il 54% (era il 56%) dichiara che per un tale servizio sarebbe disposto a pagare anche fino al 10% in più rispetto al prezzo che pagherebbe per un servizio ricettivo o di ristorazione di pari categoria ma non certificato. Sale la percentuale di quelli che si dichiarano disposti a pagare una differenza maggiore: il 18% (era il 13,8%) sarebbe disposto a pagare fino al 20% in più e quasi il 5% (era l'1,4%) anche una differenza maggiore. I risultati presentano differenze, in alcuni casi sostanziali, a livello di singolo parco. In particolare, emerge il dato del Parco del Vesuvio e delle Cinque Terre, dove crescono molto le percentuali a destra della classe modale, che è ovunque quella relativa ad una differenza massima di prezzo del 10% (figura 17). Logicamente, l'importanza di questi dati non va sopravvalutata, trattandosi di "pagamenti ipotetici". Essi, però, sono utili perché esprimono una tendenza ed un giudizio di valore. Tra l'altro, una tale informazione è utile da un punto di vista prettamente economico, perché ci porta a desumere che, a parità di costo, al di là

dell'effettiva disponibilità a pagare, una politica dei marchi comporterebbe un miglioramento nei livelli di benessere, aumentando quello che è il surplus del consumatore.



## Il giudizio sui servizi e sull'esperienza di visita

Il giudizio che gli intervistati esprimono sulla qualità dei servizi e/o sulle caratteristiche del territorio sono sostanzialmente positive. I punti di criticità restano, a livello aggregato, più o meno invariati rispetto alla prima indagine. In particolare, i giudizi comparativamente più severi riguardano la cartellonistica, l'accessibilità e trasporti, il livello di congestione e, in particolare, l'animazione. Per le rimanenti caratteristiche il giudizio espresso è sempre medio-alto. Il valore modale, comunque, è ovunque il buono. Non è sempre così, però, a livello di singolo parco. Infatti, relativamente alla cordialità della gente, in quattro casi su sei, in particolare nel Parco del Delta del Po, dell'Alcantara, dell'Adamello-Brenta e del Vesuvio, la classe modale è la ottima. Lo stesso accade nel Parco dell'Adamello-Brenta con riguardo al giudizio espresso sulla ristorazione e nel Parco della Maremma relativamente alla qualità ambientale, anche se in questo caso la differenza rispetto al giudizio immediatamente precedente, cioè buono, è minima. Il giudizio risulta medio-basso, invece, in otto casi su undici nel caso del Parco dell'Alcantara, dove il valore modale è il sufficiente relativamente al materiale informativo, alla sentieristica, alla cartellonistica, all'integrità dell'ambiente, all'accessibilità e trasporti, al centro visite ed alla congestione. Addirittura, nello stesso parco, per l'animazione il valore modale risulta essere l'insufficiente. Va in ogni caso sottolineato l'alto numero di non risposte rilevato. Per un'analisi dettagliata si rimanda comunque all'appendice statistica.

A questo punto, al fine di rendere l'informazione più intelligibile, nella tabella 33 si riporta un indice sintetico calcolato su ciascuna caratteristica a livello di singolo parco. Per escludere l'incidenza delle non risposte sul dato finale, nel calcolo dell'indice la distribuzione percentuale delle risposte è stata ricalcolata escludendo le non risposte. Per il calcolo dell'indice si è fatto ricorso al principio della scala di Likert. A tal riguardo, alle quattro classi di valutazione ordinata di giudizio è stato assegnato un valore (4 per ottimo, 3 per buono, 2 per sufficiente e 1 per insufficiente). Ad ogni item (caratteristica) si è, quindi, assegnato uno "score" dato dalla media delle risposte fornite dagli intervistati. L'indice ottenuto varia da 1 a 4, avvicinandosi a quest'ultimo valore quanto più la distribuzione delle risposte si concentra su giudizi elevati.

Tabella 33: Il giudizio sul livello qualitativo dei servizi e/o delle caratteristiche del territorio  
(giudizio pesato per singola caratteristica escludendo le non risposte)

Caratteristiche	Delta Po	Alcantara	Adamello-Brenta	Vesuvio	Cinque Terre	Maremma	Totale
ricettività	3,28	2,70	3,41	2,91	3,05	3,07	3,06
ristorazione	3,32	2,85	3,53	2,99	3,11	3,11	3,14
materiale informativo	2,90	1,86	3,50	2,68	2,87	2,84	2,82
sentieristica	2,48	1,91	3,45	2,86	2,89	3,15	2,85
cartellonistica	2,35	1,81	3,24	2,50	2,70	2,78	2,60
integrità dell'ambiente	2,92	2,72	3,46	2,33	2,83	3,45	2,88
animazione	2,38	1,53	2,60	2,40	2,62	2,03	2,36
accessibilità/trasporti	2,13	1,80	3,12	2,57	2,82	2,77	2,60
centro visite	2,94	1,74	2,99	2,40	2,89	3,21	2,76
congestione	2,44	2,03	3,01	2,37	2,76	2,99	2,61
cordialità	3,50	3,51	3,38	3,36	2,79	3,34	3,25
<i>Giudizio di sintesi</i>	2,79	2,22	3,24	2,67	2,85	2,98	2,81

I risultati ottenuti confermano quanto più sopra detto. In particolare, l'indice sintetico riportato nell'ultima riga conferma la maggiore severità con cui i visitatori del parco dell'Alcantara hanno giudicato i vari servizi e caratteristiche territoriali. I più soddisfatti sembrano essere i visitatori del parco dell'Adamello-Brenta, confermando così il buon giudizio espresso nella precedente indagine. Rispetto a quest'ultima, resta sostanzialmente invariato il giudizio di sintesi del parco della Maremma e del Vesuvio, mentre tende a ridursi quello delle Cinque Terre, pur mantenendosi sopra la media totale. **Nella sostanza, quindi, possiamo affermare che il giudizio dei visitatori primaverile, rispetto alle caratteristiche analizzate, non è molto diverso da quello espresso a suo tempo dai visitatori estivi.**

Come avvenuto nella precedente indagine, subito dopo aver chiesto un giudizio sulla qualità dei servizi e/o delle caratteristiche del territorio, ai visitatori è stato chiesto di suggerire, in ordine di importanza, le due principali cose e/o servizi che secondo loro occorrerebbe migliorare al fine di incentivare il turismo nel territorio del parco visitato. Al pari (se non ancor più) dell'altra volta non emerge con particolare evidenza alcuna specifica cosa o servizio su cui i visitatori si concentrano, essendo le risposte abbastanza distribuite tra le varie opzioni. Questo è vero relativamente all'indicazione principale e ancor più rispetto alla secondaria. Si fa notare che rispetto a quest'ultima aumenta il numero di non risposte (tabella 34.1 e 34.2)<sup>24</sup>. Una certa relazione, anche se non forte, esiste tra i suggerimenti forniti e il giudizio prima espresso sulla qualità dei servizi e delle caratteristiche del territorio.

Analizzando i giudizi espressi, dando un peso relativo maggiore a quello che è il suggerimento indicato come principale, si può vedere che per i visitatori del Parco del Delta del Po le principali due cose su cui investire sono l'accessibilità e la pubblicità, quest'ultima emersa anche nella prima indagine; per quelli del parco dell'Alcantara le principali cose da migliorare e/o potenziare sono la sentieristica, la pubblicità e la manutenzione del territorio; nel caso dell'Adamello-Brenta sono il traffico e la pubblicità, anche se qualche attenzione è riservata anche ai prezzi ed all'affollamento, in parte confermando le osservazione dei turisti estivi; per il parco del Vesuvio si suggerisce di intervenire sulla manutenzione del territorio, sul traffico e sull'accesso e mobilità, anche qui confermando quanto emerso nella prima indagine; per il parco della Maremma i visitatori primaverili, come già quelli estivi, individuano nei prezzi e nella pubblicità le principali variabili su cui lavorare; per i visitatori del parco delle Cinque Terre il principale problema sembra essere la sentieristica, seguito da manutenzione del territorio e pubblicità (tabelle 34).

<sup>24</sup> Si ricorda che nella prima indagine in diversi casi i visitatori avevano fornito risposte multiple non ordinate per importanza. Quindi, i dati possono essere confrontati tenendo conto di quanto appena detto.



Tabella 34.1: Le principali cose e/o servizi da potenziare e/o migliorare per incentivare il turismo nel territorio del parco (la più importante)

<b>Risposte</b>	<b>Delta Po</b>	<b>Alcantara</b>	<b>Adamello-Brenta</b>	<b>Vesuvio</b>	<b>Cinque Terre</b>	<b>Maremma</b>	<b>Totale</b>
qualità della ricettività	2,70%	11,65%	3,70%	4,68%	9,62%	4,69%	6,00%
qualità della ristorazione	2,70%	1,94%	0,93%	2,13%	6,69%	1,41%	2,95%
pubblicità e comunicazione	14,59%	17,48%	12,96%	9,79%	8,37%	11,27%	11,63%
sentieristica	10,27%	19,42%	5,56%	2,98%	13,39%	2,35%	8,22%
cartellonistica	10,81%	3,88%	5,56%	8,51%	7,11%	2,35%	6,65%
manutenzione del territorio	9,19%	12,62%	8,33%	21,28%	11,30%	3,76%	11,45%
traffico	8,65%	3,88%	12,96%	19,57%	3,77%	2,82%	8,77%
affollamento	0,00%	0,00%	7,41%	1,70%	1,67%	2,82%	2,03%
animazione	3,24%	3,88%	5,56%	0,00%	6,28%	7,98%	4,43%
accessibilità/trasporti	15,14%	6,80%	10,19%	11,06%	1,67%	4,23%	7,85%
disponibilità del personale	0,00%	0,00%	2,78%	0,85%	1,67%	0,00%	0,83%
cultura dell'accoglienza	0,54%	1,94%	2,78%	1,28%	7,53%	1,41%	2,77%
centro visite	0,00%	1,94%	0,93%	4,26%	3,77%	1,88%	2,40%
prezzi	1,62%	2,91%	7,41%	1,70%	5,02%	19,72%	6,65%
informazioni sul territorio	3,78%	1,94%	5,56%	6,38%	11,30%	5,63%	6,37%
altro	0,54%	0,97%	0,93%	2,98%	0,00%	0,94%	1,11%
non risponde	16,22%	8,74%	6,48%	0,85%	0,84%	26,76%	9,88%

Tabella 34.2: Le principali cose e/o servizi da potenziare e/o migliorare per incentivare il turismo nel territorio del parco (la seconda più importante)

<b>Risposte</b>	<b>Delta Po</b>	<b>Alcantara</b>	<b>Adamello-Brenta</b>	<b>Vesuvio</b>	<b>Cinque Terre</b>	<b>Maremma</b>	<b>Totale</b>
qualità della ricettività	3,78%	0,00%	0,00%	2,55%	5,44%	2,35%	2,86%
qualità della ristorazione	1,62%	3,88%	0,00%	2,55%	4,60%	0,00%	2,22%
pubblicità e comunicazione	3,78%	7,77%	2,78%	5,96%	15,90%	3,76%	7,20%
sentieristica	5,41%	1,94%	5,56%	2,13%	12,55%	0,94%	5,08%
cartellonistica	5,95%	9,71%	0,00%	6,81%	3,35%	3,76%	4,89%
manutenzione del territorio	8,11%	10,68%	2,78%	14,47%	8,79%	4,69%	8,68%
traffico	6,49%	2,91%	9,26%	8,94%	1,26%	2,82%	5,08%
affollamento	5,41%	0,00%	10,19%	6,81%	0,84%	4,23%	4,43%
animazione	2,16%	7,77%	6,48%	3,40%	5,02%	6,57%	4,89%
accessibilità/trasporti	15,68%	7,77%	4,63%	11,06%	5,44%	4,23%	8,31%
disponibilità del personale	0,54%	2,91%	1,85%	1,28%	3,77%	1,88%	2,03%
cultura dell'accoglienza	1,62%	2,91%	6,48%	2,98%	8,37%	4,23%	4,52%
centro visite	6,49%	2,91%	6,48%	6,81%	9,62%	1,88%	6,00%
prezzi	2,70%	3,88%	11,11%	2,98%	7,95%	9,39%	6,19%
informazioni sul territorio	5,41%	15,53%	15,74%	12,34%	2,51%	11,74%	9,51%
altro	0,00%	0,00%	0,00%	0,85%	0,00%	0,47%	0,28%
non risponde	24,86%	19,42%	16,67%	8,09%	4,60%	37,09%	17,82%

In generale, i visitatori, anche se con un giudizio un po' più severo rispetto a quello espresso nella precedente indagine, si dichiarano tutto sommato soddisfatti della visita. In particolare, rispetto a quelle che erano le aspettative, i visitatori più soddisfatti sono ancora una volta quelli del

parco dell'Adamello-Brenta, seguiti da quelli del parco del Delta del Po e della Maremma. Relativamente a questi ultimi due, il giudizio medio totale è leggermente più alto di quello della precedente indagine. I meno soddisfatti sono i visitatori del Parco delle Cinque Terre, che registra un abbassamento notevole nel giudizio medio complessivo. Il giudizio di sintesi è riportato dall'ultima riga della tabella 35. Come nel caso precedente, relativo al giudizio sulla qualità dei servizi, l'indice è stato ottenuto ponderando i giudizi, ai quali sono stati assegnati i seguenti valori: 3 a molto soddisfatto, 2 a soddisfatto e 1 ad insoddisfatto. L'intervallo di giudizio, quindi, varia, tra 1 e 3.

Tabella 35: Giudizio sull'esperienza di visita rispetto a quelle che erano le aspettative (distribuzione percentuale delle risposte)

Parco	molto soddisfacente	soddisfacente	insoddisfacente	non risponde	Indice di sintesi
Delta Po	43,78%	47,57%	1,62%	7,03%	2,45
Alcantara	19,42%	66,99%	6,80%	6,80%	2,14
Adamello-Brenta	50,93%	49,07%	0,00%	0,00%	2,51
Vesuvio	24,68%	71,91%	2,55%	0,85%	2,22
Cinque Terre	14,64%	67,36%	15,90%	2,09%	1,99
Maremma	29,58%	42,72%	0,00%	27,70%	2,41
<i>Totale complessivo</i>	<i>28,81%</i>	<i>58,26%</i>	<i>4,99%</i>	<i>7,94%</i>	<i>2,26</i>

Il giudizio complessivo sulla soddisfazione della visita presenta una certa relazione con quello che era il giudizio complessivo dato sui servizi. Relativamente a questo aspetto, vale l'osservazione fatta nella prima indagine. Infatti, in generale, anche se non è detto che tra livello di soddisfazione della visita e giudizio sui servizi debba esistere una relazione diretta, è tuttavia probabile che il primo risenta dell'impatto del secondo. Il prodotto turistico, oltre ad essere un bene composito, dove è difficile separare le varie componenti, rappresenta anche un caso di *experience good*. Da ciò deriva che, nel turismo più che altrove: 1) è l'insieme a determinare il grado di soddisfazione generale; 2) non bisogna creare aspettative che non si è sicuri poi di soddisfare. Per questo è importante che gli enti parco, nel rispetto della propria missione, ove possibile, si facciano promotori di iniziative ed attività volte a migliorare la qualità e la cooperazione degli attori operanti nel sistema locale. Date le caratteristiche del settore, infatti, il comportamento opportunistico di un singolo può compromettere la reputazione ed i risultati di tutto il sistema territoriale.

Tabella 35: Propensione a tornare a visitare il territorio (distribuzione percentuale delle risposte)

Parco	si	no	non risponde
Parco Delta del Po	87,03%	6,49%	6,49%
Alcantara	85,44%	6,80%	7,77%
Adamello-Brenta	100,00%	0,00%	0,00%
Vesuvio	82,55%	17,45%	0,00%
Cinque Terre	93,31%	6,28%	0,42%
Maremma	70,42%	3,29%	26,29%
<i>Totale complessivo</i>	<i>85,32%</i>	<i>7,57%</i>	<i>7,11%</i>

Comunque, al di là del giudizio espresso sui singoli servizi o caratteristiche del parco, la soddisfazione generale dei visitatori si desume dal fatto che la maggioranza di essi (85,3% era il 76%) dichiara che pensa di ritornare a visitare il territorio. Con la sola eccezione del parco della Maremma, dove la percentuale, oltre ad essere la più bassa, è leggermente in calo, in tutti i casi il dato è migliore rispetto all'indagine del 2005 (tabella 35).

Quasi la stessa situazione si ripete per quanto riguarda la propensione dei visitatori a consigliare ad un amico di visitare quel dato territorio. Anche qui, sono in crescita sia la percentuale aggregata (dall'88,7% al 90,6%) che quella a livello di singolo parco, con l'eccezione del parco della Maremma (76,5% al 73,7%) e delle Cinque Terre (dal 96% al 90,4%) (tabella 36). Alla luce di questi dati, e di quanto solitamente emerge a proposito della rilevanza del passaparola nella scelta delle destinazioni di viaggio, si capisce ancora più l'importanza di quanto detto prima. Infatti, un'insoddisfazione dei visitatori ha sia un impatto diretto sulle visite (non ritorno a visitare il territorio) sia, e forse soprattutto, un impatto indiretto (non consiglio ad un amico di non visitarlo).

Tabella 36: Propensione a consigliare ad un amico di visitare il territorio (distribuzione percentuale delle risposte)

Parco	si	no	non risponde
Delta Po	94,05%	1,08%	4,86%
Alcantara	91,26%	1,94%	6,80%
Adamello-Brenta	100,00%	0,00%	0,00%
Vesuvio	98,72%	1,28%	0,00%
Cinque Terre	90,38%	8,79%	0,84%
Maremma	73,71%	0,47%	25,82%
<i>Totale complessivo</i>	<i>90,58%</i>	<i>2,68%</i>	<i>6,74%</i>

### Visitatore e disponibilità a pagare il biglietto d ingresso: alcune evidenze empiriche

In considerazione di quello che è l'obiettivo informativo del progetto di ricerca Selfpas e di quanto detto nel paragrafo precedente, nella presente sezione verranno approfonditi alcuni aspetti atti a verificare se, nei comportamenti e nelle attitudini degli intervistati, esistano delle regolarità tali da poter essere individuate come evidenze empiriche del legame funzionale tra la probabilità che un visitatore sia disincentivato a visitare il parco dall'istituzione (o un piccolo aumento) del biglietto d'ingresso ed alcune variabili esplicative. In particolare, lo scopo è di verificare se il disincentivo alla visita, così come definito, sia o meno influenzato dalle caratteristiche socioeconomiche dei visitatori e da alcuni aspetti contingenti relativi all'esperienza di visita dei medesimi.

Per effettuare un tale tipo di analisi si è utilizzato un modello di tipo *logit*. In tale modello, si suppone che la variabile dipendente sia una funzione lineare di una serie di variabili esplicative, sia di tipo qualitativo che quantitativo<sup>25</sup>. Esso ci permette di valutare se la probabilità dell'evento analizzato (l'essere disincentivato alla visita dall'istituzione o da un piccolo aumento del biglietto di ingresso al parco) aumenti o diminuisca come conseguenza di una variazione di una variabile indipendente. Al fine di valutare questi effetti, si è partiti da un modello che inizialmente conteneva le seguenti dieci variabili esplicative:

1. Parco dove viene effettuata l'intervista: variabile qualitativa che si manifesta in 6 categorie;
2. esistenza o meno di un biglietto di ingresso al parco: variabile qualitativa dicotomica con le due modalità si o no;
3. caratteristiche del parco dove viene effettuata la visita: variabile qualitativa dicotomica che definisce due gruppi di parchi, con Cinque Terre e Alcantara da un lato e tutti gli altri dall'altro<sup>26</sup>;
4. età del visitatore intervistato: variabile quantitativa;

<sup>25</sup> In realtà nel modello si suppone che il logaritmo dell'*odds ratio* (cioè del rapporto tra  $p$  e  $1-p$ , dove  $p$  rappresenta la probabilità dell'evento) sia funzione lineare delle variabili esplicative.

<sup>26</sup> Questa ripartizione è quella risultata significativa, anche in considerazioni di alcune similarità di giudizio e di comportamento che i visitatori dei due parchi hanno manifestato nelle interviste.

5. provenienza del visitatore: variabile qualitativa dicotomica con le due modalità nazionale o estera;
6. tipologia di visitatore definita in relazioni alle modalità di viaggio: variabile qualitativa dicotomica con le due modalità da solo o non da solo;
7. la tipologia di visitatore in relazione al fatto che pensi che la protezione ambientale debba essere una priorità dell'agenda politica: variabile qualitativa dicotomica con le due modalità sì e no;
8. la tipologia di visitatore definita in relazione al parere espresso su chi debba farsi carico del finanziamento dei Parchi: variabile qualitativa con le tre modalità 'settore pubblico', 'settore privato', 'entrambi';
9. grado di soddisfazione dell'esperienza di visita: variabile qualitativa ordinata con le tre modalità 'molto soddisfacente', 'soddisfacente', 'insoddisfacente';
10. titolo di studio: variabile qualitativa ordinata con le quattro modalità 'licenza elementare', 'licenza media', 'diploma' e 'laurea'.

Dopo numerose analisi, sulla base del criterio di Aikaike e dei risultati ottenuti circa la significatività dei coefficienti, si è giunti alla definizione del modello di regressione logistica finale, che esclude la variabile 'Parco' dalle variabili esplicative. Infatti, il parco, singolarmente preso, non è risultato avere alcuna influenza, o relazione, con le preferenze espresse dai visitatori. Il risultato cambia se invece che singolarmente i parchi vengono raggruppati. Affinità comportamentali o di giudizio esistono tra i visitatori del parco delle Cinque Terre e dell'Alcantara rispetto ai visitatori di tutti gli altri parchi. In effetti, questi due parchi presentano delle peculiarità, anche gestionali, tali che è possibile immaginare che siano frequentati da una tipologia di visitatori differente o da visitatori uguali ma che si confrontano con fenomeni simili.

Il coefficiente della variabile "tipologia di parco" è risultato estremamente significativo, con un valore stimato del coefficiente pari a 2.04 ( $p\text{-valore}<0.001$ ). Questo significa che i visitatori del parco delle Cinque Terre e dell'Alcantara presentano una più elevata probabilità di essere disincentivati alla visita rispetto a quelli degli altri parchi. Il coefficiente, infatti, va letto in termini differenziali. Nel modello utilizzato le variabili sono "normalizzate" rispetto ad un livello (qualitativo o quantitativo) di riferimento<sup>27</sup>.

Un'altra variabile importante al fine della valutazione in oggetto è l'età. Anche se la significatività è più debole, possiamo vedere che all'aumentare dell'età aumenta la disponibilità a pagare, cioè la probabilità che un aumento del biglietto tenda a disincentivare la visita tende a ridursi (valore stimato del coefficiente -0.01 con un  $p\text{-valore}=0.0110$ ). I parchi con un'età media dei visitatori più elevata incontrerebbero, perciò, una minore opposizione qualora decidessero di introdurre un biglietto di ingresso o di aumentare quello esistente.

Interessante, forse più di ogni altra cosa, è la relazione che lega la disponibilità a pagare dei visitatori con il livello di soddisfazione generale percepito. In particolare, a conferma di quanto detto in precedenza, si può vedere che la relazione tra disponibilità ad accettare l'introduzione di un biglietto o di un suo aumento e livello di soddisfazione è inversa. Infatti, la probabilità che l'introduzione di un biglietto o un suo aumento disincentivi la visita cresce al diminuire del livello di soddisfazione dei visitatori. Nello specifico, possiamo vedere che, rispetto al livello base (che ricordiamo essere il "molto soddisfacente"), i coefficienti stimati del passaggio al livello 'soddisfacente' e 'insoddisfacente' sono, rispettivamente, pari a 0.472 ( $p\text{-valore}=0.0159$ ) e 0.991 ( $p\text{-valore}=0.0274$ ).

---

<sup>27</sup> Il coefficiente in questi modelli esprime la tendenza della probabilità ad aumentare o a diminuire relativamente ad una variazione nel livello (qualitativo o quantitativo) di una variabile definita rispetto ad un livello di riferimento. In questo caso il livello base, o di riferimento, è "tutti gli altri parchi". Per esempio, nel caso della variabile "soddisfazione" il livello di riferimento è "molto soddisfatto". Quindi, il coefficiente ci dice come varia la probabilità nel passaggio da molto soddisfatto a soddisfatto a insoddisfatto.

Pertanto, il modello stimato sembra evidenziare che, a parità di altre condizioni, la probabilità di essere disincentivati alla visita per l'introduzione o aumento del biglietto tende:

- a ridursi all'aumentare dell'età dell'intervistato;
- ad essere maggiore per i visitatori del parco dell'Alcantara e delle Cinque Terre rispetto a quelli degli altri parchi;
- ad aumentare al diminuire del livello di soddisfazione percepito.

Anche se dai test la stima dei coefficienti non è risultata significativa, è interessante vedere che tendenzialmente gli stranieri sarebbero meno disincentivati degli italiani, i turisti natura meno degli altri visitatori, quelli con una più elevata formazione scolastica meno di quelli meno formati (considerando la relazione che si può supporre tra reddito e livello di istruzione, questo risultato potrebbe appunto risentire di questo elemento), i visitatori dei parchi dove già si paga un biglietto meno di quelli dove un biglietto non si paga.

In considerazione delle osservazioni fatte nei paragrafi precedenti, si è voluto verificare se la diversa spesa media giornaliera dei visitatori fosse inquadrabile in un modello interpretativo che ci permettesse di darne giustificazione. A tal fine, allo scopo di individuare anche qui delle regolarità, si è proceduto a stimare un modello logit in cui la spesa è stata definita con una modalità duale, cioè maggiore o minore di 60 euro per giorno. Tra le variabili esplicative considerate troviamo:

- la tipologia di Parco in cui si trova il visitatore intervistato (come precedentemente definita)
- l'età del visitatore intervistato
- la provenienza del visitatore (come precedentemente definita)
- la tipologia di visitatore in relazione al fatto che la visita al Parco costituisca o meno la ragione principale del suo viaggio: variabile qualitativa dicotomica con le due modalità sì e no;
- il titolo di studio (come precedentemente definita)

Tra i coefficienti stimati risultati significativi, ancora una volta troviamo quello relativo alla variabile che indica la tipologia di parco. Quest'ultimo è risultato estremamente significativo (valore stimato del coefficiente 0.838 con un  $p\text{-valore}<0.001$ ), evidenziando una maggior propensione alla spesa dei visitatori del parco dell'Alcantara e delle Cinque Terre. Significativo, anche se in forma più debole, è risultato il coefficiente del titolo di studio "laurea" rispetto al livello base considerato 'licenza elementare' (valore stimato del coefficiente 0.857 con un  $p\text{-valore}=0.020$ ).

Pertanto, in sintesi, il modello stimato evidenzia che, a parità di altre condizioni, la probabilità di spendere giornalmente in media oltre 60 euro tende a:

- essere maggiore per i visitatori del parco delle Cinque Terre e dell'Alcantara rispetto a quella degli altri parchi;
- ad aumentare all'aumentare del titolo di studio, in particolare nel passaggio da licenza elementare a laurea.

Relativamente alle altre variabili, i coefficienti, pur avendo il segno che ci si aspettava, non sono risultati significativi. È comunque interessante vedere che, sulla base dei coefficienti stimati, emerge che tendenzialmente gli stranieri presentano un livello di spesa maggiore rispetto agli italiani; che essa tende ad aumentare con l'età e ad essere minore, anche se di poco, per quelli che hanno dichiarato che la visita al parco costituisce la principale ragione del viaggio.

Allo stesso tempo, da altre stime, si vede che gli stranieri sono più inclini anche all'acquisto di prodotti tipici e/o dell'artigianato, così come i visitatori del parco delle Cinque Terre e dell'Alcantara. Entrambi si sentirebbero maggiormente incentivati nella spesa dalla presenza di un marchio del parco. A questo riguardo, pur se non significativo, sorprende il dato sui turisti natura, che non presenterebbero una particolare predilezione per i prodotti dell'artigianato, anche se la loro

spesa risulterebbe incentivata dalla vendita presso uno spaccio del parco e dalla presenza di un marchio del parco.

Infine, abbiamo cercato di individuare quali potevano essere le cause o gli elementi che, in qualche maniera, avevano potuto influire sul livello di soddisfazione dei visitatori. Abbiamo più volte ribadito l'importanza che la soddisfazione ha nel decretare il successo o l'insuccesso di un'attività, soddisfazione da intendersi non necessariamente in senso assoluto, ma anche relativamente a quelle che erano le aspettative di visita. Proprio per questo, si è voluto analizzare quali, tra quelle più significative, siano state le variabili che maggiormente hanno influito sul livello di soddisfazione dei visitatori. In particolare, si è analizzata la relazione tra queste e la probabilità che un visitatore si sia dichiarato almeno soddisfatto della propria esperienza di visita, relativamente a quelle che erano le aspettative. Tra le variabili esplicative abbiamo considerato:

- la tipologia di Parco in cui si trovava il visitatore intervistato (come precedentemente definita)
- l'età del visitatore intervistato;
- la tipologia di visitatore (come precedentemente definita)
- il titolo di studio (come precedentemente definita);
- il numero di volte in cui il visitatore ha valutato insufficiente il livello qualitativo dei servizi e delle caratteristiche del territorio considerate nella domanda 33 del questionario: variabile quantitativa.

Anche in questo caso, il coefficiente della variabile relativa alla tipologia di parco è risultato estremamente significativo (valore stimato del coefficiente: -2.522 con un *p-valore*<0.001). Ciò significa che i visitatori del parco delle Cinque Terre e dell'Alcantara si caratterizzano per una minore probabilità di essere soddisfatti rispetto a quelli degli altri parchi. Allo stesso modo, all'aumentare del numero di valutazioni negative espresse sui servizi e sulle caratteristiche del parco diminuisce la probabilità che ci si senta soddisfatti rispetto a quella che erano le aspettative (coefficiente stimato -0.359 con un *p-valore*<0.001, quindi estremamente significativo). Una più ridotta significatività si evidenzia per i coefficienti relativi alla variabile età (valore stimato del coefficiente 0.027 con un *p-valore* = 0.029) e a quella relativa alla tipologia di visitatore (valore stimato del coefficiente -0.808 con un *p-valore*=0.018).

Pertanto, sulla base di quanto emerge dal modello stimato, è possibile affermare che, a parità di altre condizioni, la probabilità che un visitatore dichiari che, rispetto alle proprie aspettative, l'esperienza di visita è stata almeno soddisfacente, tende a:

- ridursi per i visitatori del parco dell'Alcantara e delle Cinque Terre rispetto a quelli degli altri parchi;
- diminuire all'aumentare del numero delle valutazioni insufficienti espresse sui servizi del territorio;
- ridursi per i visitatori che hanno dichiarato che lo scopo principale del proprio viaggio era la visita al Parco.

Da quanto appena detto si conferma che il turismo è un bene composito e che la soddisfazione generale dipende dalla qualità o dal grado di soddisfazione che si ha rispetto a qualsiasi elemento della vacanza o visita. Proprio per questo diventa importante riuscire a garantire la qualità del sistema e di ogni sua singola componente. Questo è ancora più importante se lo si incrocia con quanto emerso relativamente alla disponibilità a pagare dei visitatori. Abbiamo visto, infatti, che la probabilità ad essere disincentivati alla visita per effetto dell'introduzione di un biglietto o di un suo aumento cresce all'aumentare del livello di insoddisfazione percepito.

Un ultimo dato vale la pena evidenziare, e cioè la maggiore severità di giudizio dei cosiddetti turisti natura rispetto agli altri, nel senso che essi presentano una maggiore tendenza a

dichiararsi insoddisfatti. Il fatto che siano più esigenti può anche spiegare alcuni risultati che sembrano contraddire quelle che sono le evidenze emerse in altri studi. Probabilmente, per esempio anche rispetto ai prodotti tipici, sono più sospettosi e vorrebbero sentirsi maggiormente garantiti. Questo pone un problema proprio per i parchi, perché questi ultimi dovrebbero rappresentare il loro target principale.

## Appendice 1

Questionario n.		Data	
<b>Indagine sui visitatori del Parco</b> Il presente questionario <b>NON HA CARATTERE COMMERCIALE O PUBBLICITARIO</b> , ma esclusivamente scientifico. E' strettamente CONFIDENZIALE e ANONIMO, e tutti i dati saranno resi noti in forma aggregata. La ringraziamo fin da ora per la Sua cortese collaborazione. <b>Importante: Dove non diversamente specificato barrare una sola risposta</b>			
<b>1. Sesso</b>	Maschio [ ]      Femmina [ ]	Età [ ]	
<b>2. Provenienza</b>	Prov. (città) _____ Paese _____		
<b>3. Qual è la ragione del suo viaggio?</b>	a) Vacanza [ ]	b) Lavoro [ ]	c) Altro [ ]
3.1 (Se per vacanza) <b>Durata della vacanza (in gg)</b> [ ] 3.2 <b>Di cui in Maremma?</b> [ ]			
<b>4. Normalmente, qual è la durata media delle sue vacanze?</b>	a) Escursione giornaliera [ ]	b) 2-4 gg [ ]	c) 1 settimana [ ]      d) > di una sett [ ]
<b>5. In quali occasioni viaggia più frequentemente?</b>	a) Fine settimana [ ]	b) Ponti/Festività [ ]	c) Ferie estate [ ]      d) Non esiste un'occasione specifica [ ]
<b>6. In che periodo viaggia maggiormente?</b>	a) Primavera [ ]	b) Estate [ ]	c) Autunno [ ] d) Inverno [ ]      e) Indistintamente in tutti i periodi dell'anno [ ]
<b>6.1</b> (Solo se non ha risposto <b>e) Perché?</b>	a) In quel periodo ho le ferie [ ]	b) È il meno affollato [ ]	c) È il meno caro [ ] d) È il periodo che preferisco [ ]      e) È quello in cui ci sono più iniziative [ ] f) Altro _____
<b>7. Sapeva di trovarsi in un'area Parco?</b>	a) Sì [ ]      b) No [ ]		
<b>7.1</b> (Solo se risponde sì) <b>Sapeva del Parco già prima di arrivarci?</b>	a) Sì [ ]      b) No [ ]		
<b>8. Aveva già visitato questo parco?</b>	a) Sì [ ]      b) No [ ]		
<b>9. La visita al Parco costituisce la ragione principale del suo viaggio?</b>	a) Sì [ ]      b) No [ ]		
<b>9.1</b> (Se risponde no) <b>La presenza del Parco in questo territorio ha comunque in qualche modo influenzato le sue scelte di viaggio?</b>	a) Sì [ ]      b) No [ ]		
<b>10. Cosa l'ha spinto a visitare il Parco?</b> (due in ordine di importanza - 1 il più importante, 2 l'altro)	a) Il consiglio di un amico [ ]      b) Ho visto una pubblicità [ ] c) Articolo su rivista specializzata [ ]      d) Ho letto una guida [ ] e) Ho visto un servizio in TV/Radio [ ]      f) A caso [ ] g) La proposta di un T.O. e/o un Agenzia di Viaggio [ ] h) Portale Internet [ ]      i) Altro _____		
<b>11. Visiterà altri posti in (Trentino, Maremma) prima di ripartire?</b>	Sì [ ]      No [ ]		
<b>11.1</b> (Se risponde sì) <b>Quali?</b> (max 2 risposte)	a) Siti archeologici [ ]      b) Località balneari [ ]      c) Località termali [ ] d) Città d'arte [ ]      e) Altre aree protette [ ]      f) Altro (a seconda del parco) [ ]		
<b>12. Insieme a chi sta effettuando il suo viaggio?</b>	a) Famiglia [ ]      b) Amici [ ]      c) Da solo [ ] d) Un gruppo organizzato [ ] Tipo (es. scuola, circolo, ecc.) _____		
<b>12.1 Quanto dura/durerà il suo viaggio?</b>	a) Escursione giornaliera [ ]      b) 2-4 gg [ ] c) 1 settimana [ ]      d) > di una sett [ ]		



<b>13. Che tipo di sistemazione sceglie più di frequente nei suoi viaggi?</b>		a) Albergo [ ]	b) Ostello [ ]	c) Bed & breakfast [ ]
		d) Campeggio [ ]	e) Agriturismo [ ]	f) Appartamento [ ]
		g) 2 <sup>a</sup> Casa [ ]	h) Ospite [ ]	i) Camper [ ]
		l) Rifugio [ ]	m) Altro _____	
<b>14. Quale è stata la sistemazione prevalente che ha scelto questa volta?</b>		a) Albergo [ ]	b) Ostello [ ]	c) Bed & breakfast [ ]
		d) Campeggio [ ]	e) Agriturismo [ ]	f) Appartamento [ ]
		g) 2 <sup>a</sup> Casa [ ]	h) Ospite [ ]	i) Camper [ ]
		l) Rifugio [ ]	m) Altro _____	
<b>14.1</b> (Se diversa da quella usuale) <b>Perché?</b>	a) Non l'ho trovata [ ]	c) Era troppo cara [ ]	e) Altro _____	
	b) Mi è stata sconsigliata [ ]	d) Non era di mio gradimento [ ]		
<b>14.2</b> (solo se ha risposto a, c, d, e alla 14) <b>Che modalità di sistemazione ha scelto?</b>	a) Solo pernottamento [ ]		b) Mezza pensione [ ]	
	c) Pernottamento e prima colazione [ ]		d) Pensione completa [ ]	
<b>15. Potrebbe dirci in che comune ha pernottato/pernotterà durante la sua visita al parco?</b>		_____		
<b>16. Potendo, e conoscendo i vincoli cui bisogna sottostare, acquisterebbe una casa in un'area Parco?</b>		a) Sì [ ]	b) No [ ]	
<b>16.1</b> (Se ha risposto sì) <b>A parità di altre condizioni, sarebbe disposto a pagare anche un prezzo più alto rispetto ad un immobile simile situato in città?</b>		a) Sì [ ]	b) No [ ]	
<b>16.2</b> (Se ha risposto sì alla 16.1) <b>Qual è la differenza massima di prezzo che sarebbe disposto a pagare?</b>	a) il 5% [ ]	b) il 15% [ ]	c) il 30% [ ]	d) oltre [ ]
<b>17. Secondo lei la protezione ambientale deve essere tra le priorità dell'agenda politica?</b>			a) Sì [ ]	b) No [ ]
<b>18. Secondo lei un'area protetta è principalmente:</b>		a) Un costo [ ]	b) Un beneficio [ ]	
		c) Un'opportunità [ ]	d) Un vincolo allo sviluppo [ ]	
<b>19. Secondo lei quale dovrebbe essere la principale funzione di un Parco</b>	a) Fare protezione [ ]	b) Fare educazione ambientale [ ]		
	c) Fare animazione locale [ ]	d) Sviluppare il turismo [ ]		
	e) Fare profitti [ ]	f) Altro _____		
<b>20. Secondo lei la protezione è un compito prevalentemente pubblico o deve essere un'attività svolta da enti o associazioni private?</b>		a) Pubblico [ ]	b) Privato [ ]	
<b>21. La protezione ha dei costi. Secondo lei il finanziamento dei Parchi dovrebbe essere prevalentemente Pubblico o Privato?</b>		a) Pubblico [ ]	b) Privato [ ]	
		c) Egualmente ripartito [ ]		



<b>30. Ha acquistato prodotti tipici e/o dell'artigianato?</b>		a) Si [ ]	b) No [ ]
<b>30.1 (Se ha risposto si) Che percentuale della sua spesa giornaliera, come prima definita, è andata nell'acquisto di questi prodotti?</b>		a) tra l'1% ed il 15% [ ] b) tra il 15% ed il 30% [ ] c) oltre il 30% [ ]	
<b>31. La vendita di tali prodotti presso uno spaccio del Parco o con il marchio del Parco incentiverebbe o avrebbe incentivato la sua spesa?</b>		a) Si [ ]	b) No [ ]
<b>32. Un marchio del Parco che certifichi il rispetto di norme di tutela ambientale e sociale da parte degli esercizi ricettivi/ristorazione influenzerebbe la sua scelta?</b>		a) Si [ ] b) No [ ]	
<b>32.1 (Se sì) A parità di categoria, quale sarebbe la differenza di prezzo massima che sarebbe disposto a pagare per un tale servizio?</b>		a) Nessuna [ ] b) Max il 10% [ ] c) Max il 20% [ ] d) Oltre il 20% [ ]	
<b>33. Come valuta il livello qualitativo dei seguenti servizi e/o caratteristiche del territorio?</b> Ottimo [3] Buono [2] Sufficiente [1] Insufficiente [0]	a) Ricettività [ ] b) Ristorazione [ ] c) Materiale informativo [ ] d) Sentieristica [ ] e) Cartellonistica [ ] f) Integrità dell'ambiente [ ]	g) Animazione [ ] h) Accessibilità/Trasporti [ ] i) Centro visite [ ] l) Congestione [ ] m) Cordialità della gente [ ] n) Altro _____ [ ]	
<b>34. Secondo lei quali sono le principali due cose e/o servizi da potenziare e o migliorare per incentivare il turismo nel territorio del parco?</b> (massimo due in ordine di importanza - 1 il più importante e 2 l'altro)	a) Qualità della Ricettività [ ] b) Qualità della Ristorazione [ ] c) Pubblicità e comunicazione [ ] d) Sentieristica [ ] e) Cartellonistica [ ] f) Manutenzione del territorio [ ] g) Traffico [ ] h) Affollamento [ ]	i) Animazione [ ] l) Accessibilità/Trasporti [ ] m) Disponibilità del personale [ ] n) Cultura dell'accoglienza [ ] o) Centro visite [ ] p) Prezzi [ ] q) Informazioni sul territorio [ ] r) Altro _____	
<b>35. Pensa di tornare ancora a visitare questo territorio?</b>		a) Si [ ]	b) No [ ]
<b>36. Consiglierebbe ad un suo amico di visitarlo?</b>		a) Si [ ]	b) No [ ]
<b>37. Rispetto alle sue aspettative, la sua esperienza di visita ritiene sia stata:</b>		a) Molto soddisfacente [ ] c) Insoddisfacente [ ]	b) Soddisfacente [ ]
<b>38. Sarebbe interessato ad adottare a distanza il Parco o una delle sue risorse? Il suo contributo sarebbe utilizzato totalmente per attività di tutela.</b>		a) Si [ ]	b) No [ ]
<b>39. Sarebbe favorevole ad una legge che desse la possibilità di portare in detrazione dai redditi le donazioni fatte ai Parchi o che permettesse di destinare una percentuale delle imposte da pagare alla tutela ambientale? (tipo l'8 per mille in Italia)</b>		a) Si [ ] b) No [ ]	

Da far compilare eventualmente direttamente all'intervistato

<b>40. Titolo di studi</b>	a) Licenza elementare [ ] b) Licenza media [ ]	c) Diploma [ ] d) Laurea [ ]		
<b>41. Professione</b>	a) Casalinga [ ] b) Inoccupato [ ] c) Pensionato [ ] d) Studente [ ] e) Operaio [ ]	f) Docente/Insegnante [ ] g) Dirigente [ ] h) Ditta individuale [ ] i) Agente di commercio [ ] l) Funzionario [ ]	m) Artigiano [ ] n) Militare [ ] o) Impiegato [ ] p) Commerciante [ ] q) Ricercatore [ ]	r) Imprenditore [ ] s) Agricoltore [ ] t) Medico [ ] u) Libero profess. [ ] v) Altro _____
<b>42. Qual è la sua principale fonte di informazione?</b>	a) Quotidiani [ ]    b) Settimanali [ ]    c) TV [ ] d) Radio [ ]    e) Internet [ ]    f) Nessuna in particolare [ ] e) Altro _____			
<b>43. Ci potrebbe dire quale dei seguenti scaglioni descrive meglio il suo reddito personale lordo?</b>	a) fino a 15000 Euro [ ]    d) da 45000 a 60000 [ ] b) da 15000 a 30000 [ ]    e) oltre 60000 [ ] c) da 30000 a 45000 [ ]			

Luogo dell'intervista \_\_\_\_\_

Data e ora dell'intervista \_\_\_\_\_

Giorno dell'intervista: Lunedì [ ] Martedì [ ] Mercoledì [ ] Giovedì [ ] Venerdì [ ] Sabato [ ]  
Domenica [ ]

Nome dell'intervistatore \_\_\_\_\_

## Appendice 2

Tab.1.1 Distribuzione degli intervistati per sesso

Parco	femmine	maschi	non risponde
Delta Po	46,49%	51,89%	1,62%
Alcantara	47,57%	51,46%	0,97%
Adamello-Brenta	52,78%	46,30%	0,93%
Vesuvio	54,04%	45,96%	0,00%
Cinque Terre	39,75%	60,25%	0,00%
Maremma	53,99%	46,01%	0,00%
Totale complessivo	48,85%	50,69%	0,46%

Tab.1.2 Distribuzione percentuale degli intervistati per classi di età

Parco	<=18 anni	19-35 anni	36-55 anni	oltre 55 anni	Non Risponde
Delta Po	0,00%	25,95%	45,41%	20,54%	8,11%
Alcantara	0,97%	32,04%	43,69%	12,62%	10,68%
Adamello-Brenta	2,78%	13,89%	52,78%	26,85%	3,70%
Vesuvio	2,13%	27,23%	38,30%	31,49%	0,85%
Cinque Terre	2,93%	43,10%	37,24%	14,23%	2,51%
Maremma	0,47%	19,25%	61,03%	18,78%	0,47%
Totale complessivo	1,57%	28,07%	45,71%	21,05%	3,60%

Tab. 1.2.1 Indici di sintesi della variabile età

	Delta del Po	Alcantara	Adamello-Brenta	Vesuvio	Cinque Terre	Maremma
media	44,54	42,49	47,80	46,15	38,19	46,06
mediana	43,00	40,00	45,00	47,00	36,00	47,00
primo quartile	35,00	32,00	37,75	34,00	29,00	37,75
terzo quartile	53,00	52,00	60,00	58,75	48,00	54,00
CV	0,29	0,30	0,31	0,32	0,36	0,25
min	19,00	16,00	12,00	18,00	16,00	18,00
max	76	72,00	80,00	81,00	79,00	75,00

Tab. 1.3 Distribuzione percentuale degli intervistati per classi di reddito

Risposte	PDP	PA	PAB	PV	PCT	PM	Totale
fino a 15000 euro	16,22%	14,56%	23,15%	17,02%	24,69%	7,04%	16,99%
da 15000 a 30000 euro	30,81%	26,21%	37,96%	31,91%	40,59%	30,05%	33,33%
da 30000 a 45000 euro	7,03%	14,56%	13,89%	11,91%	15,90%	11,27%	12,28%
da 45000 a 60000 euro	1,08%	9,71%	11,11%	5,53%	7,95%	5,63%	6,28%
oltre 60000 euro	0,54%	9,71%	3,70%	4,26%	6,69%	5,63%	4,89%
non risponde	44,32%	25,24%	10,19%	29,36%	4,18%	40,38%	26,22%

Tab. 1.4 Distribuzione percentuale del titolo di studio degli intervistati

<b>Parco</b>	<b>licenza elementare</b>	<b>licenza media</b>	<b>diploma</b>	<b>laurea</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	2,70%	17,84%	35,14%	32,43%	11,89%
Alcantara	4,85%	11,65%	50,49%	18,45%	14,56%
Adamello-Brenta	8,33%	17,59%	46,30%	26,85%	0,93%
Vesuvio	2,98%	9,36%	41,70%	43,40%	2,55%
Cinque Terre	9,62%	15,06%	48,95%	25,10%	1,26%
Maremma	0,00%	6,10%	36,15%	33,33%	24,41%
<b>Totale complessivo</b>	<b>4,52%</b>	<b>12,47%</b>	<b>42,38%</b>	<b>31,49%</b>	<b>9,14%</b>

Tab. 1.5 Distribuzione percentuale degli intervistati per professione

<b>Risposte</b>	<b>Delta Po</b>	<b>Alcantara</b>	<b>Adamello-Brenta</b>	<b>Vesuvio</b>	<b>Cinque Terre</b>	<b>Maremma</b>	<b>Totale complessivo</b>
casalinga	0,54%	4,85%	7,41%	1,28%	3,77%	1,88%	2,77%
inoccupato	1,62%	2,91%	0,00%	0,43%	2,93%	0,00%	1,29%
pensionato	16,76%	10,68%	14,81%	17,02%	4,60%	3,76%	10,80%
studente	5,41%	11,65%	5,56%	5,96%	10,04%	1,88%	6,46%
operaio	7,57%	5,83%	6,48%	1,70%	2,51%	2,82%	3,97%
docente/insegnante	8,11%	7,77%	11,11%	11,06%	9,21%	7,04%	9,05%
dirigente	1,08%	3,88%	1,85%	5,53%	3,35%	3,76%	3,42%
ditta individuale	1,08%	7,77%	4,63%	2,13%	5,44%	2,82%	3,60%
agente di commercio	2,16%	0,00%	2,78%	0,85%	5,44%	0,94%	2,22%
funzionario	0,54%	0,97%	1,85%	2,13%	0,00%	1,88%	1,20%
artigiano	5,95%	3,88%	7,41%	1,28%	2,09%	0,47%	2,95%
militare	0,00%	1,94%	0,00%	0,00%	2,51%	0,00%	0,74%
impiegato	14,05%	14,56%	14,81%	17,87%	22,59%	30,05%	20,04%
commerciante	2,70%	1,94%	2,78%	1,70%	9,21%	2,35%	3,79%
ricercatore	2,16%	0,00%	1,85%	2,98%	1,67%	0,94%	1,75%
imprenditore	3,24%	2,91%	1,85%	2,98%	4,18%	1,88%	2,95%
agricoltore	0,00%	0,00%	1,85%	0,00%	1,26%	0,00%	0,46%
medico	2,16%	1,94%	3,70%	2,55%	2,09%	1,88%	2,31%
libero professionista	11,35%	6,80%	4,63%	12,34%	1,26%	6,57%	7,29%
altro	5,41%	0,00%	1,85%	8,09%	3,77%	3,29%	4,34%
non risponde	8,11%	9,71%	2,78%	2,13%	2,09%	25,82%	8,59%

Tab. 2.1 Distribuzione percentuale degli intervistati per paese di provenienza

<b>Parco</b>	<b>Delta Po</b>	<b>Alcantara</b>	<b>Adamello-Brenta</b>	<b>Vesuvio</b>	<b>Cinque Terre</b>	<b>Maremma</b>	<b>Totale</b>
Australia	0,54%	0,00%	0,00%	1,70%	4,60%	0,00%	1,48%
Austria	0,54%	0,97%	0,93%	0,00%	3,35%	1,41%	1,29%
Barbados	0,00%	0,00%	0,00%	0,43%	0,00%	0,00%	0,09%
Belgio	0,00%	0,00%	0,00%	1,28%	0,00%	0,00%	0,28%
Canada	0,00%	0,00%	0,00%	1,28%	0,42%	0,00%	0,37%
Finlandia	0,00%	0,00%	0,00%	0,43%	0,00%	0,00%	0,09%
Francia	0,00%	0,97%	0,00%	12,77%	2,51%	2,82%	3,97%
Germania	1,62%	7,77%	0,00%	5,96%	20,50%	5,16%	7,85%
Gran Bretagna	2,70%	4,85%	0,00%	19,57%	7,95%	1,88%	7,29%
Grecia	0,00%	0,00%	0,00%	0,43%	0,00%	0,00%	0,09%
Irlanda	1,08%	0,00%	0,00%	0,00%	2,51%	0,00%	0,74%
<i>Italia</i>	<i>89,73%</i>	<i>77,67%</i>	<i>97,22%</i>	<i>41,70%</i>	<i>38,49%</i>	<i>78,40%</i>	<i>65,37%</i>
Messico	0,00%	0,00%	0,00%	0,85%	0,00%	0,00%	0,18%
Norvegia	1,08%	0,00%	0,00%	0,43%	0,00%	0,00%	0,28%
Nuova Zelanda	0,00%	0,00%	0,00%	0,43%	0,00%	0,00%	0,09%
Paesi Bassi	0,00%	0,00%	0,00%	1,28%	0,00%	1,41%	0,55%
Portogallo	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,84%	0,00%	0,18%
Rep. di San Marino	1,08%	0,00%	0,00%	0,00%	0,42%	0,00%	0,28%
Spagna	0,00%	0,97%	0,00%	0,85%	1,26%	0,00%	0,55%
Stati Uniti	0,00%	0,00%	0,00%	5,96%	15,06%	0,00%	4,62%
Svezia	0,00%	0,00%	0,00%	1,28%	0,00%	0,00%	0,28%
Svizzera	0,00%	0,97%	0,00%	2,98%	1,67%	8,92%	2,86%
Ungheria	0,00%	0,00%	0,00%	0,43%	0,42%	0,00%	0,18%
non risponde	1,62%	5,83%	1,85%	0,00%	0,00%	0,00%	1,02%

Tab. 2.2 Provenienza europea o extra-europea dei visitatori (distribuzione percentuale)

<b>Parco</b>	<b>Provenienza Europea</b>	<b>Provenienza non Europea</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	97,84%	0,54%	1,62%
Alcantara	94,17%	0,00%	5,83%
Adamello-Brenta	98,15%	0,00%	1,85%
Vesuvio	89,36%	10,64%	0,00%
Cinque Terre	79,92%	20,08%	0,00%
Maremma	100,00%	0,00%	0,00%
Totale complessivo	92,15%	6,83%	1,02%

Tab. 2.3 Distribuzione di frequenza percentuale degli intervistati per provincia di residenza

<b>Provincia</b>	<b>Delta del Po Alcantara</b>		<b>Adamello-Brenta</b>	<b>Vesuvio</b>	<b>Cinque Terre</b>	<b>Maremma</b>	<b>Totale</b>
Agrigento	0,72%	2,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,42%
Alessandria	0,00%	0,00%	0,95%	0,00%	1,09%	0,60%	0,42%
Ancona	3,82%	0,00%	0,95%	0,00%	1,09%	1,20%	1,55%
Aosta	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,09%	0,00%	0,14%
Arezzo	1,81%	2,50%	0,95%	3,06%	2,17%	2,40%	2,12%
Ascoli Piceno	1,26%	0,00%	0,00%	1,02%	0,00%	0,00%	0,42%
Asti	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,09%	0,00%	0,14%
Avellino	0,00%	0,00%	0,00%	2,04%	0,00%	0,00%	0,28%
Bari	0,00%	5,00%	1,90%	1,02%	0,00%	0,00%	0,99%
Belluno	0,72%	0,00%	0,00%	0,00%	3,26%	0,60%	0,71%
Benevento	0,00%	0,00%	0,00%	1,02%	0,00%	0,00%	0,14%
Bergamo	0,72%	1,25%	1,90%	1,02%	2,17%	0,60%	1,13%
Bologna	10,27%	2,50%	1,90%	0,00%	3,26%	2,40%	3,81%
Bolzano	0,55%	1,25%	0,00%	0,00%	1,09%	0,00%	0,42%
Brescia	0,00%	0,00%	6,67%	1,02%	0,00%	0,60%	1,27%
Cagliari	0,00%	0,00%	1,90%	0,00%	0,00%	0,00%	0,28%
Caltanissetta	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,09%	0,00%	0,14%
Campobasso	0,00%	1,25%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,14%
Caserta	0,00%	0,00%	0,00%	1,02%	0,00%	0,00%	0,14%
Catania	0,00%	13,75%	0,95%	0,00%	1,09%	0,00%	1,84%
Catanzaro	0,00%	1,25%	0,00%	0,00%	0,00%	1,20%	0,42%
Chieti	0,00%	0,00%	0,00%	1,02%	0,00%	0,00%	0,14%
Como	0,55%	0,00%	0,95%	0,00%	4,35%	0,60%	0,99%
Cosenza	0,00%	1,25%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,14%
Cremona	1,64%	0,00%	4,76%	0,00%	0,00%	2,40%	1,69%
Cuneo	1,09%	0,00%	0,95%	0,00%	1,09%	0,00%	0,56%
Enna	0,00%	2,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,28%
Ferrara	7,64%	0,00%	0,95%	0,00%	2,17%	0,00%	2,40%
Firenze	1,98%	0,00%	0,95%	2,04%	1,09%	14,37%	4,38%
Foggia	0,00%	2,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,28%
Forlì-Cesena	6,11%	0,00%	0,95%	0,00%	2,17%	0,00%	1,69%
Frosinone	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,09%	0,00%	0,14%
Genova	1,09%	2,50%	2,86%	1,02%	0,00%	4,19%	2,12%
Grosseto	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,17%	9,58%	2,54%
Imperia	0,55%	0,00%	1,90%	0,00%	1,09%	0,00%	0,56%
Latina	0,55%	0,00%	0,00%	0,00%	3,26%	0,60%	0,71%
Lecce	0,00%	1,25%	0,00%	2,04%	1,09%	0,00%	0,56%
Lecco	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,09%	0,00%	0,14%
Livorno	1,09%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,80%	0,71%
Lucca	0,00%	0,00%	0,00%	1,02%	2,17%	1,80%	0,85%
Macerata	0,72%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,14%
Mantova	1,98%	0,00%	2,86%	0,00%	0,00%	0,60%	0,99%



Tab. 2.2 Distribuzione di frequenza percentuale degli intervistati per provincia di residenza (continua)

Massa Carrara	1,09%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,28%
Messina	0,00%	8,75%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,99%
Milano	7,26%	11,25%	6,67%	14,29%	9,78%	4,19%	8,33%
Modena	4,33%	0,00%	2,86%	0,00%	1,09%	0,00%	1,55%
Napoli	0,00%	0,00%	0,95%	29,59%	2,17%	0,00%	4,52%
Novara	2,18%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,20%	0,85%
Padova	0,55%	0,00%	6,67%	2,04%	0,00%	0,00%	1,41%
Palermo	0,00%	3,75%	0,95%	2,04%	2,17%	0,00%	1,13%
Parma	0,55%	0,00%	2,86%	0,00%	5,43%	0,00%	1,27%
Pavia	0,72%	0,00%	0,95%	0,00%	1,09%	1,20%	0,71%
Perugia	0,00%	3,75%	0,00%	0,00%	1,09%	0,60%	0,71%
PesaroUrbino	0,55%	2,50%	0,95%	1,02%	3,26%	0,00%	1,13%
Pescara	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,09%	0,00%	0,14%
Piacenza	0,00%	1,25%	2,86%	0,00%	0,00%	1,20%	0,85%
Pisa	0,00%	1,25%	0,00%	0,00%	2,17%	4,19%	1,41%
Pistoia	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,80%	0,42%
Pordenone	0,55%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,14%
Potenza	0,00%	0,00%	0,00%	2,04%	0,00%	0,00%	0,28%
Prato	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,09%	3,59%	0,99%
Ragusa	0,55%	2,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,42%
Ravenna	5,22%	0,00%	1,90%	1,02%	1,09%	0,60%	1,84%
Reggio Calabria	0,00%	5,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,56%
Reggio Emilia	1,26%	1,25%	1,90%	0,00%	2,17%	3,59%	1,84%
Rieti	0,00%	0,00%	0,00%	1,02%	0,00%	0,00%	0,14%
Rimini	0,72%	0,00%	0,00%	0,00%	1,09%	0,00%	0,28%
Roma	2,87%	6,25%	2,86%	14,29%	2,17%	13,17%	7,06%
Rovigo	2,73%	0,00%	0,95%	0,00%	0,00%	0,00%	0,85%
Salerno	0,00%	1,25%	0,95%	4,08%	1,09%	0,00%	0,99%
Sassari	0,00%	0,00%	0,95%	0,00%	1,09%	0,00%	0,28%
Savona	0,00%	0,00%	0,95%	0,00%	0,00%	0,00%	0,14%
Siena	0,00%	1,25%	0,00%	0,00%	1,09%	8,38%	2,26%
Siracusa	0,00%	2,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,28%
Sondrio	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,17%	0,00%	0,28%
Taranto	0,00%	0,00%	0,95%	0,00%	0,00%	0,00%	0,14%
Terni	0,00%	0,00%	0,95%	1,02%	0,00%	0,00%	0,28%
Torino	3,99%	0,00%	0,95%	3,06%	4,35%	1,80%	2,54%
Trapani	0,00%	0,00%	0,00%	1,02%	0,00%	0,00%	0,14%
Trento	0,55%	2,50%	11,43%	0,00%	0,00%	0,00%	2,12%
Treviso	1,09%	0,00%	2,86%	0,00%	0,00%	1,80%	1,13%
Trieste	0,00%	0,00%	0,95%	0,00%	0,00%	0,00%	0,14%
Udine	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,60%	0,14%
Varese	1,64%	1,25%	0,95%	2,04%	2,17%	2,40%	1,84%
Venezia	1,64%	0,00%	1,90%	0,00%	3,26%	0,00%	1,13%
Vercelli	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,09%	0,00%	0,14%

Tab. 2.2 Distribuzione di frequenza percentuale degli intervistati per provincia di residenza (continua)

Verona	4,16%	0,00%	4,76%	1,02%	2,17%	1,20%	2,40%
Vicenza	3,82%	1,25%	2,86%	0,00%	1,09%	2,99%	2,40%
Viterbo	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,09%	0,00%	0,14%
Verbano Cusio Ossola	0,00%	0,00%	0,00%	2,04%	0,00%	0,00%	1,69%
non risponde	7,17%	1,25%	0,00%	0,00%	1,09%	0,00%	0,28%

Tab. 2.3 Distribuzione di frequenza percentuale degli intervistati per regione di residenza

<b>Regione</b>	<b>Delta del Po</b>	<b>Alcantara</b>	<b>Adamello-Brenta</b>	<b>Vesuvio</b>	<b>Cinque Terre</b>	<b>Maremma</b>	<b>Totale</b>
Abruzzo	0,00%	0,00%	0,00%	1,02%	1,09%	0,00%	0,28%
Basilicata	0,00%	0,00%	0,00%	2,04%	0,00%	0,00%	0,28%
Calabria	0,00%	7,50%	0,00%	0,00%	0,00%	1,20%	1,13%
Campania	0,00%	1,25%	1,90%	37,76%	3,26%	0,00%	6,07%
Emilia Romagna	36,11%	5,00%	16,19%	1,02%	18,48%	7,78%	15,54%
Friuli-Venezia Giulia	0,55%	0,00%	0,95%	0,00%	0,00%	0,60%	0,42%
Lazio	3,42%	6,25%	2,86%	15,31%	7,61%	13,77%	8,19%
Liguria	1,64%	2,50%	5,71%	1,02%	1,09%	4,19%	2,82%
Lombardia	14,50%	13,75%	25,71%	18,37%	22,83%	12,57%	17,37%
Marche	6,34%	2,50%	1,90%	2,04%	4,35%	1,20%	3,25%
Molise	0,00%	1,25%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,14%
Piemonte	7,26%	1,25%	2,86%	3,06%	9,78%	3,59%	4,94%
Puglia	0,00%	8,75%	2,86%	3,06%	1,09%	0,00%	1,98%
Sardegna	0,00%	0,00%	2,86%	0,00%	1,09%	0,00%	0,56%
Sicilia	1,26%	36,25%	1,90%	3,06%	4,35%	0,00%	5,65%
Toscana	5,97%	5,00%	1,90%	6,12%	11,96%	47,90%	15,96%
Trentino-Alto Adige	1,09%	3,75%	11,43%	0,00%	1,09%	0,00%	2,54%
Umbria	0,00%	3,75%	0,95%	1,02%	1,09%	0,60%	0,99%
Valle d'Aosta	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,09%	0,00%	0,14%
Veneto	14,70%	1,25%	20,00%	3,06%	9,78%	6,59%	10,03%
non risponde	7,17%	0,00%	0,00%	2,04%	0,00%	0,00%	1,69%

Tab. 3 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 3 "Qual è la ragione del suo viaggio?"

<b>Parco</b>	<b>vacanza</b>	<b>lavoro</b>	<b>altro</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	77,84%	7,57%	14,05%	0,54%
Alcantara	71,84%	11,65%	10,68%	5,83%
Adamello-Brenta	85,19%	2,78%	12,04%	0,00%
Vesuvio	80,43%	11,91%	7,66%	0,00%
Cinque Terre	95,40%	2,51%	2,09%	0,00%
Maremma	93,43%	3,29%	2,35%	0,94%
Totale complessivo	85,50%	6,46%	7,20%	0,83%

Tab. 3.1 Distribuzione percentuale della durata delle vacanze in giorni

<b>Parco</b>	<b>&lt;=3 giorni</b>	<b>4-7 giorni</b>	<b>8-14 giorni</b>	<b>15-21 giorni</b>	<b>oltre</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	43,24%	21,62%	3,24%	6,49%	3,24%	22,16%
Alcantara	22,33%	36,89%	5,83%	6,80%	0,97%	27,18%
Adamello-Brenta	8,33%	29,63%	23,15%	21,30%	2,78%	14,81%
Vesuvio	14,04%	33,62%	19,57%	10,21%	2,98%	19,57%
Cinque Terre	14,23%	45,19%	15,06%	16,74%	3,77%	5,02%
Maremma	40,85%	35,21%	9,86%	7,04%	1,41%	5,63%
Totale complessivo	24,56%	34,35%	12,93%	11,17%	2,68%	14,31%

Tab. 3.1.1 Indici di sintesi della variabile durata della vacanza (in giorni) (domanda 3.1)

	<b>Delta Po</b>	<b>Alcantara</b>	<b>Adamello-Brenta</b>	<b>Vesuvio</b>	<b>Cinque Terre</b>	<b>Maremma</b>
media	6	6	11	9	10	6
mediana	3	5	9	7	7	4
primo quartile	2	2	6	5	5	2
terzo quartile	7	7	15	10	14	7
CV	1,54	0,82	0,91	0,99	0,73	1,32
min	1	1	1	1	2	1
max	90	30	60	76	40	90

Tab. 3.2 Distribuzione percentuale dei giorni di vacanza trascorsi nella zona

<b>Parco</b>	<b>&lt;=3 giorni</b>	<b>4-7 giorni</b>	<b>8-14 giorni</b>	<b>15-21 giorni</b>	<b>oltre</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	43,24%	21,62%	3,24%	6,49%	3,24%	22,16%
Alcantara	22,33%	36,89%	5,83%	6,80%	0,97%	27,18%
Adamello-Brenta	8,33%	29,63%	23,15%	21,30%	2,78%	14,81%
Vesuvio	14,04%	33,62%	19,57%	10,21%	2,98%	19,57%
Cinque Terre	14,23%	45,19%	15,06%	16,74%	3,77%	5,02%
Maremma	40,85%	35,21%	9,86%	7,04%	1,41%	5,63%
Totale complessivo	24,56%	34,35%	12,93%	11,17%	2,68%	14,31%

Tab. 3.2.1 Indici di sintesi della variabile numero di giorni trascorsi in loco (domanda 3.2)

	<b>Delta Po</b>	<b>Alcantara</b>	<b>Adamello-Brenta</b>	<b>Vesuvio</b>	<b>Cinque Terre</b>	<b>Maremma</b>
media	2,44	3,51	10,74	5,51	5,44	3,54
mediana	1	2	7	6	6	3
primo quartile	1	1	5	3	3	2
terzo quartile	2	4	15	7	7	4
CV	3,05	1,28	0,98	0,60	0,43	0,85
min	1	1	1	1	1	1
max	90	30	60	20	15	30

Tab. 4 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 4 "Normalmente qual è la durata media delle sue vacanze?"

Parco	escursione giornaliera	2-4 giorni	1 settimana	> settimana	non risponde
Delta Po	15,68%	15,14%	34,05%	30,27%	4,86%
Alcantara	15,53%	11,65%	45,63%	23,30%	3,88%
Adamello-Brenta	7,41%	12,04%	44,44%	36,11%	0,00%
Vesuvio	2,55%	6,81%	31,06%	59,57%	0,00%
Cinque Terre	7,95%	28,03%	23,85%	38,49%	1,67%
Maremma	6,57%	13,15%	38,03%	42,25%	0,00%
Totale complessivo	8,49%	15,14%	34,07%	40,72%	1,57%

Tab. 5 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 5 "In quali occasioni viaggia più frequentemente?"

Parco	fine settimana	ponti/festività	ferie estive	non esiste un'occasione specifica	non risponde
Delta Po	14,05%	16,22%	29,19%	37,30%	3,24%
Alcantara	21,36%	8,74%	33,01%	34,95%	1,94%
Adamello-Brenta	17,59%	9,26%	41,67%	31,48%	0,00%
Vesuvio	6,81%	8,51%	40,85%	43,83%	0,00%
Cinque Terre	12,97%	22,18%	20,92%	43,10%	0,84%
Maremma	14,08%	9,86%	34,27%	41,31%	0,47%
Totale complessivo	13,30%	13,20%	32,50%	39,98%	1,02%

Tab. 6 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 6 "In che periodo viaggia maggiormente?"

Parco	primavera	estate	autunno	inverno	in tutti i periodi dell'anno	non risponde
Delta Po	16,76%	40,54%	2,16%	1,62%	36,22%	2,70%
Alcantara	16,50%	51,46%	0,97%	1,94%	27,18%	1,94%
Adamello-Brenta	12,04%	52,78%	2,78%	0,00%	31,48%	0,93%
Vesuvio	16,17%	47,23%	0,43%	5,11%	31,06%	0,00%
Cinque Terre	27,20%	19,67%	3,35%	3,35%	46,44%	0,00%
Maremma	21,13%	41,78%	1,41%	2,35%	33,33%	0,00%
Totale complessivo	19,30%	39,89%	1,85%	2,77%	35,46%	0,74%

Tab. 6.1 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 6.1 "Perchè?"

(rivolta solo a coloro che non hanno risposto "in tutti i periodi dell'anno alla d. 6")

Parco	in quel periodo ho le ferie	è il meno affollato	è il meno caro	è il periodo che preferisco	è quello in cui ci sono più iniziative	altro	n.r.
Delta Po	49,54%	5,21%	0,74%	15,83%	4,10%	1,86%	22,72%
Alcantara	24,00%	4,00%	1,33%	18,67%	5,33%	0,00%	46,67%
Adamello-Brenta	41,89%	12,16%	0,00%	22,97%	6,76%	1,35%	14,86%
Vesuvio	49,38%	8,64%	1,85%	28,40%	4,32%	4,32%	3,09%
Cinque Terre	31,25%	10,94%	3,91%	37,50%	7,03%	3,13%	6,25%
Maremma	47,18%	7,75%	3,52%	30,28%	1,41%	1,41%	8,45%
Totale complessivo	41,92%	8,15%	2,15%	26,75%	4,58%	2,29%	14,16%

Tab. 7 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 7 "Sapeva di trovarsi in un'area Parco?"

<b>Parco</b>	<b>si</b>	<b>no</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	80,00%	18,92%	1,08%
Alcantara	54,37%	42,72%	2,91%
Adamello-Brenta	88,89%	10,19%	0,93%
Vesuvio	85,11%	14,47%	0,43%
Cinque Terre	95,82%	2,09%	2,09%
Maremma	98,59%	1,41%	0,00%
Totale complessivo	86,70%	12,19%	1,11%

Tab. 7.1 Distribuzione percentuale delle risposte alla d. 7.1 "Sapeva del Parco già prima di arrivarci?" (rivolta solo a coloro che non hanno risposto si alla d. 6)

<b>Parco</b>	<b>si</b>	<b>no</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	81,32%	13,95%	4,73%
Alcantara	55,93%	13,56%	30,51%
Adamello-Brenta	89,69%	6,19%	4,12%
Vesuvio	75,62%	24,38%	0,00%
Cinque Terre	80,77%	18,38%	0,85%
Maremma	87,14%	9,52%	3,33%
Totale complessivo	80,65%	15,46%	3,89%

Tab. 8 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 8 "Aveva già visitato questo parco?"

<b>Parco</b>	<b>si</b>	<b>no</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	28,11%	68,11%	3,78%
Alcantara	32,04%	58,25%	9,71%
Adamello-Brenta	57,41%	42,59%	0,00%
Vesuvio	21,70%	78,30%	0,00%
Cinque Terre	48,12%	51,05%	0,84%
Maremma	42,72%	55,87%	1,41%
Totale complessivo	37,30%	60,66%	2,03%

Tab. 9 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 9 "La visita al parco costituisce la ragione principale del suo viaggio?"

<b>Parco</b>	<b>si</b>	<b>no</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	35,14%	62,70%	2,16%
Alcantara	19,42%	80,58%	0,00%
Adamello-Brenta	25,00%	75,00%	0,00%
Vesuvio	34,89%	64,68%	0,43%
Cinque Terre	64,85%	35,15%	0,00%
Maremma	60,56%	37,09%	2,35%
Totale complessivo	44,14%	54,94%	0,92%

Tab. 9.1 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 9.1

"La presenza del parco in questo territorio ha comunque in qualche modo influenzato le sue scelte di viaggio?" (rivolta a chi non ha risposto sì alla domanda 9)

Parco	si	no	non risponde
Delta Po	39,79%	56,21%	3,99%
Alcantara	12,05%	80,72%	7,23%
Adamello-Brenta	70,37%	29,63%	0,00%
Vesuvio	52,29%	47,06%	0,65%
Cinque Terre	55,95%	40,48%	3,57%
Maremma	67,86%	26,19%	5,95%
Totale complessivo	48,93%	47,77%	3,31%

Tab. 10.1 Distribuzione percentuale delle risposte alla d. 10 "

La visita al parco costituisce la ragione principale del suo viaggio?" (1a risposta in ordine di importanza)

Risposta	Delta Po	Alcantara	Adamello-Brenta	Vesuvio	Cinque Terre	Maremma
il consiglio di un amico	27,03%	42,72%	32,41%	17,87%	31,80%	37,56%
ho visto una pubblicità	9,19%	2,91%	4,63%	0,85%	8,37%	3,29%
articolo su rivista specializzata	5,41%	5,83%	8,33%	6,81%	8,37%	10,80%
ho letto una guida	15,14%	8,74%	12,04%	25,53%	21,76%	15,02%
ho visto un servizio in TV/radio	4,86%	1,94%	0,00%	3,83%	7,53%	0,47%
a caso	7,57%	7,77%	18,52%	1,70%	6,69%	1,88%
la proposta di un T.O. e/o un'agenzia di viaggio	3,24%	8,74%	3,70%	19,15%	6,69%	5,63%
portale internet	12,97%	8,74%	4,63%	8,51%	4,60%	6,57%
altro	6,49%	5,83%	13,89%	15,74%	2,09%	15,96%
non risponde	8,11%	6,80%	1,85%	0,00%	2,09%	2,82%

Tab. 10.2 Distribuzione percentuale delle risposte alla d. 10

"La visita al parco costituisce la ragione principale del suo viaggio?" (2a risposta in ordine di importanza)

Risposta	Delta Po	Alcantara	Adamello-Brenta	Vesuvio	Cinque Terre	Maremma
il consiglio di un amico	4,86%	2,91%	14,81%	8,09%	12,13%	4,69%
ho visto una pubblicità	11,35%	0,00%	5,56%	1,28%	6,28%	1,41%
articolo su rivista specializzata	1,62%	2,91%	2,78%	2,55%	6,69%	5,16%
ho letto una guida	7,03%	2,91%	10,19%	14,47%	5,86%	13,62%
ho visto un servizio in TV/radio	4,32%	0,00%	4,63%	3,40%	6,28%	2,35%
a caso	2,16%	3,88%	5,56%	0,43%	1,26%	0,94%
la proposta di un T.O. e/o un'agenzia di viaggio	0,00%	3,88%	2,78%	5,96%	2,51%	0,47%
portale internet	7,57%	5,83%	3,70%	7,23%	13,81%	13,62%
altro	1,08%	1,94%	1,85%	3,83%	0,42%	1,88%
non risponde	60,00%	75,73%	48,15%	52,77%	44,77%	55,87%

Tab. 11 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 11  
"Visiterà altri posti in quest'area prima di ripartire?"

Parco	si	no	non risponde
Delta Po	54,59%	42,70%	2,70%
Alcantara	61,17%	31,07%	7,77%
Adamello-Brenta	65,74%	33,33%	0,93%
Vesuvio	85,96%	14,04%	0,00%
Cinque Terre	54,39%	37,66%	7,95%
Maremma	58,22%	39,44%	2,35%
Totale complessivo	63,80%	32,69%	3,51%

Tab. 11.1 Distribuzione percentuale delle risposte alla 11.1 "Quali?"  
(domanda rivolta solo a chi non ha risposto no alla domanda 11)

Parco	siti archeologici	località balneari	località termali	città d'arte	altre aree protette	altro
Delta Po	19,68%	33,58%	2,47%	45,48%	25,84%	2,05%
Alcantara	23,94%	57,75%	2,82%	19,72%	5,63%	1,41%
Adamello-Brenta	13,89%	9,72%	11,11%	15,28%	56,94%	29,17%
Vesuvio	81,68%	35,64%	5,94%	22,28%	3,96%	0,99%
Cinque Terre	36,91%	23,49%	21,48%	34,23%	18,79%	8,05%
Maremma	37,21%	38,76%	15,50%	40,31%	10,08%	6,20%
Totale complessivo	43,21%	33,33%	10,43%	30,45%	16,46%	6,31%

Tab. 12 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 12  
"Insieme a chi sta effettuando il suo viaggio?"

Parco	famiglia	amici	da solo	un gruppo organizzato	non risponde
Delta Po	51,89%	29,19%	8,65%	8,65%	1,62%
Alcantara	29,13%	44,66%	13,59%	11,65%	0,97%
Adamello-Brenta	71,30%	17,59%	2,78%	5,56%	2,78%
Vesuvio	30,21%	31,06%	4,68%	34,04%	0,00%
Cinque Terre	28,45%	36,82%	11,72%	19,67%	3,35%
Maremma	62,44%	26,76%	2,35%	6,10%	2,35%
Totale complessivo	43,86%	31,12%	7,11%	16,07%	1,85%

Tab. 12.1 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 12.1  
"Quanto durerà il suo viaggio?"

Parco	escursione giornaliera	2-4 gg	1 settimana	>1 settimana	non risponde
Delta Po	12,43%	9,73%	5,95%	9,19%	62,70%
Alcantara	33,01%	21,36%	28,16%	13,59%	3,88%
Adamello-Brenta	27,78%	12,96%	28,70%	30,56%	0,00%
Vesuvio	17,45%	15,32%	33,62%	32,77%	0,85%
Cinque Terre	5,02%	33,05%	25,10%	33,89%	2,93%
Maremma	18,31%	45,54%	21,13%	13,15%	1,88%
Totale complessivo	16,53%	24,56%	23,55%	23,08%	12,28%

Tab. 13 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 13 "Che tipo di sistemazione sceglie in genere nei suoi viaggi?"

Risposte	Delta Po	Alcantara	Adamello-Brenta	Vesuvio	Cinque Terre	Maremma	Totale
albergo	34,59%	37,86%	53,70%	70,64%	29,71%	32,39%	43,12%
ostello	1,62%	1,94%	0,00%	2,13%	15,90%	0,47%	4,52%
bed and breakfast	10,81%	17,48%	8,33%	10,64%	22,59%	7,51%	13,11%
campeggio	8,11%	3,88%	1,85%	8,09%	12,97%	8,92%	8,31%
agriturismo	8,65%	18,45%	3,70%	1,28%	3,35%	21,13%	8,77%
appartamento	6,49%	1,94%	20,37%	2,55%	3,77%	5,63%	5,82%
seconda casa	3,78%	2,91%	8,33%	0,85%	5,02%	2,35%	3,51%
ospite	2,16%	5,83%	0,00%	0,43%	3,77%	0,47%	1,94%
camper	9,73%	3,88%	2,78%	0,00%	0,42%	12,21%	4,80%
rifugio	1,08%	0,00%	0,93%	0,43%	0,42%	0,00%	0,46%
altro	1,62%	3,88%	0,00%	1,70%	0,00%	2,82%	1,57%
non risponde	11,35%	1,94%	0,00%	1,28%	2,09%	6,10%	4,06%

Tab. 14 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 14 "Che tipo di sistemazione ha scelto questa volta?"

Risposte	Delta Po	Alcantara	Adamello-Brenta	Vesuvio	Cinque Terre	Maremma	Totale
albergo	17,84%	32,04%	45,37%	55,32%	19,67%	15,02%	29,92%
ostello	0,54%	0,00%	0,00%	2,98%	17,15%	0,47%	4,62%
bed and breakfast	11,89%	13,59%	1,85%	4,26%	24,27%	3,76%	10,53%
campeggio	7,03%	0,97%	1,85%	5,53%	2,09%	6,57%	4,43%
agriturismo	7,57%	12,62%	2,78%	0,85%	16,32%	34,74%	13,39%
appartamento	4,86%	1,94%	23,15%	2,98%	8,79%	4,23%	6,74%
seconda casa	7,03%	3,88%	11,11%	1,70%	3,77%	3,76%	4,62%
ospite	4,32%	11,65%	1,85%	2,55%	6,69%	2,82%	4,62%
camper	8,11%	2,91%	2,78%	0,00%	0,42%	12,21%	4,43%
rifugio	0,54%	0,00%	3,70%	0,00%	0,00%	0,00%	0,46%
altro	2,70%	5,83%	5,56%	9,36%	0,00%	3,76%	4,34%
non risponde	27,57%	14,56%	0,00%	14,47%	0,84%	12,68%	11,91%

Tab. 14.1 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 14.1 "(Se diversa da quella usuale) Perché?"  
(percentuali calcolate solo sui rispondenti)

Parco	mi è stata			non era di mio		non risponde
	non l'ho trovata	sconsigliata	era troppo cara	gradimento	altro	
Delta Po	5,41%	5,41%	1,06%	2,12%	8,60%	77,40%
Alcantara	5,26%	5,26%	0,00%	5,26%	13,16%	71,05%
Adamello-Brenta	45,45%	4,55%	0,00%	0,00%	31,82%	18,18%
Vesuvio	7,78%	15,56%	1,11%	1,11%	28,89%	45,56%
Cinque Terre	16,79%	13,14%	23,36%	20,44%	11,68%	14,60%
Maremma	12,90%	21,51%	7,53%	4,30%	15,05%	38,71%
Totale complessivo	12,53%	12,74%	8,70%	7,86%	16,14%	42,04%



Tab. 14.2 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 14.2 " Che tipo di sistemazione ha scelto?"  
(Solo se ha risposto a c d e alla 14)

Parco	pernottamento e				
	solo pernottamento	mezza pensione	prima colazione	pensione completa	non risponde
Delta Po	10,24%	9,73%	19,55%	2,72%	57,76%
Alcantara	11,84%	17,11%	26,32%	9,21%	35,53%
Adamello-Brenta	0,00%	21,43%	16,07%	35,71%	26,79%
Vesuvio	3,17%	32,28%	28,04%	7,94%	28,57%
Cinque Terre	12,58%	15,23%	49,01%	14,57%	8,61%
Maremma	22,58%	21,94%	27,10%	0,00%	28,39%
Totale complessivo	10,79%	20,53%	29,34%	8,95%	30,39%

Tabella 15 Distribuzione di frequenza del luogo di pernottamento degli intervistati

Adamello-Brenta		Delta del Po		Alcantara	
Comune	%	Comune	%	Comune	%
Andalo	2,67%	Argenta	2,76%	Agira	1,96%
Caderzone	9,33%	Cervia	7,59%	Agrigento	1,96%
Carisolo	8,00%	Cesenatico	2,07%	Bronte	1,96%
Cavedago	5,33%	Chioggia	0,69%	Calatabiano	1,96%
Commezzadura	1,33%	Comacchio	28,97%	Castelbuono	1,96%
Coredo	1,33%	Codigoro	3,45%	Castelmola	1,96%
Dimaro	6,67%	Ferrara	6,21%	Castiglione	5,88%
Fai della Paganella	6,67%	Mesola	0,69%	Catania	1,96%
Fondo	1,33%	Ostellato	2,76%	Forza D'Agrò	3,92%
Lomaso	2,67%	Ravenna	9,66%	Francavilla	1,96%
Massimeno	2,67%	Rimini	0,69%	Gela	1,96%
Mezzana	2,67%	non risponde	34,48%	Giardini Naxos	7,84%
Strembo	5,33%			Palermo	1,96%
Tione	5,33%	<b>Vesuvio</b>		Ragusa	1,96%
Trento	1,33%	<b>Comune</b>	<b>%</b>	Taormina	23,53%
Tuenno	1,33%	Agerola	1,69%	Trapani	1,96%
Vervò	1,33%	Boscoreale	3,39%	(vuoto)	19,61%
non risponde	1,33%	Capaccio Paestum	3,39%		
		Castellammare di Stabia	3,39%	<b>Maremma</b>	
<b>Cinque Terre</b>		Massa Lubrense	3,39%	Grosseto	77,52%
<b>Comune</b>	<b>%</b>	Napoli	52,54%	Livorno	0,78%
Firenze	1,14%	Pompei	3,39%	Magliano	1,55%
Lerici	3,41%	Portici	1,69%	Massa Marittima	1,55%
Levanto	3,41%	Salerno	1,69%	Orbetello	10,85%
Monterosso	12,50%	Sorrento	11,86%	Pitigliano	0,78%
Riomaggiore	71,59%	Vico equense	5,08%	Scansano	0,78%
San Bernardino	1,14%	Nocera	1,69%	Sorano	0,78%
Vernazza	6,82%	non risponde	1,69%	non risponde	3,88%

Tab. 16 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 16  
 "Potendo, e conoscendo i vincoli cui bisogna sottostare, acquisterebbe una casa in un'area parco?"

Parco	si	no	non risponde
Delta Po	36,76%	53,51%	9,73%
Alcantara	51,46%	44,66%	3,88%
Adamello-Brenta	55,56%	42,59%	1,85%
Vesuvio	21,70%	77,87%	0,43%
Cinque Terre	61,92%	33,47%	4,60%
Maremma	40,85%	57,28%	1,88%
Totale complessivo	43,12%	53,19%	3,69%

Tab. 16.1 Distribuzione percentuale delle risposte alla d. 16.1 "A parità di altre condizioni, sarebbe disposto a pagare un prezzo più alto per un tale acquisto?" (rivolta a chi ha risposto si alla d. 16)

Parco	si	no	non risponde
Delta Po	66,34%	29,90%	3,76%
Alcantara	52,83%	39,62%	7,55%
Adamello-Brenta	76,67%	18,33%	5,00%
Vesuvio	72,55%	27,45%	0,00%
Cinque Terre	58,11%	35,81%	6,08%
Maremma	59,77%	37,93%	2,30%
Totale complessivo	63,17%	32,55%	4,28%

Tab. 16.2 Distribuzione percentuale delle risposte alla d. 16.2  
 "Qual è la differenza massima di prezzo che sarebbe disposto a pagare?" (rivolta a chi ha risposto si alla 16.1)

Parco	il 5%	il 15%	il 30%	oltre	non risponde
Delta Po	36,75%	36,54%	19,59%	7,12%	0,00%
Alcantara	46,43%	46,43%	7,14%	0,00%	0,00%
Adamello-Brenta	47,83%	43,48%	8,70%	0,00%	0,00%
Vesuvio	54,05%	40,54%	5,41%	0,00%	0,00%
Cinque Terre	32,97%	38,46%	16,48%	12,09%	0,00%
Maremma	26,92%	53,85%	9,62%	5,77%	3,85%
Totale complessivo	37,87%	42,52%	12,96%	5,98%	0,66%

Tab. 17 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 17  
 "Secondo lei la protezione ambientale deve essere tra le priorità dell'agenda politica?"

Parco	si	no	non risponde
Delta Po	81,08%	10,81%	8,11%
Alcantara	87,38%	7,77%	4,85%
Adamello-Brenta	89,81%	9,26%	0,93%
Vesuvio	97,02%	2,98%	0,00%
Cinque Terre	77,41%	17,57%	5,02%
Maremma	92,02%	3,29%	4,69%
Totale complessivo	87,35%	8,68%	3,97%

Tab. 18 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 18 "Secondo lei un'area protetta è principalmente"

Parco	un costo	un beneficio	un'opportunità	un vincolo allo sviluppo	non risponde
Delta Po	2,70%	61,08%	28,65%	2,70%	4,86%
Alcantara	6,80%	53,40%	28,16%	7,77%	3,88%
Adamello-Brenta	0,00%	76,85%	18,52%	4,63%	0,00%
Vesuvio	5,11%	66,38%	25,96%	2,55%	0,00%
Cinque Terre	17,99%	29,29%	36,82%	13,39%	2,51%
Maremma	4,23%	64,79%	23,00%	2,35%	5,63%
Totale complessivo	7,02%	56,79%	27,70%	5,63%	2,86%

Tab. 19 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 19 "Secondo lei quale dovrebbe essere la principale funzione di un parco?"

Parco	fare protezione	fare educazione ambientale	fare animazione locale	sviluppare il turismo	fare profitti	altro	n.r.
Delta Po	41,08%	39,46%	1,62%	10,27%	3,24%	0,54%	3,78%
Alcantara	28,16%	27,18%	1,94%	22,33%	6,80%	0,00%	13,59%
Adamello-Brenta	38,89%	52,78%	1,85%	6,48%	0,00%	0,00%	0,00%
Vesuvio	45,96%	37,87%	3,40%	12,34%	0,43%	0,00%	0,00%
Cinque Terre	30,54%	17,99%	17,57%	25,10%	5,02%	0,84%	2,93%
Maremma	38,50%	51,17%	0,94%	3,29%	0,47%	0,47%	5,16%
Totale complessivo	37,86%	36,84%	5,45%	13,39%	2,49%	0,37%	3,60%

Tab. 20 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 20 "Secondo lei la protezione è un compito prevalentemente pubblico o deve essere un'attività svolta da enti o associazioni private?"

Parco	pubblico	privato	non risponde
Delta Po	78,92%	12,43%	8,65%
Alcantara	81,55%	8,74%	9,71%
Adamello-Brenta	91,67%	6,48%	1,85%
Vesuvio	87,66%	11,91%	0,43%
Cinque Terre	59,00%	37,66%	3,35%
Maremma	82,16%	13,15%	4,69%
Totale complessivo	78,58%	17,08%	4,34%

Tab. 21 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 21 "Secondo lei il finanziamento dei parchi dovrebbe essere prevalentemente pubblico o privato?"

Parco	pubblico	privato	egualmente ripartito	non risponde
Delta Po	35%	8%	48%	9%
Alcantara	56%	7%	31%	6%
Adamello-Brenta	58%	2%	40%	0%
Vesuvio	42%	4%	54%	0%
Cinque Terre	38%	27%	33%	2%
Maremma	40%	4%	51%	5%
Totale complessivo	43%	10%	44%	4%

Tab. 22.a Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 22

"Potrebbe dirmi da quali fonti dovrebbero provenire tali finanziamenti?" (la prima in ordine di importanza)

Risposta	Delta Po	Alcantara	Adamello-Brenta	Vesuvio	Cinque Terre	Maremma	Totale
dalla fiscalità generale	43,24%	25,24%	54,63%	66,81%	26,36%	42,72%	43,95%
da imposte e tasse locali	8,65%	2,91%	6,48%	7,23%	7,95%	4,23%	6,56%
dall'istituzione di tasse ambientali	10,27%	10,68%	12,96%	8,51%	10,88%	9,39%	10,16%
da biglietti di ingresso	8,11%	23,30%	11,11%	9,36%	27,62%	17,37%	16,25%
da sponsorizzazioni e/o pubblicità	0,00%	0,97%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,09%
gadget ed eventi	17,84%	15,53%	10,19%	7,66%	10,04%	13,15%	12,00%
donazioni	1,08%	11,65%	0,93%	0,00%	11,30%	1,41%	4,16%
altro	2,70%	0,97%	1,85%	0,43%	5,02%	4,69%	2,86%
non risponde	8,11%	8,74%	1,85%	0,00%	0,84%	7,04%	3,97%

Tab. 22.b Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 22

"Potrebbe dirmi da quali fonti dovrebbero provenire tali finanziamenti?" (la seconda in ordine di importanza)

Risposta	Delta Po	Alcantara	Adamello-Brenta	Vesuvio	Cinque Terre	Maremma	Totale
dalla fiscalità generale	4,32%	4,85%	7,41%	7,23%	15,06%	9,86%	8,77%
da imposte e tasse locali	4,86%	1,94%	7,41%	8,94%	8,79%	7,51%	7,11%
dall'istituzione di tasse ambientali	8,65%	1,94%	17,59%	16,60%	15,48%	10,80%	12,56%
da biglietti di ingresso	24,86%	15,53%	23,15%	28,94%	11,30%	22,07%	21,14%
da sponsorizzazioni e/o pubblicità	14,59%	7,77%	16,67%	17,45%	8,79%	10,80%	12,74%
gadget ed eventi	12,97%	11,65%	4,63%	5,11%	7,95%	7,51%	8,13%
donazioni	8,65%	0,97%	5,56%	10,64%	2,51%	8,45%	6,65%
non risponde	21,08%	55,34%	17,59%	5,11%	30,13%	23,00%	22,90%

Tab. 22.1 Distribuzione delle risposte alla domanda 22.1 "Ritiene/riterebbe giusto far pagare un biglietto per la visita al parco o ad alcune sue parti?" (rivolta solo a coloro che non hanno risposto biglietto di ingresso alla domanda 22)

Parco	si	no	non risponde
Delta Po	54,99%	24,57%	20,44%
Alcantara	48,39%	37,10%	14,52%
Adamello-Brenta	63,38%	33,80%	2,82%
Vesuvio	84,14%	15,86%	0,00%
Cinque Terre	63,70%	17,81%	18,49%
Maremma	66,67%	14,73%	18,60%
Totale complessivo	65,29%	21,42%	13,29%

Tab. 22.2 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 22.2 " Perché?" (se risponde no alla domanda 22.1)

Risposta	Delta Po	Alcantara	Adamello-Brenta	Vesuvio	Cinque Terre	Maremma	Totale
il parco è un bene pubblico	73,54%	73,91%	54,17%	52,17%	53,85%	57,89%	61,38%
il finanziamento deve essere pubblico	16,59%	0,00%	20,83%	30,43%	0,00%	21,05%	14,48%
l'onere deve cadere sugli operatori economici locali	3,29%	0,00%	8,33%	4,35%	15,38%	0,00%	5,52%
il parco deve autofinanziarsi in altro modo	6,58%	21,74%	8,33%	4,35%	15,38%	15,79%	11,72%
altro	0,00%	0,00%	4,17%	0,00%	11,54%	5,26%	3,45%
non risponde	0,00%	4,35%	4,17%	8,70%	3,85%	0,00%	3,45%

Tab. 23 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 23 "L'istituzione di un biglietto o un piccolo aumento del biglietto di ingresso disincentiverebbe la sua visita?"

Parco	si	no	non risponde
Delta Po	25,41%	67,57%	7,03%
Alcantara	23,30%	69,90%	6,80%
Adamello-Brenta	22,22%	77,78%	0,00%
Vesuvio	22,13%	77,45%	0,43%
Cinque Terre	73,64%	24,69%	1,67%
Maremma	15,96%	75,59%	8,45%
Totale complessivo	32,96%	63,07%	3,97%

Tab. 24 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 24 "Pensa che l'accesso ai parchi andrebbe in qualche modo numericamente regolamentato?"

Parco	si	no	non risponde
Delta Po	72,97%	19,46%	7,57%
Alcantara	49,51%	45,63%	4,85%
Adamello-Brenta	55,56%	43,52%	0,93%
Vesuvio	60,85%	39,15%	0,00%
Cinque Terre	53,97%	43,10%	2,93%
Maremma	70,42%	17,84%	11,74%
Totale complessivo	61,68%	33,52%	4,80%

Tab. 25 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 25 "Pensa che un eccessivo numero di visitatori possa disincentivare la visita al parco?"

Parco	si	no	non risponde
Delta Po	64,86%	25,41%	9,73%
Alcantara	34,95%	59,22%	5,83%
Adamello-Brenta	64,81%	34,26%	0,93%
Vesuvio	55,74%	44,26%	0,00%
Cinque Terre	63,18%	30,96%	5,86%
Maremma	57,28%	30,99%	11,74%
Totale complessivo	58,17%	35,92%	5,91%

Tab. 26 Percentuale delle risposte alla domanda 26 "Quali sono le principali attività che ha svolto in questo parco?"  
(max. 2 risposte, dove fornite - percentuale calcolata rispetto ai rispondenti)

Risposte	Delta Po	Alcantara	Adamello-Brenta	Vesuvio	Cinque Terre	Maremma	Totale
trekking	5,25%	8,91%	34,58%	10,21%	37,77%	50,53%	25,36%
biking	7,13%	2,97%	9,35%	0,85%	20,17%	7,37%	8,49%
horse trekking	1,21%	2,97%	0,93%	0,00%	4,72%	1,05%	1,83%
visita guidata	62,90%	24,75%	6,54%	56,17%	7,73%	13,68%	30,57%
passeggiata	30,32%	65,35%	70,09%	44,68%	53,22%	42,63%	48,60%
educazione ambientale	3,76%	5,94%	8,41%	1,70%	12,88%	4,74%	6,17%
visita a musei/centri visita	16,29%	22,77%	6,54%	8,51%	9,87%	4,74%	10,61%
osservazione della fauna	15,59%	15,84%	33,64%	1,70%	7,30%	28,42%	14,75%
bird watching	18,40%	0,00%	0,00%	0,43%	2,15%	3,68%	4,15%
altro	1,08%	3,96%	0,93%	2,55%	0,86%	1,58%	1,74%

Tab. 27 Percentuale delle risposte alla domanda 27 "Cosa le sarebbe piaciuto fare e non ha fatto?"  
(max. 2 risposte dove fornite – percentuale calcolata sui rispondenti)

Risposte	Delta Po	Alcantara	Adamello-Brenta	Vesuvio	Cinque Terre	Maremma	Totale
trekking	8,50%	17,28%	16,48%	9,44%	8,14%	4,52%	9,36%
biking	12,03%	14,81%	13,19%	10,30%	10,41%	14,69%	12,16%
horse trekking	19,46%	22,22%	19,78%	12,88%	10,41%	19,21%	15,72%
visita guidata	10,04%	18,52%	23,08%	6,87%	14,93%	9,60%	12,38%
passeggiata	11,68%	8,64%	3,30%	7,73%	11,31%	2,82%	7,53%
educazione ambientale	12,96%	9,88%	4,40%	10,30%	4,98%	5,08%	7,75%
visita a musei/centri visita	10,70%	11,11%	4,40%	11,59%	12,22%	3,95%	9,47%
osservazione della fauna	12,29%	11,11%	21,98%	25,32%	11,31%	12,99%	16,25%
bird watching	7,17%	11,11%	4,40%	6,44%	10,41%	12,43%	8,72%
niente	21,81%	8,64%	21,98%	25,75%	28,96%	31,64%	25,51%
altro	0,00%	1,23%	0,00%	0,00%	2,71%	0,00%	0,75%

Tab. 27.1 Percentuale delle risposte alla domanda 27.1 "Perché?" (dove fornite)  
(solo se non ha risposto niente alla domanda 27)

Risposta	Delta Po	Alcantara	Adamello-Brenta	Vesuvio	Cinque Terre	Maremma	Totale
non c'erano	14,43%	4,17%	4,55%	18,86%	12,57%	4,46%	10,87%
non le ho trovate	5,94%	4,17%	4,55%	25,71%	8,57%	3,18%	9,69%
erano a pagamento	1,41%	4,17%	0,00%	0,00%	6,86%	0,00%	2,13%
arano troppo care	0,00%	3,13%	0,00%	0,57%	12,00%	3,18%	3,55%
non ho avuto tempo	17,33%	2,08%	9,09%	36,57%	13,71%	52,87%	24,35%
me lo hanno sconsigliato	0,00%	2,08%	0,00%	2,29%	5,71%	0,00%	1,89%
non erano qualitativamente buone	0,00%	0,00%	0,00%	0,57%	1,14%	0,00%	0,35%
altro	1,28%	2,08%	6,82%	10,86%	12,00%	1,27%	6,15%
non risponde	59,61%	78,13%	75,00%	4,57%	27,43%	35,03%	41,02%

Tab. 28 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 28 "Qual è la sua spesa media giornaliera?"

Parco	meno di 20 euro	tra 20 e 40 euro	tra 40 e 60 euro	tra 60 e 80 euro	oltre 80 euro	non risponde
Delta Po	23,24%	41,62%	16,22%	4,86%	4,32%	9,73%
Alcantara	27,18%	33,01%	22,33%	3,88%	3,88%	9,71%
Adamello-Brenta	26,85%	51,85%	11,11%	6,48%	0,93%	2,78%
Vesuvio	22,98%	42,13%	22,55%	7,66%	4,26%	0,43%
Cinque Terre	10,88%	38,49%	31,38%	7,95%	5,44%	5,86%
Maremma	17,84%	42,72%	19,25%	2,35%	2,35%	15,49%
Totale complessivo	20,13%	41,46%	21,61%	5,72%	3,79%	7,29%

Tab. 29 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 29  
"Ha pranzato/pranzerà in trattorie tipiche?"

Parco	si	no	non risponde
Delta Po	69,73%	25,41%	4,86%
Alcantara	77,67%	19,42%	2,91%
Adamello-Brenta	72,22%	27,78%	0,00%
Vesuvio	63,40%	36,60%	0,00%
Cinque Terre	86,61%	7,95%	5,44%
Maremma	53,52%	29,58%	16,90%
Totale complessivo	69,90%	24,47%	5,63%

Tab. 30 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 30  
"Ha acquistato/acquisterà prodotti tipici e/o dell'artigianato?"

Parco	si	no	non risponde
Delta Po	45,95%	45,95%	8,11%
Alcantara	63,11%	30,10%	6,80%
Adamello-Brenta	56,48%	43,52%	0,00%
Vesuvio	51,91%	47,23%	0,85%
Cinque Terre	69,87%	23,01%	7,11%
Maremma	32,39%	46,95%	20,66%
Totale complessivo	52,54%	39,61%	7,85%

Tab. 30.1 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 30.1 "Che percentuale della sua spesa giornaliera è andata nell'acquisto di questi prodotti?" (rivolta solo a chi ha risposto sì alla domanda 30)

Parco	tra l'1% e il 15%	tra il 15% e il 30%	oltre il 30%	non risponde
Delta Po	65,66%	20,40%	3,90%	10,04%
Alcantara	63,08%	27,69%	4,62%	4,62%
Adamello-Brenta	50,82%	34,43%	9,84%	4,92%
Vesuvio	57,38%	35,25%	7,38%	0,00%
Cinque Terre	22,75%	71,86%	3,59%	1,80%
Maremma	53,62%	30,43%	13,04%	2,90%
Totale complessivo	47,98%	42,00%	6,33%	3,69%

Tab. 31 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 31 "La vendita di tali prodotti presso uno spaccio del parco o con il marchio del parco incentiverebbe o avrebbe incentivato la sua spesa?"

Parco	si	no	non risponde
Delta Po	58,38%	31,89%	9,73%
Alcantara	48,54%	43,69%	7,77%
Adamello-Brenta	49,07%	50,93%	0,00%
Vesuvio	74,47%	25,53%	0,00%
Cinque Terre	85,36%	9,21%	5,44%
Maremma	32,39%	45,07%	22,54%
Totale complessivo	60,85%	31,12%	8,03%

Tab. 32 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 32 "Un marchio del parco che certifichi il rispetto di norme di tutela ambientale e sociale da parte degli esercizi ricettivi/ristorazione influenzerebbe la sua scelta?"

<b>Parco</b>	<b>si</b>	<b>no</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	63,24%	28,65%	8,11%
Alcantara	62,14%	28,16%	9,71%
Adamello-Brenta	62,96%	37,04%	0,00%
Vesuvio	82,13%	17,87%	0,00%
Cinque Terre	70,71%	22,59%	6,69%
Maremma	45,07%	33,80%	21,13%
<b>Totale complessivo</b>	<b>65,28%</b>	<b>26,78%</b>	<b>7,94%</b>

Tab. 32.1 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 32.1 "A parità di categoria, quale sarebbe la differenza di prezzo massima che sarebbe disposto a pagare per un tale servizio?" (*rivolta solo a chi ha risposto sì alla domanda 32*)

<b>Parco</b>	<b>nessuna</b>	<b>max. 10%</b>	<b>max. il 20%</b>	<b>oltre il 20%</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	31,57%	53,15%	7,86%	2,19%	5,24%
Alcantara	37,50%	45,31%	12,50%	0,00%	4,69%
Adamello-Brenta	25,00%	61,76%	10,29%	1,47%	1,47%
Vesuvio	9,33%	63,73%	23,83%	2,59%	0,52%
Cinque Terre	17,75%	39,64%	27,81%	14,20%	0,59%
Maremma	27,08%	57,29%	12,50%	2,08%	1,04%
<b>Totale complessivo</b>	<b>21,22%</b>	<b>53,75%</b>	<b>18,25%</b>	<b>4,95%</b>	<b>1,84%</b>

Tab. 33.a Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 33.a "Come valuta il livello qualitativo della ricettività?"

<b>Parco</b>	<b>insufficiente</b>	<b>sufficiente</b>	<b>buono</b>	<b>ottimo</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	0,00%	7,57%	34,59%	27,03%	30,81%
Alcantara	8,74%	23,30%	41,75%	14,56%	11,65%
Adamello-Brenta	0,00%	2,78%	50,00%	41,67%	5,56%
Vesuvio	7,66%	12,34%	55,32%	19,57%	5,11%
Cinque Terre	1,26%	9,62%	71,55%	16,74%	0,84%
Maremma	0,94%	7,04%	42,25%	13,62%	36,15%
<b>Totale complessivo</b>	<b>2,95%</b>	<b>9,97%</b>	<b>50,97%</b>	<b>20,78%</b>	<b>15,33%</b>

Tab. 33.b Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 33.b "Come valuta il livello qualitativo della ristorazione?"

<b>Parco</b>	<b>insufficiente</b>	<b>sufficiente</b>	<b>buono</b>	<b>ottimo</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	1,08%	4,32%	34,59%	28,11%	31,89%
Alcantara	3,88%	15,53%	39,81%	12,62%	28,16%
Adamello-Brenta	1,85%	2,78%	32,41%	55,56%	7,41%
Vesuvio	4,68%	11,06%	56,17%	19,15%	8,94%
Cinque Terre	0,84%	13,81%	56,90%	26,78%	1,67%
Maremma	1,41%	7,51%	40,38%	17,84%	32,86%
<b>Totale complessivo</b>	<b>2,22%</b>	<b>9,42%</b>	<b>45,61%</b>	<b>25,12%</b>	<b>17,64%</b>



Tab. 33.c Distribuzione % delle risposte alla domanda 33.c "Come valuta il livello qualitativo del materiale informativo?"

<b>Parco</b>	<b>insufficiente</b>	<b>sufficiente</b>	<b>buono</b>	<b>ottimo</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	2,70%	18,92%	38,38%	16,76%	23,24%
Alcantara	24,27%	33,01%	14,56%	0,00%	28,16%
Adamello-Brenta	0,00%	4,63%	37,96%	51,85%	5,56%
Vesuvio	9,36%	24,26%	48,94%	12,77%	4,68%
Cinque Terre	2,51%	22,18%	60,25%	14,64%	0,42%
Maremma	2,82%	17,84%	38,03%	12,21%	29,11%
<b>Totale complessivo</b>	<b>5,91%</b>	<b>20,50%</b>	<b>43,12%</b>	<b>16,44%</b>	<b>14,04%</b>

Tab. 33.d Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 33.d "Come valuta il livello qualitativo della sentieristica?"

<b>Parco</b>	<b>insufficiente</b>	<b>sufficiente</b>	<b>buono</b>	<b>ottimo</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	8,11%	29,19%	29,73%	7,03%	25,95%
Alcantara	23,30%	33,01%	16,50%	0,00%	27,18%
Adamello-Brenta	0,00%	3,70%	46,30%	47,22%	2,78%
Vesuvio	5,53%	14,89%	56,17%	13,62%	9,79%
Cinque Terre	2,09%	25,52%	53,97%	18,41%	0,00%
Maremma	0,47%	8,45%	38,97%	19,72%	32,39%
<b>Totale complessivo</b>	<b>5,36%</b>	<b>19,02%</b>	<b>43,03%</b>	<b>16,81%</b>	<b>15,79%</b>

Tab. 33.e Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 33.e "Come valuta il livello qualitativo della cartellonistica?"

<b>Parco</b>	<b>insufficiente</b>	<b>sufficiente</b>	<b>buono</b>	<b>ottimo</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	14,59%	26,49%	27,57%	6,49%	24,86%
Alcantara	27,18%	35,92%	10,68%	0,97%	25,24%
Adamello-Brenta	0,00%	12,96%	46,30%	36,11%	4,63%
Vesuvio	12,77%	30,21%	41,70%	8,94%	6,38%
Cinque Terre	4,18%	33,47%	50,63%	11,72%	0,00%
Maremma	0,94%	22,54%	30,99%	10,33%	35,21%
<b>Totale complessivo</b>	<b>8,96%</b>	<b>27,61%</b>	<b>36,66%</b>	<b>11,36%</b>	<b>15,42%</b>

Tab. 33.f Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 33.f "Come valuta il livello qualitativo dell'integrità dell'ambiente?"

<b>Parco</b>	<b>insufficiente</b>	<b>sufficiente</b>	<b>buono</b>	<b>ottimo</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	2,70%	20,54%	34,59%	20,00%	22,16%
Alcantara	5,83%	24,27%	23,30%	16,50%	30,10%
Adamello-Brenta	0,00%	4,63%	42,59%	48,15%	4,63%
Vesuvio	19,57%	31,49%	37,45%	6,81%	4,68%
Cinque Terre	1,67%	28,03%	56,07%	14,23%	0,00%
Maremma	0,00%	2,35%	31,92%	32,86%	32,86%
<b>Totale complessivo</b>	<b>5,63%</b>	<b>19,76%</b>	<b>39,15%</b>	<b>20,87%</b>	<b>14,59%</b>

Tab. 33.g Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 33.g "Come valuta il livello qualitativo dell'animazione?"

<b>Parco</b>	<b>insufficiente</b>	<b>sufficiente</b>	<b>buono</b>	<b>ottimo</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	14,05%	10,81%	19,46%	7,03%	48,65%
Alcantara	39,81%	23,30%	6,80%	0,00%	30,10%
Adamello-Brenta	6,48%	34,26%	37,96%	11,11%	10,19%
Vesuvio	14,04%	31,49%	33,19%	7,66%	13,62%
Cinque Terre	8,37%	25,52%	55,23%	6,28%	4,60%
Maremma	12,21%	24,88%	12,68%	0,47%	49,77%
<b>Totale complessivo</b>	<b>14,13%</b>	<b>24,84%</b>	<b>29,64%</b>	<b>5,45%</b>	<b>25,95%</b>

Tab. 33.h Distribuzione % delle risposte alla domanda 33.h "Come valuta il livello qualitativo dell'accessibilità/trasporti?"

<b>Parco</b>	<b>insufficiente</b>	<b>sufficiente</b>	<b>buono</b>	<b>ottimo</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	26,49%	17,84%	22,70%	6,49%	26,49%
Alcantara	27,18%	28,16%	11,65%	0,97%	32,04%
Adamello-Brenta	1,85%	13,89%	48,15%	28,70%	7,41%
Vesuvio	7,66%	31,91%	45,53%	7,66%	7,23%
Cinque Terre	2,93%	25,94%	57,74%	13,39%	0,00%
Maremma	2,82%	18,31%	32,86%	9,39%	36,62%
<b>Totale complessivo</b>	<b>10,16%</b>	<b>23,36%</b>	<b>38,87%</b>	<b>10,53%</b>	<b>17,08%</b>

Tab. 33.i Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 33.i "Come valuta il livello qualitativo del centro visite?"

<b>Parco</b>	<b>insufficiente</b>	<b>sufficiente</b>	<b>buono</b>	<b>ottimo</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	7,03%	14,05%	32,43%	23,78%	22,70%
Alcantara	24,27%	37,86%	4,85%	0,97%	32,04%
Adamello-Brenta	1,85%	15,74%	56,48%	18,52%	7,41%
Vesuvio	14,47%	28,51%	42,98%	3,83%	10,21%
Cinque Terre	2,09%	21,76%	61,51%	14,64%	0,00%
Maremma	0,47%	6,10%	40,85%	21,13%	31,46%
<b>Totale complessivo</b>	<b>7,39%</b>	<b>19,76%</b>	<b>42,57%</b>	<b>14,22%</b>	<b>16,07%</b>

Tab. 33.l Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 33.l "Come valuta il livello qualitativo della congestione?"

<b>Parco</b>	<b>insufficiente</b>	<b>sufficiente</b>	<b>buono</b>	<b>ottimo</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	14,59%	17,30%	25,41%	9,19%	33,51%
Alcantara	14,56%	36,89%	14,56%	0,97%	33,01%
Adamello-Brenta	2,78%	15,74%	48,15%	22,22%	11,11%
Vesuvio	18,30%	30,21%	38,30%	7,66%	5,53%
Cinque Terre	3,77%	25,94%	61,09%	9,21%	0,00%
Maremma	0,47%	11,27%	26,76%	11,74%	49,77%
<b>Totale complessivo</b>	<b>9,05%</b>	<b>22,53%</b>	<b>37,58%</b>	<b>9,88%</b>	<b>20,96%</b>

Tab. 33.m Distribuzione % delle risposte alla domanda 33.m "Come valuta il livello qualitativo della cordialità della gente?"

Parco	insufficiente	sufficiente	buono	ottimo	non risponde
Delta Po	0,00%	3,78%	28,65%	40,00%	27,57%
Alcantara	0,00%	8,74%	17,48%	44,66%	29,13%
Adamello-Brenta	0,93%	4,63%	46,30%	42,59%	5,56%
Vesuvio	1,28%	7,66%	42,98%	45,53%	2,55%
Cinque Terre	2,09%	24,69%	64,02%	7,95%	1,26%
Maremma	0,47%	4,69%	35,68%	29,58%	29,58%
Totale complessivo	0,92%	9,97%	41,64%	32,78%	14,68%

Tab. 34/1 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 34 "Secondo lei quali sono le principali due cose e/o servizi da potenziare e/o migliorare per incentivare il turismo nel territorio del parco?" (la più importante)

Risposte	Delta Po	Alcantara	Adamello-Brenta	Vesuvio	Cinque Terre	Maremma	Totale
qualità della ricettività	2,70%	11,65%	3,70%	4,68%	9,62%	4,69%	6,00%
qualità della ristorazione	2,70%	1,94%	0,93%	2,13%	6,69%	1,41%	2,95%
pubblicità e comunicazione	14,59%	17,48%	12,96%	9,79%	8,37%	11,27%	11,63%
sentieristica	10,27%	19,42%	5,56%	2,98%	13,39%	2,35%	8,22%
cartellonistica	10,81%	3,88%	5,56%	8,51%	7,11%	2,35%	6,65%
manutenzione del territorio	9,19%	12,62%	8,33%	21,28%	11,30%	3,76%	11,45%
traffico	8,65%	3,88%	12,96%	19,57%	3,77%	2,82%	8,77%
affollamento	0,00%	0,00%	7,41%	1,70%	1,67%	2,82%	2,03%
animazione	3,24%	3,88%	5,56%	0,00%	6,28%	7,98%	4,43%
accessibilità/trasporti	15,14%	6,80%	10,19%	11,06%	1,67%	4,23%	7,85%
disponibilità del personale	0,00%	0,00%	2,78%	0,85%	1,67%	0,00%	0,83%
cultura dell'accoglienza	0,54%	1,94%	2,78%	1,28%	7,53%	1,41%	2,77%
centro visite	0,00%	1,94%	0,93%	4,26%	3,77%	1,88%	2,40%
prezzi	1,62%	2,91%	7,41%	1,70%	5,02%	19,72%	6,65%
informazioni sul territorio	3,78%	1,94%	5,56%	6,38%	11,30%	5,63%	6,37%
altro	0,54%	0,97%	0,93%	2,98%	0,00%	0,94%	1,11%
non risponde	16,22%	8,74%	6,48%	0,85%	0,84%	26,76%	9,88%

Tab. 34/2 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 34 "Secondo lei quali sono le principali due cose e/o servizi da potenziare e/o migliorare per incentivare il turismo nel territorio del parco?" (la seconda in ordine di importanza)

Risposte	Delta Po	Alcantara	Adamello-Brenta	Vesuvio	Cinque Terre	Maremma	Totale
qualità della ricettività	3,78%	0,00%	0,00%	2,55%	5,44%	2,35%	2,86%
qualità della ristorazione	1,62%	3,88%	0,00%	2,55%	4,60%	0,00%	2,22%
pubblicità e comunicazione	3,78%	7,77%	2,78%	5,96%	15,90%	3,76%	7,20%
sentieristica	5,41%	1,94%	5,56%	2,13%	12,55%	0,94%	5,08%
cartellonistica	5,95%	9,71%	0,00%	6,81%	3,35%	3,76%	4,89%
manutenzione del territorio	8,11%	10,68%	2,78%	14,47%	8,79%	4,69%	8,68%
traffico	6,49%	2,91%	9,26%	8,94%	1,26%	2,82%	5,08%
affollamento	5,41%	0,00%	10,19%	6,81%	0,84%	4,23%	4,43%
animazione	2,16%	7,77%	6,48%	3,40%	5,02%	6,57%	4,89%
accessibilità/trasporti	15,68%	7,77%	4,63%	11,06%	5,44%	4,23%	8,31%

Tab. 34/2 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 34 "Secondo lei quali sono le principali due cose e/o servizi da potenziare e/o migliorare per incentivare il turismo nel territorio del parco?" (continua)

Risposte	Delta Po	Alcantara	Adamello-Brenta	Vesuvio	Cinque Terre	Maremma	Totale
disponibilità del personale	0,54%	2,91%	1,85%	1,28%	3,77%	1,88%	2,03%
cultura dell'accoglienza	1,62%	2,91%	6,48%	2,98%	8,37%	4,23%	4,52%
centro visite	6,49%	2,91%	6,48%	6,81%	9,62%	1,88%	6,00%
prezzi	2,70%	3,88%	11,11%	2,98%	7,95%	9,39%	6,19%
informazioni sul territorio	5,41%	15,53%	15,74%	12,34%	2,51%	11,74%	9,51%
altro	0,00%	0,00%	0,00%	0,85%	0,00%	0,47%	0,28%
non risponde	24,86%	19,42%	16,67%	8,09%	4,60%	37,09%	17,82%

Tab. 35 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 35 "Pensa di tornare ancora a visitare questo territorio?"

Parco	si	no	non risponde
Parco Delta del Po-Valli di Comacchio	87,03%	6,49%	6,49%
Alcantara	85,44%	6,80%	7,77%
Adamello-Brenta	100,00%	0,00%	0,00%
Vesuvio	82,55%	17,45%	0,00%
Cinque Terre	93,31%	6,28%	0,42%
Maremma	70,42%	3,29%	26,29%
Totale complessivo	85,32%	7,57%	7,11%

Tab. 36 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 36 "Consiglierebbe ad un suo amico di visitarlo?"

Parco	si	no	non risponde
Delta Po	94,05%	1,08%	4,86%
Alcantara	91,26%	1,94%	6,80%
Adamello-Brenta	100,00%	0,00%	0,00%
Vesuvio	98,72%	1,28%	0,00%
Cinque Terre	90,38%	8,79%	0,84%
Maremma	73,71%	0,47%	25,82%
Totale complessivo	90,58%	2,68%	6,74%

Tab. 37 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 37 "Rispetto alle sue aspettative, la sua esperienza di visita ritiene sia stata:"

Parco	molto soddisfacente	soddisfacente	insoddisfacente	non risponde
Delta Po	43,78%	47,57%	1,62%	7,03%
Alcantara	19,42%	66,99%	6,80%	6,80%
Adamello-Brenta	50,93%	49,07%	0,00%	0,00%
Vesuvio	24,68%	71,91%	2,55%	0,85%
Cinque Terre	14,64%	67,36%	15,90%	2,09%
Maremma	29,58%	42,72%	0,00%	27,70%
Totale complessivo	28,81%	58,26%	4,99%	7,94%

Tab. 38 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 38 "Sarebbe interessato ad adottare a distanza il parco o una delle sue risorse? (il suo contributo sarebbe utilizzato totalmente per attività di tutela)"

<b>Parco</b>	<b>si</b>	<b>no</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	45,41%	44,86%	9,73%
Alcantara	30,10%	62,14%	7,77%
Adamello-Brenta	50,93%	48,15%	0,93%
Vesuvio	53,62%	46,38%	0,00%
Cinque Terre	64,85%	34,73%	0,42%
Maremma	31,46%	43,19%	25,35%
<b>Totale complessivo</b>	<b>47,83%</b>	<b>44,60%</b>	<b>7,57%</b>

Tab. 39 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 39 "Sarebbe favorevole ad una legge che desse la possibilità di portare in detrazione dai redditi le donazioni fatte a parchi o di destinare una % delle imposte ai parchi?"

<b>Parco</b>	<b>si</b>	<b>no</b>	<b>non risponde</b>
Delta Po	82,70%	6,49%	10,81%
Alcantara	40,78%	50,49%	8,74%
Adamello-Brenta	87,04%	12,04%	0,93%
Vesuvio	87,66%	11,49%	0,85%
Cinque Terre	64,85%	33,89%	1,26%
Maremma	63,38%	10,80%	25,82%
<b>Totale complessivo</b>	<b>72,48%</b>	<b>19,21%</b>	<b>8,31%</b>

Tab. 40 Distribuzione percentuale delle risposte alla domanda 42 "Qual è la sua principale fonte di informazione?"

<b>Risposte</b>	<b>Delta Po</b>	<b>Alcantara</b>	<b>Adamello-Brenta</b>	<b>Vesuvio</b>	<b>Cinque Terre</b>	<b>Maremma</b>	<b>Totale complessivo</b>
quotidiani	29,73%	19,42%	41,67%	32,34%	13,81%	36,15%	28,25%
settimanali	4,32%	2,91%	8,33%	5,11%	10,04%	2,82%	5,72%
TV	25,41%	14,56%	25,93%	20,00%	29,29%	10,80%	21,24%
radio	1,62%	0,97%	0,00%	2,98%	6,28%	3,76%	3,14%
internet	18,38%	24,27%	14,81%	22,13%	18,41%	20,66%	19,85%
nessuna in particolare	8,65%	2,91%	8,33%	14,89%	16,74%	0,94%	9,70%
non risponde	11,89%	34,95%	0,93%	2,55%	5,44%	24,88%	12,10%

