

5

*Maurizio Maggi - IRES*

# Il turismo e la fruizione

- *Flussi turistici e fruizione*
- *Il pubblico del Parco*

# 5.1

TURISMO  
& FRUIZIONE

## Flussi turistici e fruizione



Valsavarenche.  
Nex-Tignet.  
(foto L. Ramires)

### Tutela e sviluppo

Perché i parchi dovrebbero occuparsi di sviluppo economico? Perché l'attenzione degli studiosi e degli amministratori delle aree protette è sempre più orientata a trovare forme di integrazione fra le funzioni di protezione ambientale dei parchi e le attività economiche delle aree nelle quali sono inseriti?

I motivi, che spingono in questa direzione, sono diversi e acquistano una peculiare urgenza quando si tratta di comunità di limitate dimensioni demografiche e a basso livello di urbanizzazione. In questi casi, infatti, i vincoli legati alla protezione del territorio possono assumere un rilievo particolare. I processi economici con i quali ci si confronta sono, infatti, generalmente caratterizzati da una dimensione limitata e producono redditi modesti. Inoltre, la popolazione coinvolta è poca e, a causa dell'età e dei livelli di istruzione, scarsamente dotata di quella elasticità che sarebbe necessaria per mettere in moto processi spontanei di aggiustamento nelle attività produttive, che consentano di evitare i danni derivanti dai vincoli di protezione del territorio o per sfruttare le opportunità che questi offrono.

Le aree protette rischiano, quindi, se non accompagnate da politiche di aiuto allo sviluppo locale, di penalizzare le comunità dei residenti in misura magari lieve, ma rilevante proprio per le caratteristiche di debolezza del sistema locale. Questa penalizzazione rischia poi, se viene ancorata solamente a finalità di protezione ambientale, di essere percepita come ingiusta perché colpisce economie caratterizzate da un moderato impatto ambientale e, quindi, soggettivamente meno responsabili del degrado ambientale rispetto ad altre parti della comunità regionale.

Peraltro la complementarietà fra Parco e comunità locale non risponde solo a criteri di equità, ma anche di efficienza e, questo, per almeno tre motivi.

I conflitti con le istituzioni locali sono un freno alle politiche di valorizzazione delle aree protette e limitano l'efficacia dell'azione dei parchi, specie in un contesto nel quale molte importanti decisioni sono tuttora di competenza dei comuni.

Il bisogno di nuove disponibilità economiche per i parchi è destinato a crescere e non potrà trovare soddisfazione solo attraverso i trasferimenti regionali a causa della limitatezza delle risorse.

Il carattere di bene pubblico locale dello sviluppo economico, in comunità relativamente poco integrate nell'economia regionale (come quelle nelle quali hanno sede molti parchi montani), rende efficiente la ricerca di fonti di finanziamento locale.



Gli orientamenti più recenti degli studi sulla funzione delle aree protette suggeriscono che l'estraneità non si supera limitando la funzione di vincolo rispetto all'economia locale da parte del Parco, ma rendendo esplicita l'offerta di opportunità economiche che questo comporta.

Inoltre, l'economia locale si orienta più efficacemente (ad esempio in senso compatibile) promuovendo certe attività anziché limitandone altre e questo richiede integrazione economica e una politica attiva nello sviluppo locale.

Le aree protette svolgono già, in molti casi, una funzione di sostegno non trascurabile allo sviluppo socio-economico locale.

Nel 1993, i parchi nazionali degli Stati Uniti hanno registrato oltre 273 milioni di presenze. Questo rilevante flusso di visite ha comportato una spesa diretta e indiretta, nelle aree a Parco e nelle comunità circostanti, di circa 1 miliardo di dollari. Il beneficio in termini occupazionali, secondo le stime del National Park Service, è valutabile in circa 200.000 posti di lavoro.

Per ogni dollaro speso nella gestione delle aree protette, in Usa e Canada, si attiva una spesa turistica di 9-10 dollari [British Columbia, 1993].

Apparentemente la situazione di alcuni parchi nazionali italiani o dei sistemi di aree protette più sviluppate, come quella del Piemonte, non raggiungono risultati altrettanto brillanti, con una media di 3.000 lire di spesa turistica per ogni 1.000 lire di trasferimento per la gestione dei parchi.

In Piemonte, tuttavia, la situazione risente della vicinanza dei centri abitati. Mentre nei parchi suburbani, come La Mandria, si arriva a stento a un rapporto di 1 : 1 fra spesa turistica e spesa per la gestione del Parco, in parchi montani, come il Pesio, la spesa turistica è circa 4-5 volte superiore a quella per la gestione del Parco e nei sacri monti; dove la distanza media di provenienza dei visitatori è più elevata, si arriva a un rapporto di 8 : 1 [Ires, 1989, Bobbio-Maggi, 1993]. Nel Parco nazionale del Gran Paradiso, il rapporto fra spesa turistica (45 mld secondo un calcolo presuntivo basato sulle presenze turistiche) e costi di gestione del Parco (6,4 mld nel 1994) è di circa 7 : 1.

In Piemonte la situazione si presenta quindi molto disomogenea territorialmente, con aree protette discretamente integrate con il sistema socio-economico locale ad altre, che sembrano sotto-utilizzare il potenziale disponibile di stimolo allo sviluppo.

Valsavarenche.  
Rifugio Vittorio  
Emanuele II.  
(foto L. Ramires)

Il Parco del Gran Paradiso, nei suoi due versanti piemontese e valdostano, costituisce un caso esemplare di questo fenomeno, testimoniato prima di tutto dal volume complessivo delle presenze turistiche oltretutto dalle rilevanti differenze di reddito procapite, come si avrà modo di vedere nel seguito del presente studio.

Il turismo rappresenta certamente la fonte più promettente per lo sviluppo di molte aree montane nelle quali si trovano aree protette.

Il rapporto fra il Parco e l'attività turistica richiede, tuttavia, qualche precisazione.

Spesso i parchi sono visti come un'attrazione in più da inserire in un meccanismo di fruizione turistica tradizionale. Il ruolo dei parchi in un contesto del genere non solo pone un problema di conflitto con le finalità di protezione per le quali sono state create le aree protette, ma rischia di avere anche un peso trascurabile in termini di attrazione turistica vera e propria.

Probabilmente è opportuno distinguere fra tre diversi tipi di turismo o, meglio, di uso del territorio protetto. La distanza di provenienza è la variabile chiave.

Un primo tipo di turismo è quello di tipo tradizionale, legato alla presenza di una forte componente di visitatori provenienti da aree lontane (almeno oltre i 150 km) e anche dall'estero. Talvolta la visita è una tappa intermedia nell'ambito di un'esperienza turistica che prevede anche altre destinazioni. In Piemonte, solo il Parco del Gran Paradiso e pochi parchi regionali (i sacri monti soprattutto) ricevono visitatori che presentano queste caratteristiche.

Esiste poi un uso ricreativo del territorio che coinvolge, invece, utenti diurni, provenienti dai centri abitati di media distanza (un'ora di viaggio). È questa la situazione tipica dei parchi piemontesi, sia regionali sia nazionali.

Infine, esiste un turismo locale, composto da residenti della zona stessa del Parco. In quest'ultimo caso si tratta di attività che prescindono dall'esistenza dell'area protetta e che spesso erano esercitate anche prima della sua istituzione. Rientrano in questa categoria le visite effettuate nei parchi suburbani ma anche in alcuni parchi montani, come ad esempio l'Orsiera-Rocciavré.

L'impatto ambientale ed economico di questi diversi tipi di fruizione delle aree protette è molto diverso.

Il turismo tradizionale comporta elevati costi economici e ambientali. I flussi turistici, e più ancora le infrastrutture necessarie per attivarli, rischiano, in questo caso, di assumere un peso ambientale rilevante. Questo tipo di utenti passa, infatti, almeno una notte nella zona della visita e necessita, quindi, di strutture fisse, alberghiere o extra-alberghiere, e di

consistenti attività di servizi, quali acquedotti, fognature, rimozione rifiuti. Talvolta questo tipo di fruizione si accompagna alla diffusione delle seconde case per vacanze, un fenomeno generalmente negativo per i costi ambientali che comporta, dato il minore utilizzo di queste rispetto alle altre strutture ricettive, e poco produttivo dal punto di vista dell'aiuto allo sviluppo (per esempio il peso delle seconde case, come si vedrà oltre, è relativamente più elevato sul versante piemontese, dove i redditi e perfino il gettito Ici sono inferiori rispetto al lato valdostano del Parco).

Oltre a essere un turismo fortemente consumatore di spazio (per immobili e parcheggi), la frequenza di questo tipo di visite è condizionata da permanenze mediamente più lunghe e, quindi, fatalmente è maggiormente concentrata (festività, ponti, periodi di ferie), il che accentua il peso dei costi, in quanto accorcia la stagione di utilizzo degli impianti.

Il rientro economico di questo tipo di turismo può essere consistente ma non è immediato (occorre superare la fase di lancio della zona turistica) e soprattutto è negativamente condizionato dalla concentrazione della domanda cui si è accennato.

La domanda ricreativa, espressa dai centri abitati posti a media distanza dai parchi, può essere soddisfatta, invece, facendo ricorso a investimenti molto inferiori e a strutture meno costose e con minore impatto ambientale. I servizi richiesti comprendono in questo caso, oltre a una serie di infrastrutture di fruizione del Parco (sentieri, aree attrezzate per picnic, parcheggi), soprattutto servizi di ristorazione. I ristoranti sono ottenibili in tempi brevi e più facilmente rispetto agli alberghi, ad esempio mediante ristrutturazione di immobili esistenti, compatibili con l'architettura locale anziché con la costruzione di edifici nuovi. Il turismo cui dà origine si presta maggiormente alla conservazione e valorizzazione delle risorse ambientali locali, in un quadro di sviluppo sostenibile. Dal lato dei benefici economici si riscontra un flusso finanziario di poco inferiore ma più immediato e garantito da un calendario più continuo.

Le visite nei parchi delle popolazioni locali o, comunque, provenienti da breve distanza hanno un peso trascurabile sia in termini di costi ambientali o di oneri necessari per garantire la fruizione sia di rientri economici. Nei parchi di tipo suburbano, tuttavia, i costi di gestione possono essere elevati anche in presenza di modesti rientri economici.

Un ruolo incisivo dei parchi nel sostegno all'economia locale è necessario sia per avvicinare le *performance* di paesi come gli Stati Uniti o il Canada sia per le ragioni economico-politiche richiamate in precedenza, e questo sostegno passa in buona parte attraverso la promozione turistica dei parchi. Le vie per rag-

giungere l'obiettivo sono diverse. Probabilmente sono tutte percorribili ma occorre valutare attentamente le potenzialità offerte da ognuna di esse. Imboccare la strada dello sviluppo sostenibile e non quella della concorrenza al turismo stanziale o tradizionale presenta, oltre ai vantaggi già richiamati in termini di minore impatto ambientale delle infrastrutture, anche quelli di una maggiore valorizzazione delle risorse ambientali locali e una minore concorrenza rispetto al turismo di tipo tradizionale già esistente.

Da questo punto di vista, il minore sfruttamento del turismo, attuato finora sul versante piemontese del Parco del Gran Paradiso rispetto a quello valdostano, appare un *handicap* superabile.

### L'indagine Ires

L'analisi della situazione socio-economica del Parco è stata sviluppata su due diversi livelli di approfondimento.

I comuni facenti parte del Parco sono stati analizzati sotto diversi profili sulla base di informazioni provenienti dalla banca dati Ancitel. Quella comunale è una base di aggregazione probabilmente ancora troppo elevata per lo studio di un'area di estensione così limitata come quella di un Parco; tuttavia, ha il pregio di essere di facile utilizzazione e, quindi, di consentire l'analisi di un gran numero di variabili. Un ulteriore vantaggio consiste nella possibilità di effettuare confronti sia con aree limitrofe o, comunque prese come riferimento, sia nel tempo.

Quest'ultima caratteristica è utile non solo in vista di confronti con analisi effettuate in precedenza, ma ancor più per garantire un aggiornamento, rapido e a basso costo, del quadro informativo già acquisito.

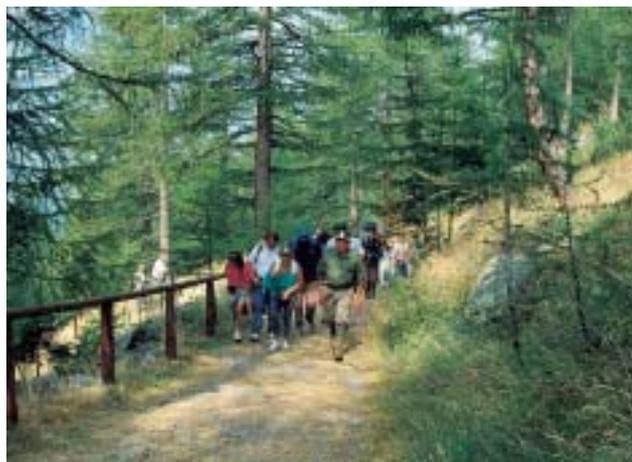
Deve essere comunque tenuta presente, in fase di lettura e di interpretazione dei dati, la scala di analisi utilizzata, che permette di avere una visione di massa dei fenomeni studiati.

Un'analisi maggiormente approfondita è stata applicata a due capitoli ritenuti di particolare interesse per il Parco, quelli dei visitatori e dell'agricoltura.

Nel primo caso l'analisi, oltre a utilizzare una base informativa più ampia e di provenienza diversa, si è anche avvalsa di un'indagine sul campo, di osservazioni dirette dei ricercatori e di informazioni e opinioni desunte da colloqui con "testimoni privilegiati" locali.

Nel caso dello studio sui visitatori, si è provveduto a organizzare una rilevazione diretta mediante interviste a oltre 1.700 visitatori in un arco temporale di un intero anno. La rilevazione è stata effettuata su entrambi i versanti del Parco e in quota, nei pressi del colle del Nivolet, garantendo in tal modo una elevata copertura dell'intera *audience* dell'area protetta.

L'incrocio dei due metodi di analisi ha consentito un generale arricchimento informativo in quanto le indagini sul campo hanno messo a disposizione una lettura di dettaglio altrimenti impossibile e la macroindagine sui comuni ha permesso un generale migliore inquadramento, talvolta allargando lo sguardo alle realtà immediatamente esterne al Parco.



### BIBLIOGRAFIA

- E. ALLASINO, M. MAGGI, *Qualità ambientale e verde pubblico*, Q.R. Ires n. 59, Ires, 1989.
- ANCITEL, Banca dati territoriale "Le misure dei comuni", 1997.
- F. AUSENDA, *Valorizzazione economica di aree protette con attività compatibili: l'applicabilità al territorio alpino*, atti del convegno Aree protette e parchi: la partecipazione dei cittadini, Sondrio, 1992.
- L. BOBBIO, M. MAGGI, *Economia e politica dei beni culturali*, La Rosa editore, 1993.
- B.C.N.P., *Economic benefits of British Columbia natural parks*, Internet (<http://www.env.gov.bc.ca/prk/econ/>), 1996.
- R. GAMBINO, P. JACCOD, *Primo schema del Piano del PNGP*, 1983.
- B. JANIN, *Le valli del Gran Paradiso*, Università di Grenoble, 1989.
- W. GIULIANO, *La corretta promozione come forma di incentivo alla qualità della presenza turistica nelle aree protette*, Parchi n. 1, 1996.
- ISTAT, *Statistiche anni vari*.
- M. MAGGI, *Indagine sulle preferenze dei visitatori dei parchi in Europa*, Ires, 1991.
- M. MAGGI, *I parchi regionali da vincolo ambientale a risorsa economica*, Q.R. Ires n. 78, 1992.
- A. MERLO, *Un modello imprenditoriale di parco nazionale*, Sda Bocconi, 1990.
- NATIONAL PARK SERVICE, *The economic benefits of visitation to our national parks*, Internet ([http://www.gov/pub\\_aff/issues/econ-bene.html](http://www.gov/pub_aff/issues/econ-bene.html)), 1996.
- NOMISMA, *Parco naturale ed economia locale*, Ricerche Nomisma, 1990.
- TURISTICA, *VII Rapporto sul turismo*, 1997.
- UNIONCAMERE PIEMONTE, *I redditi dei comuni del Piemonte*, Unioncamere, 1996.
- P. VASCHETTO, *La presenza turistica nelle aree protette*, Parchi n. 1, 1996.

Valle Orco.  
Sentiero natura di  
Ceresole Reale.  
(foto arch. PNGP)

# 5.2

TURISMO  
& FRUIZIONE

## Il pubblico del Parco



Valsavarenche.  
Sentiero natura.  
(foto S. Camanni)

### L'indagine sul pubblico

La considerazione del turismo come mezzo di valorizzazione del patrimonio ambientale e anche culturale è un fenomeno relativamente recente. Per molto tempo l'economia dell'ambiente si è limitata a una valutazione dei flussi finanziari e degli impatti occupazionali legati agli interventi in campo ambientale. La stessa economia del turismo si è quasi sempre concentrata sulla misurazione quantitativa e qualitativa dei fenomeni, sviluppando, solo in debole misura, un'analisi delle relazioni fra patrimonio culturale-ambientale e opportunità di sviluppo economico.

Questo orientamento sopravvive ancora, nell'economia della cultura, dell'ambiente e del turismo, ma l'attenzione degli studiosi si concentra ora maggiormente sulla valorizzazione del patrimonio. Nelle prime due discipline, il *focus* è rivolto alle attività di *merchandising* realizzate intorno ai siti culturali e ambientali, alle spese legate all'alloggiamento, alla ristorazione e ai trasporti, alla commercializzazione dei prodotti locali, alla gestione, nei casi più avanzati, dei diritti di immagine. Parallelamente, l'economia del turismo concentra una maggiore attenzione rispetto al passato attorno al tema dello sviluppo locale legato alla valorizzazione del patrimonio culturale-ambientale.

Oggi, l'economia della cultura, dell'ambiente e del turismo ha, quindi, un orizzonte che eccede largamente l'interesse per la composizione del pubblico o per la frequentazione dei siti. Anche se quest'ultima continua a rappresentare un indicatore di dinamismo difficilmente sostituibile, è diffusa la consapevolezza che la sovrapposizione in determinate aree di risorse ambientali, culturali e di altra natura (folcloristiche, architettoniche, eno-gastronomiche) possa offrire rilevanti opportunità di sviluppo turistico e che esse richiedono un'attività di analisi e di progettazione specifica, che va oltre il tradizionale interesse scientifico delle singole specializzazioni disciplinari dell'economia ambientale, della cultura e del turismo.

Il turismo ambientale si è imposto come un'attività economica rilevante. In Europa, il 70% dei visitatori di monumenti, musei, siti culturali e ambientali, parchi naturali e villaggi caratteristici, sono turisti, nazionali o stranieri. L'apporto che questo tipo di frequentazione può dare allo sviluppo locale è enorme, anche se in Italia ancora non pienamente utilizzato (mediamente in Usa, in Canada, ma anche in Francia ogni 1.000 lire spese in un Parco il visitatore ne spende 9-10.000 nei servizi turistici circostanti, quindi con un rapporto di 1 : 9 o 1 : 10, mentre in Italia questo rapporto è di circa 1 : 3). Dove l'intervento di valorizzazione dei beni ambientali e culturali è stato

più efficace, si sono potute constatare consistenti ricadute positive non solo sul piano dell'economia turistica, ma del patrimonio stesso. I programmi di valorizzazione non hanno solamente preservato i beni, ma spesso ne hanno accentuato le funzioni educative e hanno rafforzato l'identità delle comunità locali.

Da un approccio che vedeva il patrimonio come strumento di una politica di pianificazione del territorio, sostanzialmente basato su vincoli di tutela e tipico degli anni '70, si sta ora passando, anche in Italia, a una visione più interessata alle opportunità di sviluppo locale. Di fronte all'abbandono del mondo rurale, specialmente montano, e alla necessaria riconversione dell'apparato industriale, la valorizzazione turistica del patrimonio culturale e ambientale si presenta come un'opportunità non più trascurabile. Gli interventi in questo campo hanno potuto beneficiare negli ultimi anni (purtroppo in Italia meno che altrove) di rilevanti aiuti finanziari comunitari.

Contemporaneamente le amministrazioni pubbliche stanno cercando (seguendo l'esempio di Francia e Gran Bretagna) di liberarsi del peso finanziario e organizzativo derivante dalla gestione di determinati beni, delegando alcune funzioni di valorizzazione a società miste o ad agenzie pubbliche specializzate.

Questa attività di valorizzazione presenta due rischi di deterioramento del patrimonio.

Il primo è connesso al sovraffollamento e ai danni che può produrre su ambienti, naturali, fragili o comunque con *carrying capacity* limitate. Normalmente questo pericolo è stato affrontato con politiche di *zoning*, di contingentamento delle visite, di miglioramento dei sistemi di prenotazione, di promozione dei periodi di "morta". Un approccio maggiormente in sintonia con il concetto di ambiente, come opportunità e non come vincolo, porterebbe piuttosto a dedicare maggiore attenzione allo sviluppo di risorse alternative, che possano diminuire il carico turistico di punta (è questa probabilmente una delle direttive verso le quali si muoverà la neo-costituita Agenzia di Promozione Turistica del Piemonte).

Un secondo rischio è, invece, legato all'assunzione, da parte delle comunità locali o di singoli gruppi, di un'ottica di breve periodo tendente a massimizzare i benefici derivanti dalla rendita turistica, a scapito della conservazione dei beni, ambientali e culturali detenuti. Il valore in termini culturali e ambientali ma in definitiva anche turistici, del patrimonio dipende, infatti, anche da un contesto locale molto ampio, fatto di scelte di arredo urbano, localizzazioni abitative e produttive, costruzioni residenziali e infrastrutture di trasporto. Una politica di semplice vincolo potrebbe non funzionare, se delegata all'ente locale, e

risultare troppo rigida e limitativa, affidata al controllo regionale. È necessario, anche in questo caso, passare dai vincoli alle opportunità.

In ogni caso una conoscenza dei fenomeni in atto, soprattutto sotto il profilo delle differenziazioni territoriali, che nel caso del Parco appaiono molto rilevanti, costituisce un primo e necessario passo per attuare politiche più articolate e l'indagine sul pubblico del Parco si inquadra proprio in questo contesto teorico.

Le indagini sui visitatori dei parchi naturali possono seguire due principali metodologie: *omnibus-pool method* ed *entrance study*.

Nel primo caso un campione casuale di cittadini rappresentativi di una popolazione (esempio dei residenti in Piemonte e Valle d'Aosta) è interrogato circa i propri consumi di tempo libero e di *loisir* ambientale in particolare. Il vantaggio del metodo è quello di includere anche il non-pubblico e il pubblico occasionale. Lo svantaggio è quello di raccogliere solo informazioni superficiali, oppure, se la percentuale di visitatori dei parchi sul totale della popolazione è ridotta, di richiedere un campione enorme per avere una quantità di informazioni statisticamente significativa.

Gli *entrance studies* si concentrano invece sulla *audience* attuale dei parchi e presentano il vantaggio di avere costi relativamente ridotti e di raccogliere una quantità rilevante di informazioni. Lo svantaggio principale consiste nel limitare l'osservazione ai soli visitatori attuali.

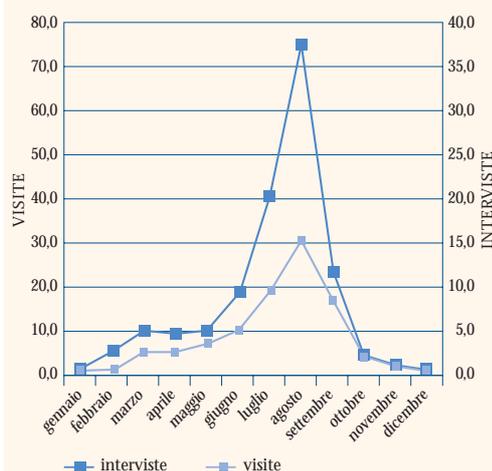
Quest'ultimo costituisce un limite rilevante soprattutto quando la politica, che si avvale dell'indagine, è mirata all'aumento della fruizione da parte della popolazione o di suoi particolari segmenti. È questo, a esempio, il caso delle indagini sul pubblico delle manifestazioni e dei siti culturali, dove le motivazioni di coloro, che abitualmente non frequentano teatri e musei, sono interessanti proprio alla luce di un pubblico molto limitato numericamente.

Nel caso delle aree protette invece, la domanda appare, ancor più dopo un decennio di sostanziale crescita del pubblico, quantitativamente consistente e proprio questo aspetto spinge a concentrare l'attenzione sui visitatori attuali dei parchi piuttosto che su quelli potenziali. Ciò che appare rilevante non sono, però, le caratteristiche socio-economiche della *audience*, già relativamente ben conosciute tramite molteplici indagini spesso avviate autonomamente dagli enti gestori dei parchi, quanto piuttosto le aspettative dei visitatori in rapporto alla loro composizione socio-professionale e i loro *desiderata*. Non è detto, infatti, che un pubblico sostanzialmente omogeneo nel tempo, dal punto di vista socio-professionale, non possa manifestare esigenze e modalità di utilizzo del verde di tipo nuovo.

L'indagine sul pubblico del Parco è stata effettuata mediante interviste strutturate che hanno coinvolto 1.770 visitatori in un arco temporale di quasi un anno, dalla fine dell'inverno 1997 all'inizio di quello successivo. Le interviste sono state condotte da intervistatori professionisti con l'ausilio di un questionario, che comprendeva circa 60 domande e si sono svolte in diverse località del Parco, sul versante valdostano, su quello piemontese e anche in cresta, nella zona intermedia del colle del Nivolet.

La frequenza delle interviste è stata distribuita lungo l'arco temporale interessato sulla base dell'andamento presumibile delle visite, desunto dalla stagionalità riscontrata in altre aree protette piemontesi.

GRAFICO 1 - DISTRIBUZIONE (%) DELLE INTERVISTE E DELLE VISITE AL PARCO



Si deve segnalare che il gruppo di visitatori intervistato non costituisce un vero e proprio campione, ossia un sottogruppo statisticamente significativo, in quanto la scelta delle persone, cui sottoporre l'intervista, non si può a rigore definire casuale come lo sarebbe l'estrazione da un'urna. La possibile distorsione statistica deriva da tre fattori diversi. Innanzitutto, il pubblico ha una distribuzione territoriale che non è perfettamente conosciuta dagli intervistatori o da chi progetta l'indagine. È possibile, dunque, che siano state effettuate troppe interviste in una certa area rispetto al numero effettivo di visitatori. A questo inconveniente si è cercato di porre rimedio in modo preventivo, dislocando le presenze degli intervistatori in modo proporzionale alla distribuzione dei visitatori e ipotizzando quest'ultima sulla base di

dichiarazioni di esperti locali e di personale del Parco. Inoltre, relativamente alla principale distinzione territoriale considerata (quella fra le due regioni Piemonte e Valle d'Aosta), le risposte ottenute sono state ponderate sulla base del numero complessivo di presenze turistiche nei due versanti del Parco.

Una seconda distorsione deriva dalla non perfetta coincidenza fra distribuzione temporale delle interviste e delle visite. Come già ricordato, si è cercato di limitare questo *bias* con un calendario di indagine sul campo, disegnato sul profilo di visite atteso sulla base di esperienze analoghe.

Una terza e ultima distorsione statistica può derivare dal fenomeno dei rifiuti. Le persone che rifiutano l'intervista potrebbero essere distribuite in modo non casuale, in altre parole potrebbero essere tutte anziane (o tutte giovani) o altro ancora. Questo comporterebbe un'automatica distorsione del gruppo di intervistati, dove ci sarebbe una percentuale relativamente troppo elevata di persone giovani (o anziane). Quest'ultimo problema è meno rilevante nel caso in esame grazie al numero modesto di rifiuti (inferiore all'1%). Lo stesso numero di *missing* (mancate risposte su singole domande) è molto limitato (attorno al 4% per la maggior parte delle domande) e questo è un sintomo, se accoppiato al limitato numero di rifiuti, di partecipazione all'indagine da parte dei visitatori.

## Le opinioni sul Parco

Una prima batteria di domande è stata rivolta a rilevare l'opinione dei visitatori circa alcune questioni oggetto di dibattito nelle politiche di tutela e valorizzazione dei parchi. Agli intervistati è stato chiesto di dichiarare il loro accordo o disaccordo con una serie di affermazioni. Anche se questo approccio non costituisce uno strumento sufficiente per una valutazione degli atteggiamenti di base nei confronti dei problemi ambientali e dei parchi, tuttavia ha il merito di rendere relativamente più accessibile l'intervista, stimolando la curiosità dei soggetti interrogati. Inoltre, è possibile in questo modo comprendere meglio gli orientamenti dei visitatori e le logiche sottese alla valutazione e alla domanda di servizi nei parchi.

TABELLA 1- IL PARCO LIMITA LA LIBERTÀ DI CHI VIVE IN QUESTO TERRITORIO

|              |      |
|--------------|------|
| • favorevole | 40,4 |
| • contrario  | 59,6 |

Un primo dato di rilievo è la percentuale relativamente elevata di coloro che si dichiarano favorevoli o molto favorevoli a questa affermazione, ossia circa 2 visitatori su 5.

Sul versante piemontese (in particolare a Noasca) e nell'area del Nivolet, si rileva una decisa contrarietà all'affermazione (3 intervistati su 5), mentre nei comuni valdostani (a Cogne in particolare) avviene il contrario e addirittura esiste una complessiva e lievissima maggioranza di favorevoli o molto favorevoli.

Se teniamo conto che il numero di residenti coinvolti nell'iniziativa è irrilevante (circa 1,7%, ossia solo quelli che erano contemporaneamente abitanti ma anche escursionisti del Parco), sembrerebbe emergere un quadro di maggiore consenso per il Parco sul versante piemontese. In realtà, come si vedrà confrontando questi dati con il giudizio sul gradimento dei servizi e con altre variabili, la differenza è spiegabile più probabilmente con una presenza più forte e riconoscibile del Parco sul versante valdostano, e il maggior numero di persone, che ritiene di riscontrare un vincolo nella presenza dell'area protetta, costituisce il costo legato a una più marcata presenza sul territorio.

Si deve rilevare comunque che l'affermazione raccoglie consensi relativamente maggiori nelle classi di età superiori ai 40 anni.

La necessità di una regolamentazione più severa (tabella 2) raccoglie un numero di contrari molto ridotto (meno di 1 persona su 5) e questo risultato non presenta sostanziali differenziazioni geografiche fra Piemonte e Valle d'Aosta e neppure all'interno delle singole aree. Neppure al colle del Nivolet, dove la presenza di molti escursionisti potrebbe a priori far ritenere che esista una più marcata volontà di tutela, si raccolgono percentuali significativamente diverse.

Il risultato è sostanzialmente in linea con ricerche effettuate in precedenza nei parchi regionali piemontesi [Allasino-Maggi, 1991] nelle quali si rilevava un rapporto di 3 : 1 fra favorevoli e contrari.

Analizzando le risposte in base all'età degli intervistati, non emergono particolari variazioni, mentre dal punto di vista del calendario delle interviste si registra un maggior numero di contrari alla protezione a oltranza dell'ambiente nel mese di agosto.

L'ipotesi di una maggiore dotazione di infrastrutture turistiche (tabella 3) raccoglie una maggioranza relativamente inferiore rispetto ad altre affermazioni proposte. 2 intervistati su 3 si dichiarano contrari, mentre un'analoga indagine (Allasino-Maggi, 1991) aveva rivelato una contrarietà diffusa (solo 1 su 3 era favorevole).

La situazione si presenta nettamente distinta fra i due versanti del Parco. In quello piemontese e nell'area del colle del Nivolet, una larga maggioranza è favorevole (1 su 4 è molto favorevole) mentre sul lato valdostano la

TABELLA 2

In certe aree dovrebbe essere praticata una severa regolamentazione, eventualmente anche con la riduzione degli accessi a beneficio della conservazione dell'ambiente:

|              |      |
|--------------|------|
| • favorevole | 84,4 |
| • contrario  | 15,6 |

TABELLA 3

Il parco dovrebbe avere più strutture per il turismo (aree attrezzate, rifugi, vendita di prodotti di artigianato locale):

|              |      |
|--------------|------|
| • favorevole | 58,9 |
| • contrario  | 41,1 |

TABELLA 4 - RICHIESTA DI SERVIZI DI INFORMAZIONE

Il parco dovrebbe offrire più servizi di informazione naturalistica:

|              |      |
|--------------|------|
| • favorevole | 89,3 |
| • contrario  | 10,7 |

Il parco dovrebbe offrire più attività di divulgazione su flora, fauna e paesaggio:

|              |      |
|--------------|------|
| • favorevole | 89,7 |
| • contrario  | 10,3 |

Il parco dovrebbe offrire più servizi di illustrazione su zone di interesse naturalistico e suggerimenti per escursioni:

|              |      |
|--------------|------|
| • favorevole | 89,6 |
| • contrario  | 10,4 |

maggioranza è contraria, con la punta massima a Cogne.

Anche in questo caso, non si riscontra una significativa influenza dell'età dei rispondenti sul tipo di risposta, mentre nel mese di agosto si rileva una percentuale di contrari all'aumento delle strutture turistiche minoritaria, ma superiore rispetto agli altri mesi.

Le tre affermazioni riguardanti diversi tipi di informazione turistica (tabella 4) riscuotono larghissime percentuali di adesione, senza sostanziali differenze fra di esse. Dal punto di vista territoriale, si riscontra una maggiore adesione sul versante piemontese e nell'area del colle del Nivolet, soprattutto in termini di un maggior peso dei "molto favorevoli".

Questo risultato conferma l'ipotesi, già emergente da altre risposte, circa una presenza relativamente meno avvertibile del Parco nel versante meridionale. La forte adesione alla prospettiva di un aumento dell'informazione circa le opportunità offerte dal Parco non deve stupire ed è in linea con quanto riscontrato alla fine degli anni '80 nei parchi regionali piemontesi, e, ancor più,

TABELLA 5

Il parco dovrebbe offrire più iniziative culturali per conoscere le tradizioni e l'architettura locale

|              |      |
|--------------|------|
| • favorevole | 87,3 |
| • contrario  | 12,7 |

con quanto registrato da indagini sull'utenza in diversi parchi italiani ed europei (Maggi, 1992), dove il servizio informazioni raccoglie sempre una percentuale di insoddisfatti variabile fra il 35-40 e l'80% dei visitatori.

Anche le eventuali iniziative rivolte a favorire una maggiore conoscenza delle attività culturali e delle tradizioni locali (tabella 5) riscuotono un largo consenso e, in questo caso, non si riscontra una significativa differenziazione fra i due versanti del Parco.

### I servizi turistici: domanda e offerta

L'equilibrio fra domanda e offerta dei servizi turistici di un'area è un elemento di primaria importanza per assicurarne il successo.

Ai visitatori è stato chiesto di valutare i servizi della zona e contemporaneamente di esprimere le proprie preferenze per nuovi servizi.

In entrambi i casi le risposte vanno interpretate con una certa cautela e deve essere ben chiaro quale fenomeno si sta effettivamente misurando.

In particolare nella lettura del voto espresso dai visitatori circa una serie di caratteristiche, dalla disponibilità di parcheggio all'informazione turistica, bisogna evitare di confondere il giudizio sul Parco con quello sull'offerta di servizi dell'area o ancora con il valore attribuito all'intera esperienza ricreativa.

Le risposte espresse tramite il questionario misurano, infatti, il secondo di questi tre fenomeni e solo in minor misura il primo, mentre è chiaro che entrambi sono influenzati complessivamente dal terzo.

Il livello di gradimento, da parte dei visitatori, della propria esperienza ricreativa è un parametro complesso e dipendente da molteplici fattori, non tutti sotto il controllo del Parco. Innanzitutto, molti servizi privati, quali bar e ristoranti e in generale lo spirito di accoglienza locale, sono elementi decisivi nel condizionare la valutazione dei turisti circa la propria esperienza ricreativa. Essa deriva inoltre dalla sovrapposizione di almeno cinque distinte fasi del processo ricreativo: la progettazione dell'evento, il viaggio di avvicinamento, l'attività di *loisir* vera e propria, il viaggio di rientro e il ricordo. Tre di queste cinque fasi sono già compiute al momento dell'intervista e due di esse non rientrano nel campo d'azione diretta del Parco.

Le preferenze circa le attività da svolgere nel Parco si possono prestare a loro volta a un'interpretazione scorretta. La possibilità, infatti, di ottenere un elevato numero di risposte a basso costo, ossia tramite interviste veloci e con pochi rifiuti, risiede nella semplicità dello scenario di riferimento prospettato all'intervistato. In altre parole, si deve evitare di domandare quale sarebbe la potenziale domanda di un certo servizio in presenza di un elevato numero di variabili descrittive (se avesse un determinato prezzo, se avesse determinate caratteristiche di qualità e così via). D'altra parte, la semplicità dello scenario di riferimento prospettato (ad esempio "vorrebbe fare sci di fondo?" con uniche possibili risposte "sì" oppure "no") limita il campo di interpretazione delle risposte. La differenza territoriale di queste come pure l'andamento temporale possono fornire indicazioni attendibili, mentre il valore assoluto delle stesse non costituisce un'informazione realmente utilizzabile. In altre parole, la relativa maggiore preferenza per la frequentazione di una scuola di fondo a Cogne rispetto a Ceresole è un'informazione attendibile, mentre il fatto che, in valore assoluto, questa preferenza rappresenti un quarto degli intervistati in quell'area non significa automaticamente che la domanda potenziale sia pari a un quarto dei visitatori di quell'area (esattamente per lo stesso motivo per cui esiste uno scarto fra intenzioni di voto e risultato delle urne).

### L'offerta attuale di servizi

Ai visitatori è stato chiesto di esprimere un giudizio su nove diverse attività, pubbliche e private, praticate o disponibili nell'area del Parco, articolato secondo tre livelli di gradimento. L'analisi dei risultati complessivi, ossia la media dei voti espressi per i nove diversi servizi, mette in evidenza un valore di gradimento relativamente elevato. Assegnando i valori +1, 0 oppure 1 a ognuna delle nove voci si può teoricamente variare da un giudizio di -9 (minimo gradimento per ogni aspetto) a +9 (massimo gradimento per ogni aspetto). Il risultato medio si attesta a circa +2,4 (equivalente a 7 se esprimessimo i voti in decimi).

Le differenze, fra i due lati del Parco, sono però molto rilevanti (tabella 6): in quello settentrionale si sfiora il valore 3, mentre in quello meridionale si raggiungono valori pari a circa la metà.

Osservando la distribuzione territoriale con maggiore dettaglio, si può osservare che le aree di Rhêmes e di Valsavarenche presentano i valori di gradimento più elevati (con circa 3,8), mentre i valori minimi (ma, comunque, sempre superiori alla sufficienza) si riscontrano a Ceresole e al colle del Nivolet.

Da un punto di vista socio-professionale (grafico 2) è interessante notare che sono le categorie degli imprenditori e dei dirigenti quelle meno soddisfatte dei servizi locali, seguite a una certa distanza dai commercianti. Disoccupati e casalinghe manifestano, invece, i valori di gradimento relativamente più elevati. Si deve sottolineare comunque che, all'interno delle categorie numericamente più rilevanti (impiegati, operai, studenti, che rappresentano da soli oltre il 55% dei visitatori), la variabilità dei giudizi è minima.

Anche dal punto di vista dei titoli di studio si riscontra una separazione dei giudizi: più elevati per i titoli medio-bassi e relativamente più modesti per i visitatori dotati di laurea.

Dal punto di vista dell'età anagrafica non si rilevano, invece, comportamenti molto differenziati e i giudizi delle diverse classi di età presentano una variabilità molto ridotta.

Dal punto di vista cronologico (grafico 3) il giudizio sembra mostrare una sostanziale crescita fino ad agosto per poi tornare a diminuire, mentre la domenica è il giorno della settimana che presenta il migliore giudizio medio (2,7) e il minimo si tocca nei giorni infrasettimanali.

I valori, esaminati fino a ora, rappresentano un giudizio sintetico medio, ma espressi per ogni singolo aspetto dei servizi locali rivelano aspetti interessanti (grafico 4).

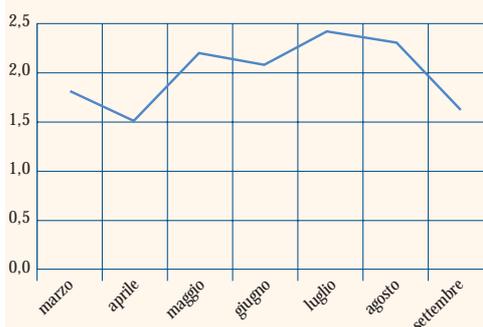
Le informazioni sul Parco riscuotono il più basso indice di gradimento, seguite dalla segnaletica turistica. Questo fatto segnala chiaramente l'esistenza di un problema di carattere informativo e comunicativo fra il Parco e l'utenza. Anche parcheggio, visite guidate e centri visita raggiungono valori di poco superiori alla media.

Il fenomeno dello scarso gradimento per il servizio di informazioni è generalizzato, anche se più accentuato nel versante piemontese del Parco, dove prevalgono addirittura i voti negativi. Sul versante valdostano, dove prevalgono i voti positivi, questo

TABELLA 6 - VOTO MEDIO AL COMPLESSO DEI SERVIZI

|                     |      |
|---------------------|------|
| • Lato piemontese   | 1,45 |
| • Lato valdostano   | 2,92 |
| • Colle del Nivolet | 1,81 |
| Totale parco        | 2,36 |

GRAFICO 3 - ANDAMENTO  
DEL GIUDIZIO MEDIO SUI SERVIZI



servizio raggiunge comunque risultati molto distanti rispetto agli altri servizi e nella sub-area di Cogne presenta nuovamente valori negativi. La segnaletica rappresenta, invece, un problema localizzato nel solo versante meridionale. Un terzo aspetto, che segnala qualche problema, anche se complessivamente raggiunge un risultato di gradimento relativamente elevato, è quello dei centri visita che nel versante piemontese presenta valori di giudizio negativi.

Aumentando ancora il dettaglio dell'osservazione, oltre al già segnalato giudizio negativo per il servizio informazioni nella zona di Cogne, emerge uno scarso gradimento per le visite guidate nella sub-area di Rhêmes.

Un ulteriore aspetto interessante è lo scarso gradimento dei visitatori con titolo di studio elevato per il servizio informazioni. Si tratta di un dato significativo

GRAFICO 2 - GIUDIZIO MEDIO SUI SERVIZI DELL'AREA-PARCO (DA -9 A +9)

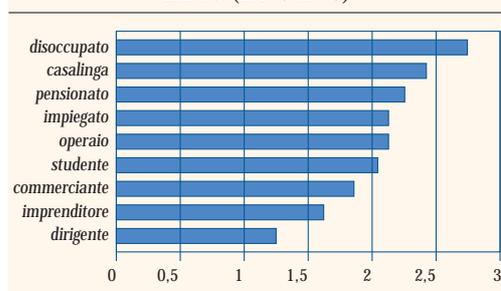


GRAFICO 4 - GIUDIZIO SUI SINGOLI ASPETTI DELL'AREA-PARCO (DA -1 A +1)

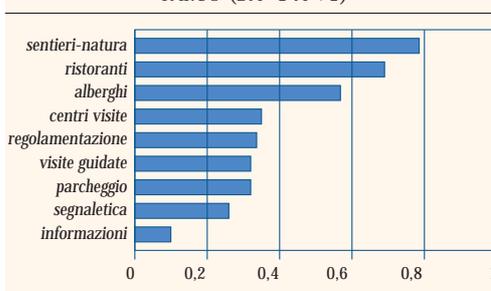


GRAFICO 5 - COSA VORREBBE FARE NEL PARCO?

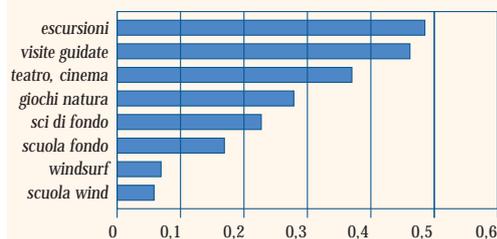
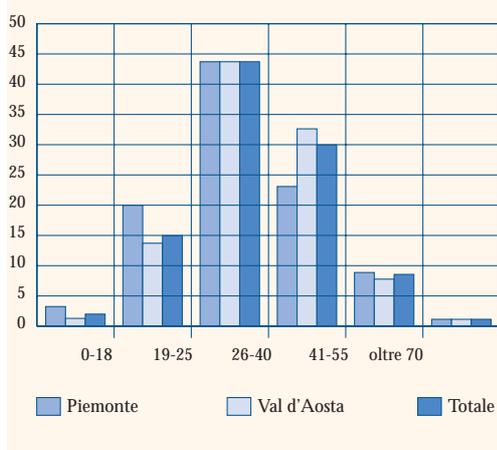


GRAFICO 6 - CLASSI DI ETÀ DEL PUBBLICO DEL PARCO



in quanto segnala in modo incontrovertibile non tanto una scarsa *education* del pubblico quanto una non adeguatezza del servizio.

### Le preferenze per nuovi servizi

Ai visitatori è stata sottoposta una breve lista di attività che potrebbero avere luogo nel Parco ed è stato loro chiesto di indicare quale o quali avrebbero voluto effettuare, eventualmente indicandone altre. Quest'ultima opzione è stata scelta nel 9,7% dei casi, il più delle volte segnalando attività riconducibili alle voci predefinite.

I valori più elevati (grafico 5) riguardano escursioni e visite guidate, ma anche seguire teatro all'aperto o rassegne cinematografiche sembrano un'attività che riscuote molte preferenze.

In realtà la situazione è parzialmente diversa, se osservata per ogni singola ripartizione territoriale. In parte, questo è spiegato anche dalla diversa conformazione orografica dei due versanti (a esempio per quanto riguarda l'attività di windsurf). In parte, invece, si tratta di una diversa struttura di preferenze fra i

due segmenti del pubblico. Questa differenza emerge sia come maggiore propensione a svolgere le attività proposte (mediamente in Val d'Aosta 1 persona su 3 lo vorrebbe contro 1 su 5 in Piemonte) sia come diverso ordine di preferenze. Le visite guidate raccolgono, in entrambi i versanti, il massimo dell'attenzione da parte dei visitatori, ma sul versante valdostano la seconda attività maggiormente desiderata è quella relativa a cinema e teatro, che in Piemonte è sesta. Giovani sotto i 18 anni, dirigenti e laureati sono le categorie che esprimono la domanda relativamente più forte per questa attività, mentre il periodo di massima richiesta è luglio, seguito da agosto.

Anche i giochi naturalistici per bambini sembrano riscuotere interesse su entrambi i versanti del Parco, ovviamente con le punte massime di preferenza fra le casalinghe.

In generale questa parte dell'indagine segnala, pur nel quadro di un giudizio complessivamente più che sufficiente per i servizi del Parco, un problema comune a moltissime aree protette e, in genere, ai luoghi di ricreazione specie se all'aperto: quello della comunicazione con il pubblico.

Il servizio informazioni, individuato come quello maggiormente responsabile della trasmissione di conoscenze ai visitatori, è investito dalle critiche relativamente maggiori, ma i giudizi modesti, che toccano visite guidate, segnaletica e centri visite, contribuiscono a mettere a fuoco il medesimo problema, ossia una diffusa sensazione del pubblico di non riuscire a sfruttare tutte le opportunità potenziali del Parco. Questa sensazione è maggiormente avvertita sul versante piemontese e da alcuni segmenti del pubblico, quello con qualifiche professionali o titoli di studio più elevati, ma riguarda, in generale, l'intera utenza del Parco.

### Il profilo dei visitatori

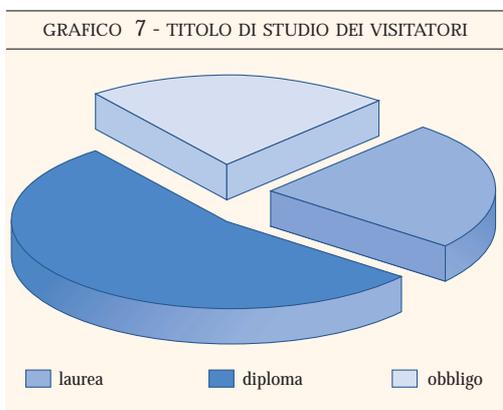
I comuni dell'area del Parco ricevono ogni anno circa 832.000 visite, intendendosi per tali le presenze turistiche ufficiali, ossia quelle che prevedono almeno un pernottamento, anche se in seconda casa. A questo numero dovrebbe essere sommato il flusso dei cosiddetti *day trippers*, ossia quei visitatori che non passano la notte fuori dal luogo di abituale residenza e che, quindi, non sono ufficialmente classificabili come turisti. Si tratta di un fenomeno spesso non considerato o trascurato, ma di dimensioni generalmente superiori a quello del turismo vero e proprio, ossia delle visite con pernottamento. Nelle grandi città (come Liverpool o Monaco di Baviera) in cui si è provveduto a misurare questo fenomeno, si è constatato che il rapporto fra visite senza e con pernottamento può anche raggiungere valori pari a

TABELLA 7 - AFFLUENZA TURISTICA NEL PARCO  
(VALORI IN MIGLIAIA)

|                     | pernottanti | day tripper | Totale       | %            |
|---------------------|-------------|-------------|--------------|--------------|
| • Piemonte          | 283         | 504         | 787          | 46,1         |
| • Valle d'Aosta     | 539         | 381         | 920          | 53,9         |
| <b>Totale parco</b> | <b>822</b>  | <b>885</b>  | <b>1.707</b> | <b>100,0</b> |

TABELLA 8 - REDDITO FAMILIARE  
DEI VISITATORI DEL PARCO

|                           | Piemonte | Valle d'Aosta | Totale |
|---------------------------|----------|---------------|--------|
| più di 2 milioni al mese  | 68,37    | 84,37         | 79,04  |
| meno di 2 milioni al mese | 31,63    | 15,63         | 20,96  |



10 o 20, ossia per ogni visitatore registrato dalle statistiche ufficiali (alberghi, seconde case, campeggi) ne esistono altri 10 o 20 che fanno rientro a casa per la notte.

Nei parchi e nelle aree verdi, questo rapporto è molto inferiore e, nel caso del Parco, è possibile avere una misurazione grossolana del rapporto tramite il numero di visitatori che dichiara di non passare la notte nell'area del Parco, ossia circa il 50% degli intervistati. Questo significa che se le visite con pernottamento sono 822.000, quelle senza pernottamen-

to dovrebbero essere circa 885.000, per un totale di poco più di 1.707.000 visite (tabella 7).

Questo significa che, nel mese di massimo afflusso, il Parco riceve circa 670.000 visite e nel giorno di massimo afflusso circa 28.000, un terzo in Piemonte e due terzi in Valle d'Aosta.

In termini di traffico automobilistico, questo flusso di presenze corrisponde a poco meno di 600.000 veicoli all'anno e, nel giorno di massima affluenza, 2.576 veicoli sul lato piemontese e circa il doppio su quello valdostano.

L'età media degli intervistati (grafico 6) appare inferiore a quella della popolazione totale sia del Piemonte sia della Valle d'Aosta. In particolare, risulta sovrarappresentata sul versante Piemontese la classe dai 19 ai 25 anni e risulta sottorappresentata la classe da 56 a 70 anni.

Il livello di istruzione (grafico 7) è mediamente più elevato non solo della popolazione in generale, come era da attendersi, ma anche del pubblico medio di altre tipologie di parchi, ad esempio quelli regionali piemontesi.

In particolare, la presenza di visitatori laureati appare molto elevata sul versante valdostano (più di 1 su 4).

I visitatori non sembrano distinguere in modo chiaro fra la motivazione che spinge a recarsi nell'area o a visitare il Parco.

La ragione è quasi sempre la stessa (grafico 8) ed è legata alla ricerca di riposo e alle bellezze paesaggistiche e faunistiche, anche se la motivazione sportiva raccoglie un interessante 30% di consensi. Si deve sottolineare lo scarso peso delle iniziative e manifestazioni (appena 4,4%) fra le motivazioni che spingono a visitare l'area.

La clientela del Parco appare relativamente molto fidelizzata: oltre i tre quarti dichiarano di avere già visitato il Parco in passato e oltre la metà di averlo visitato più di tre volte negli ultimi tre anni.

Anche il reddito familiare presenta significative differenze fra i due versanti del Parco. I visitatori, con più di 2 milioni di reddito mensile netto, rappresentano il 68% del pubblico sul versante meridionale e oltre l'84% su quello settentrionale (tabella 8).

## I bacini di utenza e l'escursionismo

La percentuale di *day trippers* è più elevata sul versante piemontese, dove su 100 visitatori 64 dichiarano di trattenerci per un solo giorno, contro il 41,4% del versante opposto del Parco.

La componente locale nel pubblico del Parco risulta avere una dimensione relativamente consistente. Fra le prime cinque città dichiarate come provenienza dai visitatori, Aosta e Ivrea si situano rispettivamente al terzo e quarto posto, subito dopo Torino e Milano e prima di tutti gli altri capoluoghi di provincia piemontesi.

TABELLA 9 - PRIME CINQUE CITTÀ DI PROVENIENZA  
(% SUGLI ARRIVI TOTALI)

|        |      |
|--------|------|
| Torino | 19,5 |
| Milano | 5,0  |
| Aosta  | 3,7  |
| Ivrea  | 2,6  |
| Genova | 2,0  |

TABELLA 10 - PERMANENZA NEL PARCO DEI TURISTI  
PERNOTTANTI (VALORI %)

|                      | Piemonte | Valle d'Aosta | Totale |
|----------------------|----------|---------------|--------|
| casa privata         | 27,4     | 34,1          | 32,3   |
| albergo              | 18,4     | 30,0          | 26,9   |
| campeggio            | 34,5     | 22,4          | 25,7   |
| altro (rifugio, ...) | 19,7     | 13,5          | 15,1   |
| totale parco         | 100,0    | 100,0         | 100,0  |

GRAFICO 9 - PERCENTUALE DI VISITATORI PER DIVERSE  
FASCE DI DISTANZA DI PROVENIENZA

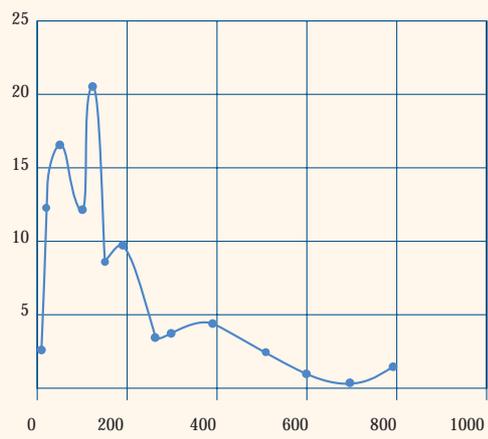


GRAFICO 10 - BACINO DI UTENZA DEL PARCO

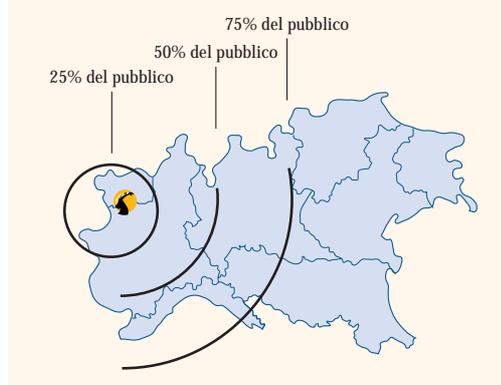
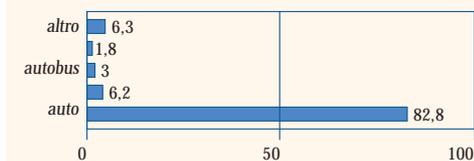


GRAFICO 11 - MEZZI DI TRASPORTO  
PER RAGGIUNGERE IL PARCO



Anche l'analisi della distribuzione percentuale del pubblico mette in evidenza il peso della domanda locale. Ordinando i visitatori sulla base della distanza percorsa per arrivare al Parco, si constata che il 20% del pubblico arriva da 50 chilometri o meno. Un ulteriore 20% arriva dalla fascia compresa fra 50 e 85 chilometri (che comprende circa metà di Torino), mentre includendo la fascia da 85 a 100 chilometri, che comprende completamente Torino e sobborghi, si supera abbondantemente la soglia del 50% (grafico 9 e 10).

Dal punto di vista della distanza, quindi, il visitatore mediano, ossia quello che proviene da una distanza tale per cui metà del pubblico arriva da più lontano e metà da più vicino, si situa all'incirca a metà del capoluogo piemontese.

La distanza non sembra, comunque, un ostacolo insormontabile, se pensiamo che il 71% dei visitatori milanesi del Parco si concentra sul versante settentrionale, certamente più lontano dal capoluogo lombardo.

Il mezzo più utilizzato per arrivare al Parco è di gran lunga l'automobile (oltre l'80% dei casi), nella quale si viaggia mediamente in due. Anche la moto, in raffronto a situazioni analoghe, risulta molto utilizzata, oltre il 6% dei casi, (grafico 11).

Il turismo stanziale rappresenta il 50% circa del totale (58% sul versante valdostano e 36% su quello piemontese).

Di questi visitatori la quota percentualmente maggiore (circa un terzo) trascorre la notte in casa privata, mentre un quarto è ospite degli alberghi, un quarto dei campeggi e i rimanenti trascorrono la notte in altro modo (tabella 10).

La permanenza in casa privata, ma ancor più in albergo, appare molto più diffusa sul versante valdostano, dove, per contro, sono relativamente meno numerosi gli ospiti dei campeggi.

All'interno della più generale indagine sul pubblico, è stata effettuata un'analisi dei visitatori del Parco, che avevano intenzione di effettuare escursioni a piedi nell'area.

La percentuale di escursionisti è risultata relativamente elevata, pari a circa il 37,6% del totale degli intervistati. L'85% dichiara di voler effettuare un'escursione giornaliera. Coloro che pensano a una per-

manenza più lunga hanno programmato in genere (66% dei casi) un solo pernottamento. Un ulteriore 18% di escursionisti pernottanti pensa di dormire in zona per due notti, mentre solo il rimanente 16% programma di dormire per tre notti o più.

L'itinerario prevede spesso l'arrivo a un rifugio (Sella e Benevolo fra i più citati) o una passeggiata fino al colle del Nivolet (tabella 11).

### Impatto economico

Il primo dato rilevante, che traspare dall'analisi dei dati economici sul pubblico del Parco, è la differenza nella spesa media procapite sui due versanti del Parco.

Sul lato piemontese la spesa media (viaggio incluso) è di circa 38.500 lire contro 60.000 lire sul lato valdostano.

Escludendo le spese di viaggio, il cui impatto non è chiaro dal punto di vista territoriale, si rileva una differenza meno marcata: 24.500 lire contro 31.800 (tabella 12).

Come conseguenza, l'impatto economico diretto delle visite turistiche al Parco risulta più marcato sul versante settentrionale, dove si concentra oltre il 65% dei consumi, pari a poco meno di 30 miliardi annui.

Le principali motivazioni della maggiore spesa procapite nel versante valdostano sembrano legate alla diversa composizione del pubblico, soprattutto per quanto riguarda il reddito medio familiare (tabella 13). La fascia di reddito più elevata (oltre 2 milioni netti mensili) riguarda, infatti, oltre quattro quinti dei turisti del versante settentrionale, contro appena due terzi in quello meridionale, e la spesa media appare, come era da attendersi, direttamente legata al reddito (la fascia più ricca ha una spesa procapite superiore di quasi una volta e mezza).

Anche la diversa durata della visita e, quindi, la proporzione fra *day trippers* e visitatori stanziali contribuiscono a spiegare la maggiore spesa nel versante valdostano.

La spesa non sembra legata infatti, al tipo di alloggiamento (tabella 14): i turisti, che trascorrono una o più notti nelle case private, spendono mediamente poco meno di 35.000 lire, ossia quanto gli ospiti degli alberghi e pochissimo in più degli utenti dei campeggi (34.450 lire ciascuno).

La spesa media dei turisti giornalieri appare, invece, molto più contenuta (24.000 lire contro una media di 33.500 per gli stanziali) a seconda del periodo di visita.

Un'ulteriore differenziazione territoriale (tabella 15) sottolinea poi il diverso impatto su singole aree del Parco. L'area di Noasca beneficia meno delle altre della spesa turistica, che, invece, appare molto elevata soprattutto a Cogne e al Nivolet.

TABELLA 11 - METE PRINCIPALI  
DELLE ESCURSIONI A PIEDI

|                     |     |      |
|---------------------|-----|------|
| Rifugio Sella       | 77  | 18,7 |
| Rifugio Benevolo    | 47  | 11,4 |
| Nivolet             | 30  | 7,3  |
| Valmiana            | 28  | 6,8  |
| Rifugio Jervis      | 21  | 5,1  |
| Lago Pelaud         | 20  | 4,9  |
| Herbetet            | 18  | 4,4  |
| Rifugio V. Emanuele | 12  | 2,9  |
| Rifugio Chabod      | 10  | 2,4  |
| Altro               | 149 | 36,2 |

TABELLA 12 - SPESA MEDIA DEI TURISTI NEL PARCO

|                    | spesa p.c. | spesa totale | %     |
|--------------------|------------|--------------|-------|
| Lato Piemonte      | 24.500     | 19.2 mld     | 39,7  |
| Lato Valle d'Aosta | 31.800     | 29.3 mld     | 60,3  |
| Totale parco       | 28.434     | 48.5 mld     | 100,0 |

TABELLA 13 - FASCE DI REDDITO  
DEI TURISTI NEL PARCO

| reddito familiare         | spesa media | numeri indice |
|---------------------------|-------------|---------------|
| meno di 2 milioni al mese | 31.253      | 144           |
| più di 2 milioni al mese  | 21.568      | 100           |

TABELLA 14 - SPESA MEDIA DEI TURISTI  
PER TIPO DI PERMANENZA

|              |        |
|--------------|--------|
| casa privata | 34.985 |
| albergo      | 34.949 |
| campeggio    | 34.450 |
| altro        | 29.087 |
| day tripper  | 24.000 |

TABELLA 15 - SPESA TURISTICA (VIAGGIO ESCLUSO)  
PER AREA DEL PARCO (MEDIA=100)

|               |        |     |
|---------------|--------|-----|
| Ceresole      | 25.610 | 90  |
| Cogne         | 35.846 | 126 |
| Nivolet       | 34.551 | 122 |
| Noasca        | 15.939 | 56  |
| Rhêmes        | 22.895 | 81  |
| Valsavarenche | 29.169 | 103 |