
OSSERVATORIO TURISTICO DELLA PROVINCIA DI PAVIA

LA SODDISFAZIONE DEL CLIENTE E LE RICADUTE ECONOMICHE DEL TURISMO

Settembre 2012

A cura di

Storia del documento

Copyright:	IS.NA.R.T. Scpa
Committente:	CCIAA Pavia
Versione:	1.0
Quadro dell'opera:	■
Periodo rilevazione:	anno 2012
Casi:	500

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 2 di 31

L'iniziativa rientra tra le attività previste nell'ambito del progetto "Qualità del made in Italy e sviluppo integrato dell'offerta turistica" FdP 2009/2010.

Sommario

Premessa	4
1. I fenomeni in sintesi	5
2. Il profilo del turista	7
2.1 Le motivazioni e i canali d'influenza	12
2.2 L'organizzazione del soggiorno	15
2.3 I comportamenti di domanda	16
2.4 La soddisfazione del soggiorno	21
2.5 La spesa turistica diretta e indiretta	24
2.6 Una misurazione dell'impatto economico del turismo	27
3. Nota metodologica	31

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 3 di 31

L'iniziativa rientra tra le attività previste nell'ambito del progetto "Qualità del made in Italy e sviluppo integrato dell'offerta turistica" FdP 2009/2010.

Premessa

L'indagine su "La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo" nella provincia di Pavia è finalizzata a definire la qualità del prodotto turistico e verificare la sua percezione da parte del mercato attuale.

Questa indagine, quindi, permette di acquisire con maggior precisione quali sono le peculiarità, i punti di forza e le eventuali criticità relative ai principali prodotti turistici della provincia, al fine di elaborare strategie più efficaci di fidelizzazione e intercettazione dei mercati potenziali.

Inoltre, permette di verificare quale sia il peso economico del turismo, analizzando i comportamenti di spesa dei turisti italiani e stranieri, andando oltre la semplice valutazione del fatturato delle imprese classificate come turistiche.

Grazie a questo strumento è possibile individuare, per il turismo rivolto verso la provincia:

- le caratteristiche strutturali, le motivazioni di scelta della destinazione e le modalità di organizzazione del soggiorno dei turisti italiani e stranieri,
- i comportamenti della domanda relativamente alla compagnia, alla durata, al mezzo di trasporto utilizzato e alla tipologia di alloggio scelti per il soggiorno,
- il grado di soddisfazione dei turisti rispetto all'esperienza di soggiorno;
- la spesa turistica sul territorio, prendendo in considerazione alcune macro-categorie di spesa,
- la misurazione dell'impatto economico dei turisti, che alloggiano nel comparto ricettivo o che scelgono il circuito delle seconde case, sul territorio.

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 4 di 31

1. I fenomeni in sintesi

In un contesto economico fortemente incerto, l'incontro tra domanda ed offerta diventa una sfida ancora più incalzante e, specialmente nell'industria del turismo dove incidono molteplici dinamiche e si intrecciano più settori produttivi, diventa fondamentale monitorare il cambiamento dei comportamenti e delle scelte del consumatore, sempre più attento ai prezzi ma senza rinunciare alle aspettative di soggiorno, al desiderio di vivere un'esperienza positiva e di tornare con un bagaglio arricchito di ricordi.

A motivare i turisti che scelgono di soggiornare nella provincia di Pavia è l'esigenza primaria di distendersi dai ritmi lavorativi di ogni giorno e di trascorrere un soggiorno a contatto con le ricchezze naturalistiche del territorio, con la possibilità di dedicarsi agli sport che più interessano (dalle passeggiate al più impegnativo trekking, dal ciclismo al tennis). Il soggiorno, che nasce dalla necessità di tranquillità diventa poi un'occasione per approfondire la conoscenza del territorio attraverso momenti dedicati alle escursioni, ritagliandosi del tempo per l'attività sportiva, visitando parchi e aree naturalistiche, oltre che i centri storici delle città, e altri luoghi della cultura.

Le diverse ragioni di scelta ben si incontrano con uno scenario territoriale caratterizzato, nel complesso, da una offerta turistica piuttosto eterogenea in risposta a più esigenze: città d'arte (attrattive soprattutto sui mercati stranieri), località naturalistiche e di montagna e destinazioni termali.

Con riferimento alla possibilità di valorizzare l'offerta turistica del territorio e creare ulteriori alternative di soggiorno, in termini di attività - collaterali o meno - a cui dedicarsi in vacanza, è importante verificare l'attuale livello di soddisfazione dei turisti che hanno scelto le diverse destinazioni della provincia di Pavia per trascorrere il proprio soggiorno, aspettative da tener presenti per lo sviluppo del turismo (sebbene nel 2012 solo per il 25,5% dei turisti rappresenti il soggiorno principale dell'anno).

A testimonianza di un'esperienza positiva è il giudizio attribuito all'offerta complessiva della provincia, indicata con un 7,7 e che trova in alcuni aspetti dei veri punti di forza, soprattutto in considerazione delle attese iniziali del turista: è opportuno sottolineare, infatti, l'attribuzione delle valutazioni migliori proprio ai fattori maggiormente ricercati da parte della domanda, in primis la cortesia e l'ospitalità della gente (7,8) e la qualità dell'offerta enogastronomica (8).

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 5 di 31

La presenza di una offerta che soddisfa non può comunque prescindere dall'importanza di valorizzare anche quegli aspetti che, pur registrando una valutazione discreta, rientrano in maniera decisiva tra le aspettative del turista, come ad esempio la richiesta dei turisti di un'offerta di intrattenimento. Creare maggiori attività di divertimento, anche alla luce di un target di clientela mediamente giovane (27,1% ha tra i 21 e i 30 anni ed il 23,3% tra i 31 e i 40 anni) potrebbe risultare un'azione interessante per gli stakeholders del territorio riflettendo, parallelamente, su quanto incide la spesa relativa alle attività ricreative, culturali e dell'intrattenimento sui volumi d'affari generali stimati nel 2012 complessivamente intorno ai 7,3 milioni di euro (in particolare per coloro che utilizzano l'abitazione privata come soluzione di alloggio). Nella provincia di Pavia si registra, infatti, il 23,6% dei turisti che spende mediamente 15 euro al giorno a persona per attività ricreative, il 14,5% che acquista biglietti per musei e monumento (circa 7 euro) ed il 13,8% che assiste a spettacoli teatrali o concerti (9 euro).

Il turismo nella provincia di Pavia è, più in generale, fortemente legato ad una clientela italiana (con provenienze da diverse regioni d'Italia) mentre la domanda internazionale ha un incidenza più debole, aspetto su cui porre l'accento soprattutto nell'ottica di miglioramento degli strumenti della comunicazione specialmente sul fronte della virtualità mentre il passaparola si conferma il canale che maggiormente influenza la scelta di soggiorno.

La visibilità, in primo luogo, e la costruzione di pacchetti turisti ad hoc rappresenta un'azione importante da perseguire per l'intera filiera turistica, al fine di permettere ad alcuni aspetti (e servizi) dell'offerta di entrare a pieno ritmo nella sfera motivazionale della domanda oltre che nell'esperienza di soggiorno.

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 6 di 31

2. Il profilo del turista

La provincia di Pavia si caratterizza nel 2012 come un territorio dove il turismo risulta particolarmente legato alla clientela italiana con una quota di clientela internazionale che si attesta al 18,8% sul totale dei turisti che, nella metà dei casi, ha già visitato l'Italia e nel 35,7% ha trascorso un periodo nella provincia (in media 4 volte).

I turisti italiani provengono nel 20,3% dei casi dalla stessa regione mentre si evidenzia, al contempo, una certa eterogeneità dei flussi che delineano un turismo che spazia su più regioni: alcune più limitrofe come il Piemonte (9,7% dei turisti), Veneto (9,2%), Emilia Romagna (8%) e Toscana (6%), altre più distanti come la Campania (8,3%) ed il Lazio (6%). Quote più ridotte di turisti, infine, raggiungono la provincia di Pavia dalla Sicilia (5,2%) e dalla Puglia (4,5%). In media circa 6 turisti su 10 ha già avuto modo di visitare la provincia, già in 6 occasioni in passato.

Tra i principali mercati stranieri, il territorio registra una maggiore incidenza di turisti tedeschi (35,8%), seguiti da francesi (17,8%) ed inglesi (11,6%).

Nel complesso, il 25,5% della clientela che soggiorna sul territorio sceglie la destinazione per trascorrere la vacanza principale dell'anno, quella verso la quale si riservano più aspettative, originate da un maggiore impegno economico e di tempo.

Il turista è giovane con un'età compresa tra i 21 ed i 30 anni (27,1%) e più adulto (31-40 anni) nel 23,3% dei casi, mentre il 32,3% è composto da turisti che oscillano tra i 41 e i 60 anni. Per il target over 60 si segnala una quota pari al 13,8%. Attualmente occupati professionalmente (66,5% dei turisti) con attività lavorative che spaziano dall'imprenditoria (20,8%) all'impiego come operaio ad elevata qualificazione (19,5%) o in qualità di professionisti e tecnici (17,9%). Lo status sociale, indicato dai turisti, li descrive sostanzialmente sposati/conviventi con figli (44,5%) o single (35,4%).

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 7 di 31

Turisti che stanno svolgendo il proprio soggiorno principale nella provincia di Pavia (%)

Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Si	25,3	26,2	25,5
No	74,7	73,8	74,5
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

Provenienza dei turisti (%)

Anno 2012

Italiani	81,2
Stranieri	18,8
Totale	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

Regione di provenienza (%)

Anno 2012

Lombardia	20,3
Piemonte	9,7
Veneto	9,2
Campania	8,3
Emilia Romagna	8,0
Toscana	6,0
Lazio	6,0
Sicilia	5,2
Puglia	4,5
Calabria	3,6
Abruzzo	3,3
Marche	3,0
Liguria	2,7
Friuli Venezia Giulia	2,4
Trentino Alto Adige	2,3
Umbria	2,0
Altre regioni	3,3
Totale	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 8 di 31

Provenienza degli stranieri (%)

Anno 2012

Germania	35,8
Francia	17,8
Regno Unito	11,6
Stati Uniti	9,7
Spagna	6,1
Svizzera	6,1
Austria	2,9
Paesi Bassi/Olanda	1,8
Belgio	1,1
Altri Paesi	7,1
Totale	100

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

Turisti stranieri che hanno già visitato l'Italia (%)

Anno 2012

Sì	50,2
No	49,8
Totale stranieri	100,0
Se si quante volte (media)	5,8

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

Turisti che hanno già visitato la provincia di Pavia (%)

Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Sì	58,8	35,7	54,5
No	41,2	64,3	45,5
Totale	100,0	100,0	100,0
Se si quante volte (media)	5,8	4,3	5,6

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 9 di 31

L'iniziativa rientra tra le attività previste nell'ambito del progetto "Qualità del made in Italy e sviluppo integrato dell'offerta turistica" FdP 2009/2010.

Identikit del turista (%)

Anno 2012

Sesso	Italiani	Stranieri	Totale
Maschio	55,4	50,9	54,6
Femmina	44,6	49,1	45,4
Totale	100,0	100,0	100,0
Età	Italiani	Stranieri	Totale
fino a 20 anni	3,8	2,4	3,6
da 21 anni a 30 anni	25,6	33,6	27,1
da 31 a 40 anni	23,3	23,3	23,3
da 41 a 50 anni	16,9	15,6	16,7
da 51 a 60 anni	16,3	12,7	15,6
oltre 60 anni	14,1	12,4	13,8
Totale	100,0	100,0	100,0
Titolo di studio	Italiani	Stranieri	Totale
Licenza elementare	3,4	1,4	3,0
Scuola media inferiore	13,3	14,4	13,5
Diploma scuola media superiore	56,6	48,4	55,1
Laurea	26,7	35,8	28,4
Totale	100,0	100,0	100,0
Professione	Italiani	Stranieri	Totale
Occupato	66,0	68,5	66,5
Ritirato	12,0	10,8	11,8
Disoccupato/inoccupato	4,9	3,7	4,7
Casalinga	7,9	8,8	8,0
Studente	9,2	8,3	9,0
Totale	100,0	100,0	100,0
Stato sociale	Italiani	Stranieri	Totale
Single	35,5	35,2	35,4
Sposato/convivente con figli	45,1	41,7	44,5
Sposato/convivente senza figli	19,4	23,1	20,1
Altro	0,0	0,0	0,0
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 10 di 31

L'iniziativa rientra tra le attività previste nell'ambito del progetto "Qualità del made in Italy e sviluppo integrato dell'offerta turistica" FdP 2009/2010.

Identikit del turista (%) Anno 2012

professione	Italiani	Stranieri	Totale
Dirigenti d'azienda	7,5	13,2	8,6
Piccoli imprenditori	22,3	14,5	20,8
Professionisti e tecnici	17,7	18,7	17,9
Ritirati dal lavoro benestanti	5,2	4,3	5,1
Lavoratori autonomi	11,3	13,0	11,6
Operai e impiegati a elevata qualificazione	19,4	19,8	19,5
Operai e impiegati a medio-bassa qualificazione	12,3	9,1	11,7
Lavoratori atipici	4,2	7,4	4,8
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 11 di 31

L'iniziativa rientra tra le attività previste nell'ambito del progetto "Qualità del made in Italy e sviluppo integrato dell'offerta turistica" FdP 2009/2010.

2.1 Le motivazioni e i canali d'influenza

Il desiderio di trascorrere del tempo lontani dai ritmi incalzanti e dallo stress, magari approfittando di un contesto naturalistico e incontaminato, è la principale motivazione per chi sceglie di trascorrere un soggiorno nella provincia di Pavia: relax e natura, dunque, componenti fondamentali per la scelta della destinazione, rispettivamente nel 34,7% e 27,3% dei casi.

Certo è, che per i turisti che raggiungono il territorio da aree di prossimità, è la vicinanza a giocare un ruolo importante tra le motivazioni principali che spingono a visitare una località (16,2% per coloro che soggiornano nella provincia). Un ulteriore elemento di attrattività del territorio, che incide sulle ragioni di scelta, è la possibilità di praticare sport, aspetto condiviso soprattutto dalla clientela italiana: dalle più tranquille passeggiate al trekking (in media il 27,1%), al ciclismo (20,5%) al tennis (10,5%).

La scelta della destinazione di soggiorno è ancora fortemente legata al passaparola su cui si mostrano particolarmente sensibili i turisti italiani: i racconti di amici e parenti influenzano il 43% dei turisti (34,4% degli stranieri) a cui si aggiunge la propria esperienza personale che convince il 34,4% della clientela (14,3% degli stranieri).

Sui mercati stranieri risulta più incisivo il web che emerge come il principale canale di comunicazione per la domanda internazionale (36,6% rispetto al 20,8% dei turisti italiani) sia grazie alle offerte reperibili in rete (20,7%) che alla vastissima disponibilità di informazioni (21,6%).

Internet si conferma, inoltre, uno dei principali strumenti utilizzati anche per la ricerca di informazioni turistiche sul territorio, una volta in loco da parte dei turisti: in questa circostanza sia italiani (21,5%) che stranieri (21,7%). Per i più tradizionali si conferma l'importanza degli uffici informazioni/APT/Pro Loco a cui ricorre, in media, circa il 12% di coloro che necessitano informazioni aggiuntive.

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 12 di 31

Motivazione principale del soggiorno - Anno 2012

possibili più risposte, % calcolata sul totale turisti

	Italiani	Stranieri	Totale
Posto ideale per riposarsi	35,2	32,4	34,7
Bellezze naturali del luogo	27,6	26,2	27,3
Per la vicinanza	16,2	15,9	16,2
Praticare sport	15,3	8,4	14,0
Prezzi convenienti	10,4	9,6	10,3
Benessere, beauty farm, fitness	8,1	11,1	8,6
Ho i parenti/amici che mi ospitano	9,3	1,4	7,8
Decisione altrui	7,4	8,8	7,7
Per i divertimenti che offre	6,4	8,1	6,7
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale	6,0	6,4	6,1
Posto adatto per bambini piccoli	6,3	4,8	6,0
Interessi enogastronomici	5,1	7,3	5,5
Il desiderio di vedere un posto mai visto	4,4	8,4	5,1
Località esclusiva	4,0	6,7	4,5
Shopping	3,0	7,1	3,7
Motivazione religiosa	4,0	2,5	3,7
Abbiamo la casa in questa località	3,1	4,9	3,4
Facilità di raggiungimento buoni collegamenti	3,6	0,9	3,1
Perché siamo clienti abituali di una struttura ricettiva di questa località	2,9	1,9	2,8

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

Motivazione principale del soggiorno: praticare sport - Anno 2012

possibili più risposte, % calcolata sul totale praticare sport

	Italiani	Stranieri	Totale
Passeggiate	78,3	55,0	75,7
Trekking	27,0	28,0	27,1
Ciclismo	21,7	11,0	20,5
Tennis	11,9	-	10,5
Equitazione	3,5	11,0	4,3
Pattinaggio	2,5	11,0	3,4
Golf	-	28,0	3,2

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 13 di 31

Canali di comunicazione che influenzano la scelta del soggiorno - Anno 2012

possibile più risposte, % calcolata sul totale turisti

	Italiani	Stranieri	Totale
Consiglio/Racconti di amici/parenti/ familiari	43,0	34,4	41,4
C'ero già stato/esperienza personale	34,4	14,3	30,6
Internet	20,8	36,6	23,8
Offerte su Internet	11,4	20,7	13,2
Informazioni su Internet	10,6	21,6	12,7
Abbiamo la casa in questa località	6,1	3,3	5,6
Pubblicità	5,8	3,4	5,4
Non ho scelto io/hanno deciso altri	4,8	3,9	4,6
Consiglio dell'agenzia di viaggi	3,7	7,0	4,3
Guide turistiche	1,7	6,1	2,5
Consiglio di enti/uffici turistici presso cui mi sono recato	1,1	6,3	2,1
Film/Documentari	0,9	2,4	1,2
Articoli/redazionali su periodici/Quotidiani	1,3	0,5	1,1
Cataloghi/Depliant di agenzie di viaggi	1,0	1,8	1,1
Richiesto dai figli fino a 14 anni	1,1	1,0	1,1
Altro	3,2	2,4	3,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

Modalità di ricerca delle informazioni turistiche sul territorio - Anno 2012

possibili più risposte; % sul totale turisti

	Italiani	Stranieri	Totale
No, non ho cercato informazioni	61,7	63,7	62,1
Sì Internet	21,5	21,7	21,6
Sì, all'ufficio informazioni locali/APT/Pro Loco	12,3	10,3	11,9
Sì, nella struttura ricettiva	2,8	3,8	3,0
Sì, con uno smartphone	1,4	2,4	1,6
Sì, presso un'agenzia	1,7	0,0	1,3

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

2.2 L'organizzazione del soggiorno

L'utilizzo dell'intermediazione commerciale da parte dei turisti per l'organizzazione del soggiorno nella provincia di Pavia risulta, nel complesso, una scelta poco diffusa considerando che solo il 9,5% della clientela ricorre ai tour operator o alle agenzie di viaggio (9,3% degli italiani e 11% degli stranieri), mentre la maggioranza preferisce organizzarsi in maniera completamente autonoma.

Tra coloro che optano per il supporto degli intermediari di viaggi, la tipologia di acquisto più comune riguarda sostanzialmente il viaggio per il 41,4% dei turisti o in alternativa solamente l'alloggio (41,8%) mentre il pacchetto tutto compreso viene scelto esclusivamente nel 16,8% dei casi.

Turisti che si sono serviti di Tour operator/agenzie per organizzare il viaggio e il soggiorno (%) Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Si	9,3	11,0	9,6
No	90,7	89,0	90,4
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

Tipologia di pacchetto acquistato per il soggiorno (%) Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Solo viaggio	41,9	39,7	41,4
Solo l'alloggio	42,6	38,9	41,8
Un pacchetto tutto compreso	15,5	21,3	16,8
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 15 di 31

2.3 I comportamenti di domanda

Il territorio della provincia di Pavia si caratterizza per un'offerta turistica piuttosto variegata che permette ai turisti di trascorrere un soggiorno nelle città d'arte, attrattive in particolare sulla domanda straniera (36,1% rispetto al 28% degli italiani), di visitare le località più interessanti da un punto di vista naturalistico (in media il 27,1%) con ulteriori alternative di vacanza che spaziano dalla montagna (22,7%) al relax delle destinazioni termali (20,7%).

Un quadro interessante che descrive un territorio aperto ad ospitare, grazie ad una molteplicità di risorse, un turismo che esprime esigenze diverse, spunto per riflessioni sulla valorizzazione di questa offerta multi prodotto.

Il soggiorno si trascorre soprattutto in compagnia del proprio partner (37,4%) o con la famiglia, inclusi bambini (18,8%), pur segnalando una discreta quota di turisti che soggiornano da soli (23,4%).

Per quanto concerne gli spostamenti, l'incidenza di turisti provenienti da aree poco distanti dalla provincia permette loro di muoversi utilizzando, in primis l'automobile, il mezzo più usato sia da italiani che stranieri (in media il 75%) e solo in casi circoscritti il treno (9,5%) e il pullman di linea (6,8%).

Raggiunta la destinazione i turisti si trattengono per un periodo che comprende, in media, 8 notti di pernottamento: un soggiorno piuttosto esteso da legarsi anche ad un utilizzo, diffuso tra i turisti, della casa privata come soluzione di alloggio (in media per il 29,3%). In alternativa si segnala una rilevante quota di turisti che sceglie di soggiornare in albergo (37,9%), prevalentemente di categoria media: 3 stelle per il 37,8% della clientela, seguiti dai 2 stelle (27,2%) e dai 4 stelle (20,7%).

L'insieme di attività a cui si dedica il turista nella provincia di Pavia descrive un soggiorno, certamente, dinamico e orientato alla scoperta del territorio: ne sono portavoce le escursioni effettuate dal 41,6% dei turisti, in modo particolare dagli italiani (43% rispetto al 35,9% degli stranieri) e la passione per lo sport che attrae complessivamente il 27,3% dei turisti. Durante il soggiorno i turisti, specialmente chi viene

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 16 di 31

dall'estero (31%), approfitta per acquistare prodotti dell'artigianato locale (in media il 19,3%), divagarsi con uno spettacolo musica (14,4%) e degustare qualche piatto tipico del posto (12,6%). Il relax si concilia bene con le terme, come evidenziato dal 14,4% dei turisti che trascorre parte delle giornate nei centri benessere. Più ridotte, nel complesso, le attività culturali registrando una bassa propensione dei turisti a visitare musei e/o mostre o monumenti di interesse archeologico (rispettivamente il 6,9% e 4,2%) o a partecipare agli eventi della tradizione locale, legati all'enogastronomia o alle rappresentazioni folkloristiche (intorno al 9%).

Nel corso del 2012 le località più visitate sono, in primo luogo, i parchi e le aree naturalistiche (52% dei turisti) e i centri storici delle città (44,6%), seguite dalle cattedrali e dai luoghi dello spirito (25,5%), dai castelli (19,3%) e dai musei e pinacoteche (12,3%).

Prodotto di destinazione del soggiorno (%)			
Anno 2012			
	Italiani	Stranieri	Totale
Città d'arte	28,0	36,1	29,5
Natura	27,9	23,2	27,1
Montagna	23,7	18,5	22,7
Terme	20,3	22,2	20,7
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

La compagnia del soggiorno (%)

Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Sono con mia moglie/mio marito/ fidanzato	37,0	38,9	37,4
Sono da solo/a	22,6	27,3	23,4
Sono con più componenti della mia famiglia (bambini)	19,0	18,6	18,9
Sono con amici	8,3	4,5	7,6
Sono con amici e familiari	7,1	4,3	6,6
Sono con più componenti della mia famiglia (senza bambini)	4,2	5,9	4,5
Sono con un gruppo organizzato	1,1	0,5	1,0
Sono con colleghi di lavoro	0,7	0,0	0,6

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 17 di 31

Totale	100,0	100,0	100,0
--------	-------	-------	-------

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

Numero notti trascorse (%)

Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
2-3 notti	10,5	14,7	11,3
4-6 notti	25,8	18,7	24,4
7-13 notti	39,8	40,0	39,8
14-30 notti	23,9	26,6	24,4
totale	100,0	100,0	100,0

media n.notti

permanenza media totale	8,4	8,6	8,4
--------------------------------	------------	------------	------------

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

Mezzi di trasporto utilizzati - Anno 2012

possibile più risposte, % calcolata sul totale turisti

	Italiani	Stranieri	Totale
Auto	75,0	75,1	75,0
Auto propria/parenti/amici	-	-	-
Auto noleggio	-	-	-
Treno	10,3	5,8	9,5
Autobus\Pullman di linea	6,8	6,6	6,8
Aereo	2,0	18,3	5,1
Moto	5,1	1,0	4,4
Camper	1,2	0,9	1,2
Pullman per tour organizzato	1,1	0,5	1,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

Tipologia di alloggio utilizzata per il soggiorno - Anno 2012

possibili più risposte, % calcolata sul totale turisti

	Italiani	Stranieri	Totale
totale alberghi	37,7	38,8	37,9
1 stella	9,4	-	7,6
2 stelle	30,5	13,2	27,2
3 stelle	33,8	54,6	37,8
4 stelle	19,6	25,0	20,7
5 stelle	6,7	7,2	6,7
Casa privata	28,8	31,3	29,3
Casa privata in affitto	7,3	11,9	8,1
Residenze di amici e parenti	8,8	2,4	7,6

B&B	6,3	4,4	5,9
Campeggi e villaggi	5,2	7,8	5,7
Agriturismo	5,6	3,1	5,1
Case religiose	0,4	0,5	0,4

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

Attività svolte - Anno 2012

possibili più risposte; % calcolata sul totale turisti

	Italiani	Stranieri	Totale
Escursioni	43,0	35,9	41,6
Praticato attività sportiva	28,1	23,8	27,3
Ho acquistato prodotti tipici e/o dell'artigianato locale	16,6	31,0	19,3
Sono andato in centri benessere (saune ecc.)	14,6	13,6	14,4
Ho assistito a spettacoli musicali	13,1	10,4	12,6
Ho degustato i prodotti tipici locali	10,9	5,9	10,0
Partecipazione a spettacoli teatrali o cinematografici	9,8	9,5	9,7
Partecipazione ad eventi enogastronomici	10,2	6,7	9,6
Partecipazione ad eventi folkloristici	8,9	10,2	9,2
Visita di musei e/o mostre	7,6	3,8	6,9
Visitato monumenti e siti di interesse archeologico	4,2	4,4	4,2
Ho fatto shopping	1,2	11,0	3,0
Altro	3,3	2,4	3,1

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

Località visitate dai turisti - Anno 2012

% sul totale turisti; possibili più risposte

	Italiani	Stranieri	Totale
Parchi e natura	53,9	43,5	52,0
Centri storici	43,8	47,9	44,6
Cattedrali e luoghi dello spirito	25,2	26,9	25,5
Castelli	19,6	18,3	19,3
Musei e pinacoteche	12,7	10,8	12,3
Artigianato tipico	11,0	9,1	10,6
Cantine e strade del vino	9,3	6,2	8,7
Eventi e rievocazioni storiche	6,4	4,7	6,1
Terme	4,5	3,7	4,4
Siti archeologici	2,3	3,6	2,6

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 19 di 31

L'iniziativa rientra tra le attività previste nell'ambito del progetto "Qualità del made in Italy e sviluppo integrato dell'offerta turistica" FdP 2009/2010.

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 20 di 31

L'iniziativa rientra tra le attività previste nell'ambito del progetto "Qualità del made in Italy e sviluppo integrato dell'offerta turistica" FdP 2009/2010.

2.4 La soddisfazione del soggiorno

La sintesi dell'esperienza di soggiorno trova una rappresentazione nella percezione complessiva del turista al suo rientro, ovvero la soddisfazione come incontro tra aspettative iniziali e ciò che effettivamente si è riscontrato nella destinazione scelta.

L'opinione espressa dai turisti sull'offerta turistica complessiva della provincia di Pavia è positiva ed il giudizio attribuito al territorio corrisponde, mediamente, ad un 7,7 (su una scala di valori da 1 a 10), con punteggi più elevati che vengono indicati per due fattori fortemente richiesti dai turisti che scelgono di partire verso le località del territorio: la qualità del mangiare e del bere - che rientra nelle aspettative del 52,6% della clientela - a cui si attribuisce un 8 pieno accanto all'ospitalità della gente, al primo posto nelle attese (in particolare tra gli italiani con il 65,5% rispetto al 52,1% degli stranieri) e giudicato con un 7,8.

È importante, in termini percentuali, anche la sensibilità dei turisti nei confronti delle tematiche attuali legate al rispetto dell'ambiente, alle problematiche relative ad urbanizzazione e inquinamento, aspetto su cui insiste il 27,1% della clientela che desidera ritrovare nella località di soggiorno quest'attenzione alla sostenibilità ambientale, aspetto a cui viene attribuito un punteggio pari a 7,4. Anche le strutture ricettive vengono valutate positivamente, sia in termini di accoglienza (voto: 7,7) che di pulizia (voto: 7,4) fattori importanti per una quota compresa tra il 17-19% dei turisti.

Nel complesso, dunque, la destinazione non delude ma permette di far scoprire al turista molto di ciò che si aspettava.

Qualche suggerimento può emergere dalla valutazione - più contenuta rispetto ad altri indicatori dell'offerta turistica - relativa all'offerta di intrattenimento, giudicata con un 7,1 pur risultando ai primi posti tra le aspettative del turista (20,6%) e su cui, necessariamente, indirizzare azioni di ampliamento e valorizzazione dell'offerta delle attività legate al divertimento.

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 21 di 31

Giudizio medio sul soggiorno - Anno 2012

(dove 1 è il minimo e 10 il massimo)

	Italiani	Stranieri	Totale
La qualità del mangiare e bere	8,0	7,8	8,0
La cortesia/ospitalità della gente	7,8	7,7	7,8
L'accoglienza nelle strutture di alloggio	7,7	7,5	7,7
La pulizia del luogo	7,5	7,4	7,5
La pulizia dell'alloggio	7,5	7,3	7,4
Il rispetto per l'ambiente/urbanizzazione/inquinamento	7,4	7,4	7,4
L'offerta culturale	7,3	6,9	7,2
L'organizzazione del territorio	7,2	7,0	7,2
Il costo della ristorazione	7,2	7,0	7,2
Informazioni turistiche	7,2	7,0	7,2
Il costo dell'alloggio	7,1	7,0	7,1
L'offerta di intrattenimento	7,1	6,8	7,1
Il traffico	7,0	7,0	7,0
Il costo dei trasporti locali	7,1	6,8	7,0
Offerta turistica nel complesso	7,8	7,5	7,7

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

Aspetti ritenuti più importanti durante il soggiorno - Anno 2012

possibili 3 risposte; % calcolata sul totale turisti

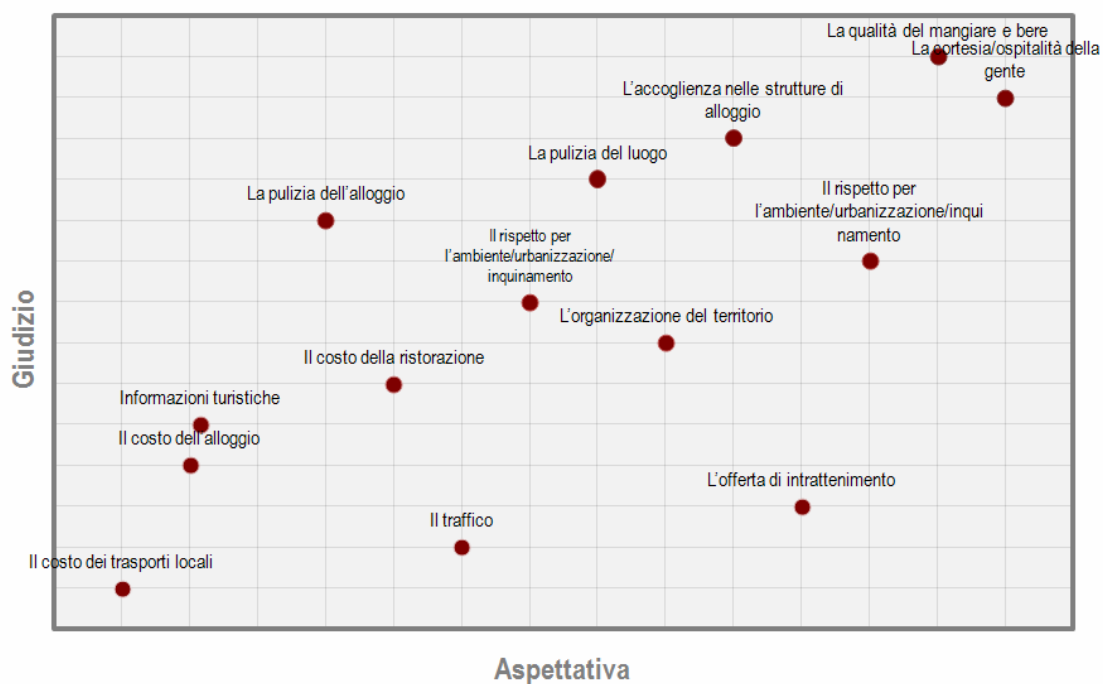
	Italiani	Stranieri	Totale
La cortesia/ospitalità della gente	65,5	52,1	63,0
La qualità del mangiare e bere	53,4	49,3	52,6
Il rispetto per l'ambiente/urbanizzazione/inquinamento	28,2	22,4	27,1
L'offerta di intrattenimento	20,4	21,7	20,6
L'accoglienza nelle strutture di alloggio	17,7	24,6	19,0
L'organizzazione del territorio	16,6	21,5	17,5
La pulizia del luogo	16,9	18,5	17,2
L'offerta culturale	16,5	13,3	15,9
Il traffico	9,7	14,5	10,6
Il costo della ristorazione	9,7	12,8	10,3
La pulizia dell'alloggio	7,1	3,9	6,5
Informazioni turistiche	5,5	9,1	6,2
Il costo dell'alloggio	3,5	1,9	3,2
Il costo dei trasporti locali	2,6	2,0	2,5

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 22 di 31

L'iniziativa rientra tra le attività previste nell'ambito del progetto "Qualità del made in Italy e sviluppo integrato dell'offerta turistica" FdP 2009/2010.

Rapporto tra aspettative del soggiorno e riscontro pratico: i livelli di soddisfazione del turista



2.5 La spesa turistica diretta e indiretta

I turisti che hanno soggiornato nella provincia di Pavia nel 2012 hanno speso mediamente:

- per il viaggio a/r 96 euro i turisti italiani e 184 euro gli stranieri;
- per l'alloggio 40 euro i turisti italiani e 49 euro gli stranieri;
- per un pacchetto tutto compreso 390 euro i turisti italiani e 338 euro gli stranieri;
- per le spese extra effettuate direttamente in loco 52 euro i turisti italiani e 64 euro gli stranieri.

Tra le principali voci di spesa si segnala il comparto ristorativo: il 64,6% dei turisti effettua pasti presso ristoranti e pizzerie per una media di circa 21 euro al giorno pro capite e il 58,8% effettua consumi presso bar, caffè e pasticcerie (quasi 5 euro al giorno). Un'ulteriore voce di spesa importante è quella relativa al settore agroalimentare registrando il 61,7% di turisti che acquista cibi e bevande in supermercati e negozi (circa 9 euro) ed un terzo che compra prodotti enogastronomici tipici (8 euro al giorno).

Si considera l'importanza, anche in termini di spesa, del comparto legato alle attività ricreative: il 23,6% dei turisti si reca al cinema/discoteca (quasi 15 euro a persona), il 14,5% acquista biglietti di ingresso per musei e monumenti (circa 7 euro) ed il 13,8% assiste a spettacoli teatrali (9 euro), a cui si uniscono nel 10,9% dei casi i servizi acquistati per cure termali per una spesa media di oltre 27 euro al giorno.

Spesa sostenuta per il viaggio, l'alloggio e spesa media giornaliera dai turisti che non hanno utilizzato pacchetti - Anno 2012

	Spesa media a persona in euro		
	Italiani	Stranieri	Totale
Viaggio A/R	96,71	184,85	113,13
Alloggio (media giornaliera)	40,10	48,68	41,78

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 24 di 31

Spesa sostenuta per il pacchetto tutto compreso - Anno 2012

	Spesa media giornaliera a persona in euro		
	Italiani	Stranieri	Totale
Pacchetto tutto compreso	390,87	338,00	376,36

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

Quota di turisti per classe di spesa (escluso viaggio e alloggio) - Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
da 0 a 30	43,1	38,7	42,3
da 31 a 60	27,7	26,2	27,4
da 61 a 90	15,5	15,5	15,5
da 91 a 120	6,6	6,3	6,6
da 121 a 150	2,3	3,9	2,6
oltre 150	4,8	9,4	5,7
Totale	100,0	100,0	100,0

Spesa media (escluso viaggio e alloggio)

Spesa media giornaliera	51,97	64,42	54,31
-------------------------	-------	-------	-------

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 25 di 31

Spesa media giornaliera a persona (Euro) Anno 2012				Quota di turisti che effettua ogni singola voce di spesa (%)		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
	euro			%		
Pubblici esercizi						
Ristoranti, pizzerie	20,79	23,46	21,32	64,0	67,5	64,6
Bar, caffè, pasticcerie	4,61	5,76	4,83	58,3	61,0	58,8
Agroalimentari						
Cibi e bevande acquistati in supermercati e negozi	9,04	10,63	9,29	63,8	52,6	61,7
Acquisto di prodotti enogastronomici tipici	7,88	9,35	8,09	35,1	25,5	33,3
Abbigliamento						
Acquisti di abbigliamento	18,27	23,06	19,31	22,4	26,8	23,2
Acquisti di calzature, accessori	14,73	15,97	15,11	10,3	20,1	12,2
Acquisto di abbigliamento per la pratica di sport	16,57	24,18	18,47	4,5	6,5	4,9
Acquisto di calzature per la pratica di sport	16,83	13,5	16,19	2,3	2,4	2,3
Attività ricreative						
Attività ricreative (cinema, discoteca, etc)	13,74	17,59	14,72	21,6	32,0	23,6
Biglietti/card, musei e monumenti	5,58	8,94	6,61	12,4	23,6	14,5
Spettacoli teatrali, concerti etc	8,88	8,9	8,89	12,8	18,2	13,8
Servizi cure termali	28,35	23,86	27,64	11,3	9,2	10,9
Visite guidate	4,96	4,4	4,84	8,9	11,8	9,4
Servizi benessere	19,17	12,08	17,68	7,5	8,6	7,7
Attività sportive (impianti)	9,82	6,23	8,96	5,0	6,7	5,3
Bookshop nei musei	3,96	2,13	3,52	2,1	2,9	2,2
Attività sportive (noleggio attrezzature)	15,55	9,74	13,40	1,5	3,9	2,0
Audioguide nei musei	3,25	4,6	3,77	0,9	2,4	1,2
Attività sportive (lezioni, scuole)	9,11	14,25	11,40	0,5	1,8	0,8
Trasporti pubblici						
Trasporti pubblici/taxi	6,59	5,98	6,33	5,1	16,6	7,3
Parcheggi	7,93	8,24	8,02	2,2	3,8	2,5
Tabacchi editoria						
Editoria, giornali, guide	4,33	5,81	4,59	29,6	27,4	29,2
Tabacchi	4,05	4,71	4,18	28,3	31,3	28,8
Altre industrie manifatturiere						
Souvenir	7,67	8,80	7,89	22,8	24,4	23,1
Igiene personale e salute	5,10	9,20	5,92	20,5	22,2	20,8
Acquisti di prodotti artigianali tipici	9,34	9,35	9,34	19,3	14,8	18,5
Altro shopping	7,72	8,6	7,99	6,9	12,9	8,0
Acquisti di gioielleria, bigiotteria, orologeria etc	37,55	10,70	33,47	5,0	3,9	4,8

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 26 di 31

L'iniziativa rientra tra le attività previste nell'ambito del progetto "Qualità del made in Italy e sviluppo integrato dell'offerta turistica" FdP 2009/2010.

2.6 Una misurazione dell'impatto economico del turismo

Considerando sia i turisti che soggiornano nelle strutture ricettive della provincia di Pavia che coloro che scelgono la soluzione delle seconde case si stima nel 2012 un totale di 648 mila presenze, composte per l'82% da una clientela italiana (532 mila presenze) e per il 18% da una domanda internazionale (116 mila).

Il sistema dell'ospitalità ricettiva conta nel 2012 il 63% della clientela complessiva (si stimano 409 mila presenze) mentre il 37% della domanda si concentra nelle abitazioni private a fini turistici (239 mila).

Stima presenze - Anno 2012

	Italiani	Stranieri	Totale
Presenze nelle strutture ricettive	332.000	77.000	409.000
Stima delle presenze nelle seconde case	200.000	39.000	239.000
Totale	532.000	116.000	648.000

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

In relazione all'impatto economico sul territorio si segnala che oltre la metà della spesa viene assorbita dal comparto alloggio e ristorazione (53,3%, 27,7 milioni di euro) distribuiti tra strutture ricettive (32,7%, 17 milioni di euro), ristoranti e pizzerie (17,1%, 8,9 milioni di euro) e bar e pasticcerie (3,5%, 1,8 milioni di euro). Segue la spesa relativa alle attività legate all'intrattenimento, ricreative e culturali (14,2%, 7,3 milioni di euro), al comparto agroalimentare (10,5%, 5,4 milioni di euro) e all'abbigliamento e calzature (9,4%, 4,8 milioni di euro).

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 27 di 31

**Stima impatto economico della spesa turistica - Anno 2012
(Totale)**

	Italiani	Stranieri	Totale
		euro	
Strutture ricettive	13.320.000	3.737.000	17.057.000
Ristoranti, pizzerie	7.075.000	1.832.000	8.907.000
Bar, caffè, pasticcerie	1.427.000	406.000	1.833.000
Totale alloggio e ristorazione	21.822.000	5.975.000	27.797.000
Agroalimentare	4.538.000	922.000	5.460.000
Abbigliamento e calzature	3.593.000	1.305.000	4.898.000
Altre industrie manifatturiere	3.729.000	822.000	4.551.000
Trasporti	275.000	151.000	426.000
Giornali, guide editoria	1.290.000	354.000	1.644.000
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	5.720.000	1.661.000	7.381.000
TOTALE	40.967.000	11.190.000	52.157.000

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

**Stima impatto economico della spesa turistica - Anno 2012 (%)
(Totale)**

	Italiani	Stranieri	Totale
		%	
Strutture ricettive	32,5	33,4	32,7
Ristoranti, pizzerie	17,3	16,4	17,1
Bar, caffè, pasticcerie	3,5	3,6	3,5
Totale alloggio e ristorazione	53,3	53,4	53,3
Agroalimentare	11,1	8,2	10,5
Abbigliamento e calzature	8,8	11,7	9,4
Altre industrie manifatturiere	9,1	7,3	8,7
Trasporti	0,7	1,3	0,8
Giornali, guide editoria	3,1	3,2	3,2
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	14,0	14,8	14,2
TOTALE	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

Nelle **strutture ricettive** della provincia di Pavia i volumi d'affari vengono stimati intorno ai 38 milioni di euro, che confluiscono per il 44,2% nella spesa per l'alloggio (17 milioni di euro), per il 13,1% nei consumi effettuati presso ristoranti e pizzerie (5 milioni di euro) e per il 12,7% per le attività ricreative, culturali e legate all'intrattenimento (circa 4,9 milioni di euro).

Stima impatto economico della spesa turistica - Anno 2012 (turisti strutture ricettive)

	italiani	stranieri euro	Totale
Strutture ricettive	13.320.000	3.737.000	17.057.000
Ristoranti, pizzerie	3.934.000	1.126.000	5.060.000
Bar, caffè, pasticcerie	988.000	230.000	1.218.000
Totale alloggio e ristorazione	18.242.000	5.093.000	23.335.000
Agroalimentare	2.427.000	462.000	2.889.000
Abbigliamento e calzature	2.478.000	695.000	3.173.000
Altre industrie manifatturiere	2.505.000	482.000	2.987.000
Trasporti	157.000	95.000	252.000
Giornali, guide editoria	849.000	179.000	1.028.000
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	3.810.000	1.084.000	4.894.000
Totale	30.468.000	8.090.000	38.558.000

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

Stima impatto economico della spesa turistica - Anno 2012 (turisti strutture ricettive)

	Italiani	Stranieri %	Totale
Strutture ricettive	43,7	46,2	44,2
Ristoranti, pizzerie	12,9	13,9	13,1
Bar, caffè, pasticcerie	3,2	2,8	3,2
Totale alloggio e ristorazione	59,9	63,0	60,5
Agroalimentare	8,0	5,7	7,5
Abbigliamento e calzature	8,1	8,6	8,2
Altre industrie manifatturiere	8,2	6,0	7,7
Trasporti	0,5	1,2	0,7
Giornali, guide editoria	2,8	2,2	2,7
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	12,5	13,4	12,7
TOTALE	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 29 di 31

L'iniziativa rientra tra le attività previste nell'ambito del progetto "Qualità del made in Italy e sviluppo integrato dell'offerta turistica" FdP 2009/2010.

Per quella parte di turisti che sceglie la soluzione di alloggio delle **seconde case** si stima una spesa complessiva pari a quasi 14 milioni di euro che va ad incidere soprattutto nel settore ristorativo (28,3% in ristoranti e pizzerie per un totale di 3,8 milioni di euro), in quello agroalimentare (18,9%, 2,5 milioni di euro) e nelle attività di tipo culturale e ricreativo (18,3%, 2,4 milioni di euro).

Stima impatto economico della spesa turistica - Anno 2012 (turisti seconde case)

	italiani	stranieri euro	Totale
Strutture ricettive	-	-	-
Ristoranti, pizzerie	3.141.000	706.000	3.847.000
Bar, caffè, pasticcerie	439.000	176.000	615.000
Totale alloggio e ristorazione	3.580.000	882.000	4.462.000
Agroalimentare	2.111.000	460.000	2.571.000
Abbigliamento e calzature	1.115.000	610.000	1.725.000
Altre industrie manifatturiere	1.224.000	340.000	1.564.000
Trasporti	118.000	56.000	174.000
Giornali, guide editoria	441.000	175.000	616.000
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	1.910.000	577.000	2.487.000
Totale	10.499.000	3.100.000	13.599.000

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

Stima impatto economico della spesa turistica - Anno 2012 (turisti seconde case)

	Italiani	Stranieri %	Totale
Strutture ricettive	-	-	-
Ristoranti, pizzerie	29,9	22,8	28,3
Bar, caffè, pasticcerie	4,2	5,7	4,5
Totale alloggio e ristorazione	34,1	28,5	32,8
Agroalimentare	20,1	14,8	18,9
Abbigliamento e calzature	10,6	19,7	12,7
Altre industrie manifatturiere	11,7	11,0	11,5
Trasporti	1,1	1,8	1,3
Giornali, guide editoria	4,2	5,6	4,5
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	18,2	18,6	18,3
TOTALE	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Pavia

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 30 di 31

3. Nota metodologica

L'indagine field a mezzo questionario direttamente somministrato si è rivolta a 500 turisti presenti nella provincia di Pavia suddivisi tra italiani e stranieri.

Le domande miravano a rilevare le caratteristiche strutturali del turista (età, provenienza, sesso, titolo di studio e professione), i comportamenti turistici (tipologia di alloggio, organizzazione del soggiorno, canali di influenza, attività svolte, soddisfazione e valutazione del soggiorno) e l'importo della spesa individuale, per oltre 30 voci di spesa direttamente turistica (viaggio, alloggio e pacchetto turistico) e indirettamente turistica (trasporti, pubblici, taxi; parcheggi; ristoranti, pizzerie; bar, caffè, pasticcerie; cibi e bevande in supermercati; abbigliamento; calzature e accessori; gioielleria, bigiotteria; altro shopping; sigarette, giornali, guide; ingressi musei, mostre; cinema, discoteche; spettacoli teatrali, concerti; eventi sportivi; igiene personale e salute; altre spese). I dati sono stati pesati in base ai dati Istat sulle presenze per provincia.

La rilevazione è avvenuta presso i punti di maggiore interesse turistico delle singole località. La rilevazione è avvenuta in diversi periodi nel corso dell'anno 2012 coerentemente con la stagionalità dei prodotti.

La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo	Osservatorio Turistico della provincia di Pavia
Periodo di riferimento: 2012	Pagina 31 di 31