



---

OSSERVATORIO TURISTICO DELLA LIGURIA

**LA FRUIZIONE E LA SODDISFAZIONE  
DELLE MANIFESTAZIONI DELLA CULTURA LOCALE**

**FESTA NAZIONALE DEL TARTUFO**

Ottobre 2012

A cura di



Istituto Nazionale  
Ricerche Turistiche



## Storia del documento

---

<b>Copyright:</b>	IS.NA.R.T. Scpa
<b>Committente:</b>	UNIONCAMERE LIGURIA
<b>Versione:</b>	1.0
<b>Quadro dell'opera:</b>	■
<b>Termine rilevazione:</b>	Settembre 2012

## Sommario

---

PREMESSA .....	4
FENOMENI IN SINTESI .....	5
IL MONITORAGGIO DELL'EVENTO: L'OFFERTA LOCALE E LA DOMANDA.....	7
1. Il coinvolgimento delle imprese del comune di Millesimo (SV) in occasione dell'evento .....	7
2. Le caratteristiche e i comportamenti del pubblico che ha partecipato.....	10
Allegato statistico .....	14
Nota metodologica.....	27

## PREMESSA

---

La presente indagine ha per obiettivo il monitoraggio delle caratteristiche di comportamento e di consumo dei partecipanti all'evento alla Festa nazionale del Tartufo che si è svolta nel comune di Millesimo, nella provincia di Savona, dal 21 al 23 settembre del 2012.

Il fine è di attivare, attraverso l'osservazione economica e quantitativa dell'evento, un circolo virtuoso di sviluppo orientato verso l'innalzamento dei livelli qualitativi dell'offerta turistica locale. Lo studio si sviluppa su due livelli:

- **un'indagine diretta alle imprese turistiche locali** attraverso la quale si mira ad individuare il grado di partecipazione, il giudizio sull'evento e i suggerimenti degli attori locali per le future edizioni. In particolare:
  - le modalità di partecipazione all'evento;
  - le opinioni ed i suggerimenti per possibili miglioramenti;
  - la soddisfazione ed i riscontri diretti per le imprese;
- **un'indagine diretta ai fruitori dell'evento**, finalizzata all'individuazione dei valori di soddisfazione, dei punti di forza e delle criticità relative all'evento, al suo svolgimento ed al gradimento. In particolare:
  - la quota dei vacanzieri pernottanti nella provincia in occasione dell'evento;
  - l'identikit del partecipante all'evento,
  - le ragioni di scelta della destinazione ed i canali di influenza;
  - le attività svolte;
  - la soddisfazione espressa;
  - le spese sostenute sul territorio dai visitatori dell'evento.

## FENOMENI IN SINTESI

---

La Festa del Tartufo rappresenta per il comune di Millesimo e per il territorio della provincia di Savona un evento consolidato in grado di attirare sul territorio flussi di visitatori (esperti o meno) interessati ad una conoscenza approfondita di questo pregiato prodotto attraverso la storia e i sapori e nelle sue varie declinazioni gastronomiche. La manifestazione è, inoltre, un'occasione importante per l'intera filiera produttiva del territorio tramite cui promuovere e valorizzare l'identità locale, non solo attraverso l'organizzazione di iniziative legate al tema del tartufo, ma anche sul piano della conoscenza tout court delle risorse produttive della località e del contesto in cui si inserisce l'evento: oltre al tartufo, secondo metà degli imprenditori, tra i principali fattori che collegano l'evento al territorio emergono proprio i prodotti locali.

Il tessuto imprenditoriale che opera sul territorio, legato al settore del turismo (dai pubblici esercizi alle strutture ricettive) mostra una consapevolezza riguardo all'impatto positivo di questa manifestazione, della pluralità dei benefici che riguardano sia un miglioramento nei volumi d'affari dovuto all'incremento delle vendite ma anche - in una prospettiva di investimento per il futuro - nuove opportunità di sviluppo economico grazie all'acquisizione di contatti con nuovi clienti ed un ritorno di immagine positiva.

Alla sua ventesima edizione l'evento vede un discreto coinvolgimento delle imprese locali, le quali hanno scelto di intervenire quasi esclusivamente con un contributo sul piano della comunicazione e della pubblicità all'interno della propria azienda.

Le numerose edizioni, l'esperienza degli "addetti ai lavori" e la solidità dei rapporti tra i principali interlocutori del territorio hanno permesso a questa manifestazione di maturare nel tempo diversi punti di forza, facendo emergere pertanto una percezione positiva ed incoraggiante (anche in un'ottica di collaborazioni per le prossime edizioni) riguardo alla qualità delle attività svolte, alla capacità dell'evento di proporsi come traino alla valorizzazione delle risorse del territorio e alla sinergia creata tra gli operatori. Una quota ridotta di imprenditori, in effetti, riflette su ipotesi di cambiamento pensando a quali aspetti potrebbero migliorare l'evento: per il 66,7% risulta già ben organizzato, suggerendo in qualche caso lo spostamento temporale favorendo la de-stagionalizzazione in alcuni periodi dell'anno.

L'orizzonte di miglioramento deve legarsi, più in generale, alle possibilità di sviluppo dell'evento che attualmente si configura come un'esperienza "isolata" e piuttosto slegata dalla fruizione del territorio in termini turistici, criticità che emerge dal richiamo fortemente locale della manifestazione (2,4% di domanda straniera e circa l'80 proviene della stessa provincia di Savona) e, dunque, dalla bassissima incidenza di turisti pernottanti (6,4%).

Il giudizio complessivo del pubblico sull'evento e sull'offerta turistica del territorio mostra, nel complesso, un impatto favorevole attribuendo i punteggi migliori ai luoghi e alla bellezza del contesto che fa da scenario all'evento al coinvolgimento nell'evento di imprese ed operatori e all'ospitalità degli eventi.

Seppure le generali percezioni tra imprenditori e fruitori sull'evento si trovino in linea tra loro, indice di un'omogeneità di giudizio (8,1), è opportuno dare valore alle attese dei turisti e alla effettiva corrispondenza in loco delle aspettative iniziali. Uno spunto di riflessione nasce, ad esempio, sull'importanza attribuita da parte del pubblico ai prodotti dell'artigianato locale, una voce rilevante dell'offerta turistica del territorio che lascia particolarmente soddisfatti i visitatori (superando le attese) ed acquistando un certo peso anche in termini di spesa (dopo il comparto agroalimentare, l'acquisto di produzioni di manifattura artigianale registra gli importi più significativi). Da implementare, in questo senso, l'articolazione di attività extra che possano stimolare i visitatori a scoprire l'offerta del territorio, da esperienza di poche ore a qualche giornata di vacanza, usando gli strumenti della comunicazione, in primis Internet (influisce solo sul 15,2% ed esclusivamente in qualità di contenitore di informazioni) costruendo pacchetti ad hoc anche alla scoperta del patrimonio culturale. La cultura rappresenta, infatti, un ulteriore aspetto da valorizzare (anche alla luce della presenza del comune di Millesimo nella lista dei "Borghi più belli d'Italia") considerando che le aspettative del visitatore registrano una piena soddisfazione e superano le aspettative ma con un quote contenute rispetto ad altri fattori.

Repeaters e clientela nuova, la festa nazionale del Tartufo è per molti un'esperienza da ripetere o da non perdere seguendo il consiglio di chi già ha partecipato: se le tradizioni e i prodotti della terra continueranno ad essere un portavoce dell'identità del territorio è fondamentale fornire al visitatore gli strumenti adatti soprattutto agevolando l'acquisto di soluzioni economiche e pacchetti di itinerari direttamente sul web.

## IL MONITORAGGIO DELL'EVENTO: L'OFFERTA LOCALE E LA DOMANDA

### 1. Il coinvolgimento delle imprese del comune di Millesimo (SV) in occasione dell'evento

La festa nazionale del Tartufo svoltasi nel comune di Millesimo, località che ha ottenuto nel tempo la certificazione di "Città del Tartufo", rappresenta un evento consolidato per il territorio ed un appuntamento fisso giunto nel 2012 alla sua ventesima edizione. Le tradizioni ed i sapori, espressi attraverso gli stand gastronomici di questa tradizionale manifestazione arricchita da iniziative collaterali (musica, artigianato etc,) divengono un "tramite" per il tessuto imprenditoriale del territorio per proporre e far conoscere al pubblico la propria offerta turistica.

Tra le imprese intervistate, l'87,5% sono pubblici esercizi (ristoranti, bar, etc) mentre il 12,5% appartiene al comparto ricettivo.

#### Tipologie di imprese intervistate (%)

Strutture ricettive	12,5
Pubblici esercizi (ristoranti, bar e altro)	87,5
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Unioncamere Liguria

In occasione dell'evento il 43,8% delle imprese (legate al settore del turismo) sceglie di intervenire direttamente supportando la manifestazione, soprattutto, attraverso iniziative di promozione e pubblicità all'interno della propria azienda favorendo, in tal senso, le attività di comunicazione (oltre 7 imprese su 10). Altre modalità di coinvolgimento, che risultano complessivamente meno diffuse (scelte mediamente dal 14,3% degli imprenditori), sono la sponsorizzazione economica dell'iniziativa, la partecipazione con uno stand/desk, l'offerta di degustazioni dei propri prodotti e la fornitura di materiali o supporto tecnico.

Nel complesso sono esclusivamente i pubblici esercizi ad intervenire attivamente nella fiera (50% degli intervistati) e solamente il 14,3% si trova a partecipare per la prima volta.

I benefici dell'evento sono positivi ed estesi a tutto il tessuto imprenditoriale considerando soprattutto la possibilità delle imprese di acquisire, in questa occasione, contatti con nuovi clienti (76,9%) e/o in maniera più diretta registrare un incremento delle vendite (69,2%), e beneficiare di un ritorno di immagine positiva (69,2%).

#### **Riscontri per gli imprenditori dall'evento** (% sul totale imprese con riscontri positivi, possibili più risposte)

Contatti con nuovi clienti	76,9
Incremento delle vendite	69,2
Ritorno di immagine positiva	69,2
Contatti con nuovi fornitori	7,7
Altro	7,7

Fonte: Unioncamere Liguria

Oltre la metà degli imprenditori sono d'accordo nel considerare questa manifestazione un evento fortemente rappresentativo del territorio (57,1%) a cui si unisce il 28,6% che si esprime con meno accento ("abbastanza" rappresentativo). Un'occasione, la fiera, in grado di dare risalto alle peculiarità e alle tradizioni locali favorendo la promozione e la valorizzazione dell'identità del territorio (per quasi tutte le imprese), aspetti importanti su cui puntare in un'ottica di sviluppo turistico e implementazione della domanda, considerando che è proprio l'incremento dei turisti uno dei maggiori contributi portati avanti dalla fiera seguito dalla promozione del territorio e delle produzioni locali.

I prodotti locali rappresentano, inoltre, il principale nesso che lega l'evento al territorio (per il 50% degli operatori) grazie ad una articolazione dell'evento che permette di mettere in luce non solo l'importanza del tartufo (25% delle imprese) ma anche delle produzioni tout court dell'area.

La percezione degli operatori riguardo la fiera del Tartufo, nei suoi tratti principali, è positiva ed il giudizio supera l'8 (da una scala da un minimo di 1 ad un massimo di 10). Tra i punti di forza dell'evento emerge la qualità delle attività svolte durante la manifestazione (punteggio pari ad 8,9) - indice di un'attenzione alla cura nello svolgimento delle diverse iniziative - accanto alla capacità dell'evento di valorizzare la cultura locale (voto: 8,8). Si rivela interessante anche la valutazione relativa al clima di collaborazione e alla sinergia tra operatori (8,7), aspetto importante per rafforzare ulteriormente - ed in modo condiviso - l'evento. Anche aspetti strettamente legati alla manifestazione, come la scelta del



periodo di svolgimento, la location, la presenza di pubblico, il calendario di attività svolte e l'organizzazione dell'evento, sono indicati con punteggi elevati compresi tra l'8,4 ed il 7,9.

Le attività di promozione ed il coinvolgimento dell'impresa sono, nel complesso, gli aspetti che emergono meno rispetto alla fiera: rispettivamente un 7,4 ed un 7,1, giudizi comunque positivi ma che suggeriscono l'importanza di continuare a non sottovalutare nessun aspetto dell'evento.

Per circa il 67% delle imprese l'evento non necessita particolari cambiamenti per la prossima edizione, ad indicare una generale soddisfazione della qualità e dello svolgimento della manifestazione, mentre da parte di una piccola quota di imprenditori si segnalano alcuni suggerimenti: il 13,3% consiglia di spostarla temporalmente favorendo la bassa stagionalità, per il 6,7% è opportuno un maggiore coinvolgimento del territorio e degli operatori, per alcuni è importante integrare l'evento con spettacoli musicali (6,7%) o in alternativa incrementare i giorni dedicati all'evento (6,7%).

## 2. Le caratteristiche e i comportamenti del pubblico che ha partecipato

Il pubblico che partecipa alla Festa nazionale del Tartufo è italiano (solo il 2,4% viene dall'estero) e circa 8 fruitori su 10 raggiungono la località dell'evento dalla provincia stessa di Savona, mentre nel 21,8% dei casi si tratta di visitatori provenienti da altre province italiane. Circa l'86% proviene dalla Liguria e in alternativa dalla Lombardia (11,7%).

### Provenienza dei turisti (%)

Italiani	97,6
Stranieri	2,4
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Unioncamere Liguria

### Provenienza dei turisti italiani (%)

Provincia di Savona	78,2
Altre province italiane	21,8
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Unioncamere Liguria

Quasi la metà dei visitatori sono adulti con un'età compresa tra i 31 e i 50 anni (48,3%), registrando una quota discreta di turisti che superano anche i 50 anni: 16,6% tra i 51 e i 60 e il 18,5% di over 60. Diplomatici (54,5%) o con la laurea (27,5%) i visitatori sono impiegati (32,2%) e in quote minori operai (9,5%), lavoratori autonomi (6,6%) o liberi professionisti (6,2%), segnalando anche pensionati (17,1%) e casalinghe (11,4%).

Esclusi i residenti nel comune di Millesimo i visitatori della fiera scelgono di trascorrere in questa località solamente la giornata senza pernottare in loco (solamente il 6,4% è un turista mentre oltre 9 su 10 sono escursionisti).

### Tipologia del visitatore

% sul totale visitatori non residenti nel comune di Millesimo

	Provincia di Savona	Altre province italiane ed estero	Totale
Escursionisti	100,0	90,9	93,6
Pernottanti	-	9,1	6,4
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Unioncamere Liguria

L'evento risulta attrattivo come si evince dalla quota di fruitori che fanno derivare la visita in questa località proprio dal desiderio di partecipare alla manifestazione (75%) mentre per alcuni l'occasione di visita è riconducibile esclusivamente alle ragioni di vicinanza (il 18% è residente nello stesso comune o già si trovava lì).

La fiera, nelle sue numerose edizioni passate, ha potuto avvicinare una quota di visitatori fedeli che apprezzano l'evento e tornano nuovamente: per la maggior parte del pubblico la partecipazione all'evento, infatti, è un'esperienza già vissuta (64,9%) seppure si registri una buona incidenza di clientela nuova (35,1%).

Circa il 60% dei visitatori della manifestazione ha già partecipato all'evento in passato, motivo per il quale scelgono di ripetere l'esperienza, principale canale di scelta che va ad unirsi con il passaparola positivo di amici/parenti che influenzano, mediamente, il 40% dei visitatori. Anche la pubblicità sulla stampa risulta complessivamente efficace veicolando il 28,4% dei fruitori (specie chi proviene dalle zone limitrofe: 32,3% dalla provincia di Savona), accanto agli articoli sui periodici e quotidiani (14,7%) e alla pubblicità su affissioni (10,9%), risultando convincenti soprattutto per chi vive nei pressi della località. La comunicazione via Internet registra efficacia solamente sul piano informativo più generale (15,2% dei visitatori) mentre quasi nulla l'incidenza delle offerte e/o pacchetti in rete.

Chi partecipa alla fiera si trova, principalmente, in compagnia del proprio partner (33,6%) o con gli amici (31,8%) mentre meno diffusi i casi in cui il pubblico abbia portato con sé la famiglia, inclusi i bambini (17,1%). Il 17,5%, invece, visita da solo la manifestazione.

Il tema della fiera, dedicato al Tartufo e alle sue varie declinazioni, si inserisce nel filone delle tradizioni e delle peculiarità del territorio, aspetti che continuano a vivere anche nell'esperienza della visita all'evento che diventa un momento per degustare i prodotti eno-gastronomici locali (40,8%) e conoscere la cultura locale legata agli eventi folcloristici (vi partecipa il 29,9%), e ai prodotti di manifattura artigianale (26,5%). Il pubblico visita fiere e manifestazioni espositive (28,4%) ed approfitta dell'occasione per scoprire le bellezze naturalistiche del luogo.

In linea con il giudizio espresso dagli imprenditori locali anche il pubblico si sente di valutare la fiera con un punteggio (da 1 a 10) pari ad 8,1, complessivamente positivo: le valutazioni migliori si segnalano nei confronti del contesto e dei luoghi, particolarmente apprezzati, che fanno da scenario all'evento (8,5), il clima ed il coinvolgimento tra imprese ed operatori (8,2), l'ospitalità dei residenti (8,2), la possibilità di scoprire il luogo e la sua identità culturale (8,1). Nello specifico dell'evento viene attribuito un 8 pieno alla qualità dell'organizzazione ed un 7,7 al calendario di attività con qualche carenza nella disponibilità di informazioni sull'evento (7,1). I punteggi più bassi, comunque intorno al 7, sono indicati soprattutto al sistema territoriale in termini di segnaletica turistica (7,5) ed efficienza dei trasporti e collegamenti (7,3).

Anche l'offerta turistica della località viene giudicata, complessivamente, con un 8,1 facendo emergere, ancora una volta, la bellezza della location (8,9) accanto ad una soddisfazione sulla qualità degli alberghi (8,2) all'ospitalità dei residenti (8,2), entrando poi nel merito degli eventi: di qualità (voto: 8) e ben organizzati (7,9). Vengono attribuiti punteggi alti anche alla pulizia dei luoghi (7,9) e alla qualità dei ristoranti (7,8) mentre anche in questo caso, più incerte nel complesso le valutazioni che riguardano la qualità delle informazioni/seгнаletica (7,4), la logistica e i trasporti (7,2) e la disponibilità di informazioni sul programma (7,1).

L'analisi delle aspettative del visitatore prima dell'evento e il riscontro effettivo in loco mette in luce la forte soddisfazione del pubblico nei confronti dell'offerta legata ai prodotti dell'artigianato, su cui i fruitori riversano le principali attese (50,2%) ed in grado di soddisfare una quota ancora più alta di visitatori (56,4%). Per quanto concerne gli altri aspetti dell'offerta si segnala un interesse soprattutto verso la buona cucina (48,3%), il sistema di intrattenimento (35,5%) accanto al desiderio di trovare un buon rapporto qualità/prezzo (30,8%) ed una buona organizzazione turistica della località (29,9%), fattori importanti – da monitorare – perché non perfettamente in linea (seppure di poco) con le richieste iniziali

dei visitatori. Oltre le aspettative, invece, l'offerta culturale del territorio: scoperta delle risorse culturali (richiesta dal 25,6% e riscontrata nel 30,3% dei casi), l'arricchimento culturale (20,9% rispetto al 25,1% che ne è effettivamente soddisfatto in loco) e il valore artistico e archeologico (rispettivamente il 13,2% ed il 15,2%). La percezione del visitatore sull'evento è positiva ed arricchita dal desiderio di tornare nuovamente sul territorio: l'89% infatti è intenzionato a tornare nella provincia di Savona (61,5% l'anno prossimo ed il 27,5% non sa ancora quando precisamente) e quasi tutti consiglierebbero di venire in vacanza in questa località.

Per quanto concerne l'impatto economico prodotto dai visitatori in occasione della Festa del Tartufo si segnala una spesa giornaliera di circa 38 euro, importo che va a confluire soprattutto nel comparto agroalimentare: il 57,3% spende in media 20 euro al giorno per pasti consumati presso ristoranti, pizzerie, bar, caffè, pasticcerie mentre il 52,6% acquista prodotti enogastronomici per circa 18 euro pro-capite. Segue la spesa per i prodotti di artigianato locale, che coinvolge mediamente il 35,5% dei visitatori (20 euro al giorno), a cui si aggiunge lo shopping di abbigliamento e accessori (11,4% per 18 euro) e l'acquisto di souvenir (10,9% per quasi 16 euro). Il 19% dei visitatori spende quasi 7 euro per i trasporti mentre quasi nulla è la spesa relativa alle attività ricreative.

### Canali della comunicazione che influenzano la scelta dell'evento

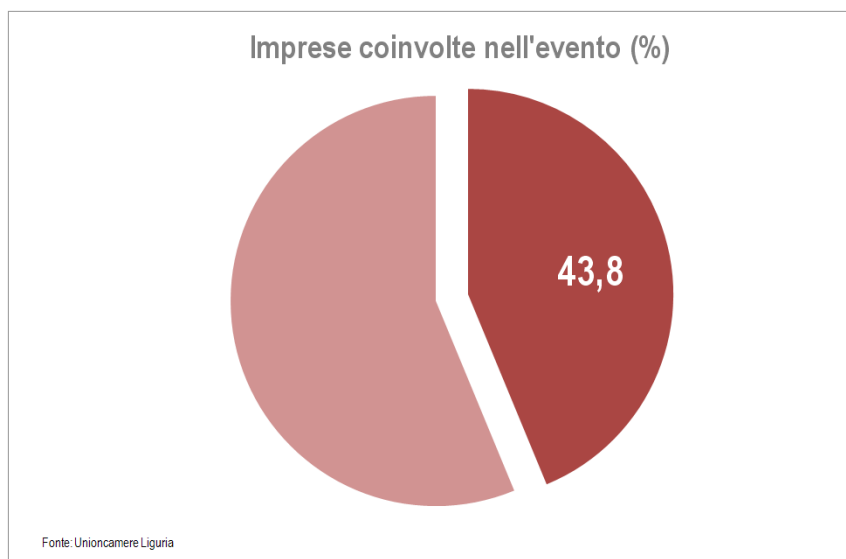
possibili più risposte, % sul totale visitatori

	Provincia di Savona	Altre province italiane ed estero	Totale
C'ero già stato	65,2	44,0	60,2
Consiglio di amici/parenti	39,1	42,0	39,8
Pubblicità sulla stampa	32,3	16,0	28,4
Informazioni su internet	16,1	12,0	15,2
Articoli/redazionali/su periodici/Quotidiani	16,1	10,0	14,7
Pubblicità su affissioni	14,3	-	10,9
Offerte su internet	1,2	-	0,9
Consiglio di enti/uffici turistici presso cui mi sono recato	-	2,0	0,5
Consiglio dell'associazione/gruppo di cui faccio parte	0,6	-	0,5
Pubblicità alla radio	0,6	-	0,5
Cataloghi/Depliant di agenzie di viaggi	0,6	-	0,5
Altro	1,2	2,0	1,4

Fonte: Unioncamere Liguria

## Allegato statistico

### Analisi dell'offerta



#### Imprese coinvolte nell'evento (%)

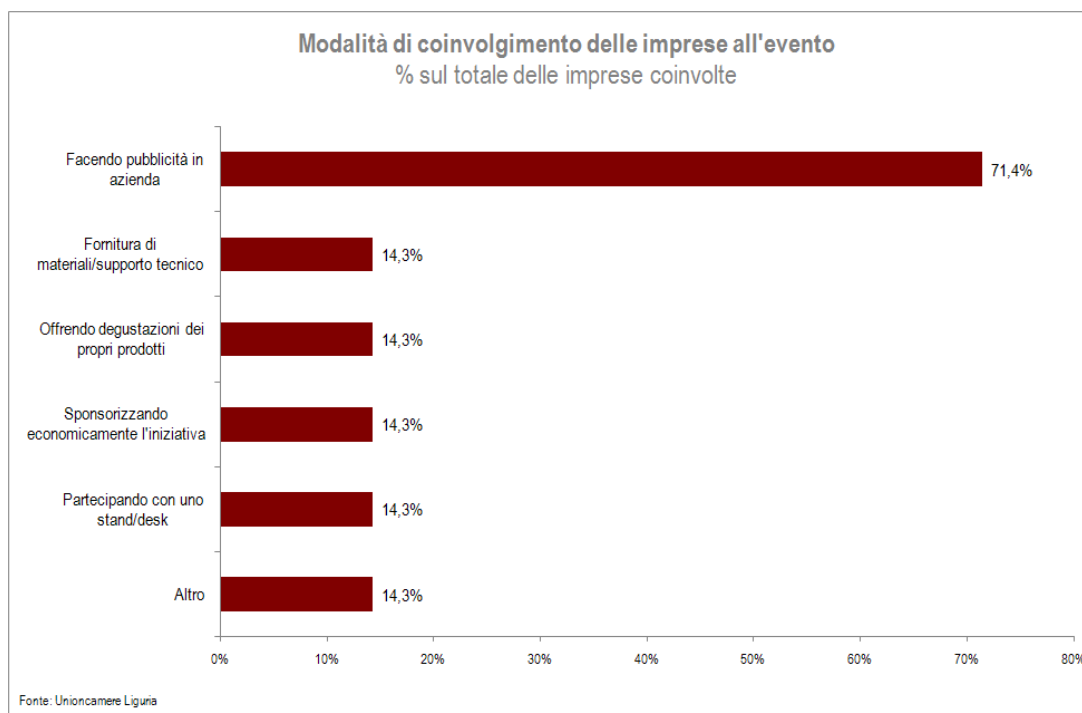
	Sì	No	Totale
Strutture ricettive	-	100,0	100,0
Pubblici esercizi (ristoranti, bar e altro)	50,0	50,0	100,0
<b>Totale</b>	<b>43,8</b>	<b>56,3</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Unioncamere Liguria

#### Imprese coinvolte per la prima volta nell'evento (%)

	Sì	No	Totale
Strutture ricettive	-	-	-
Pubblici esercizi (ristoranti, bar e altro)	14,3	85,7	100,0
<b>Totale</b>	<b>14,3</b>	<b>85,7</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Unioncamere Liguria



**Modalità di coinvolgimento/partecipazione delle imprese all'evento (%)**  
% sul totale delle imprese coinvolte

Facendo pubblicità in azienda	71,4
Partecipando con uno stand/desk	14,3
Sponsorizzando economicamente l'iniziativa	14,3
Offrendo degustazioni dei propri prodotti	14,3
Fornitura di materiali/supporto tecnico	14,3
Altro	14,3

Fonte: Unioncamere Liguria

### Quanto le imprese ritengono che gli eventi siano rappresentativi del territorio (%)

Molto	57,1
Abbastanza	28,6
Poco	14,3
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Unioncamere Liguria

### Contributo dell'evento alla promozione e valorizzazione dell'identità del territorio (%)

Si	93,8
No	6,3
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>

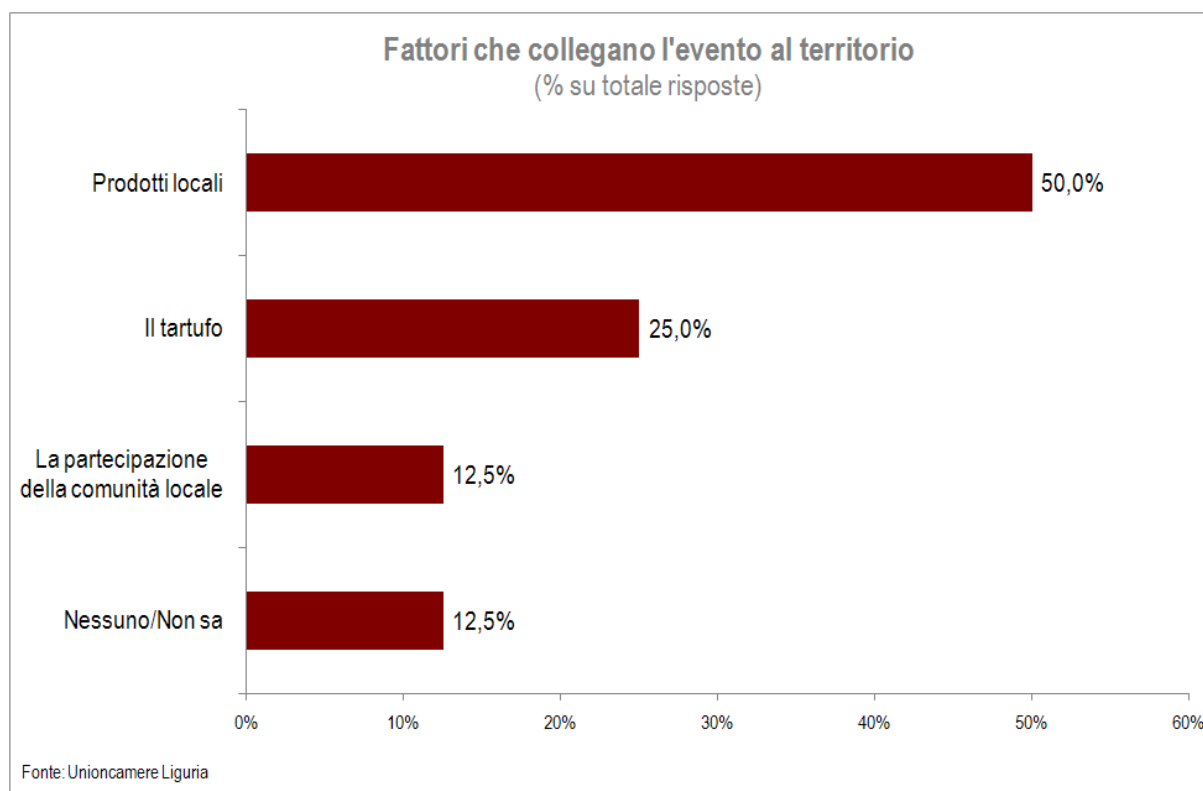
Fonte: Unioncamere Liguria

### L'evento ha contribuito a promuovere e valorizzare l'identità del territorio...

<b>Si, in che modo</b>	(% sul totale risposte positive)
Incremento clienti/turisti	66,7
Promozione del territorio e delle produzioni locali	26,7
<b>Altro</b>	<b>6,7</b>

Fonte: Unioncamere Liguria



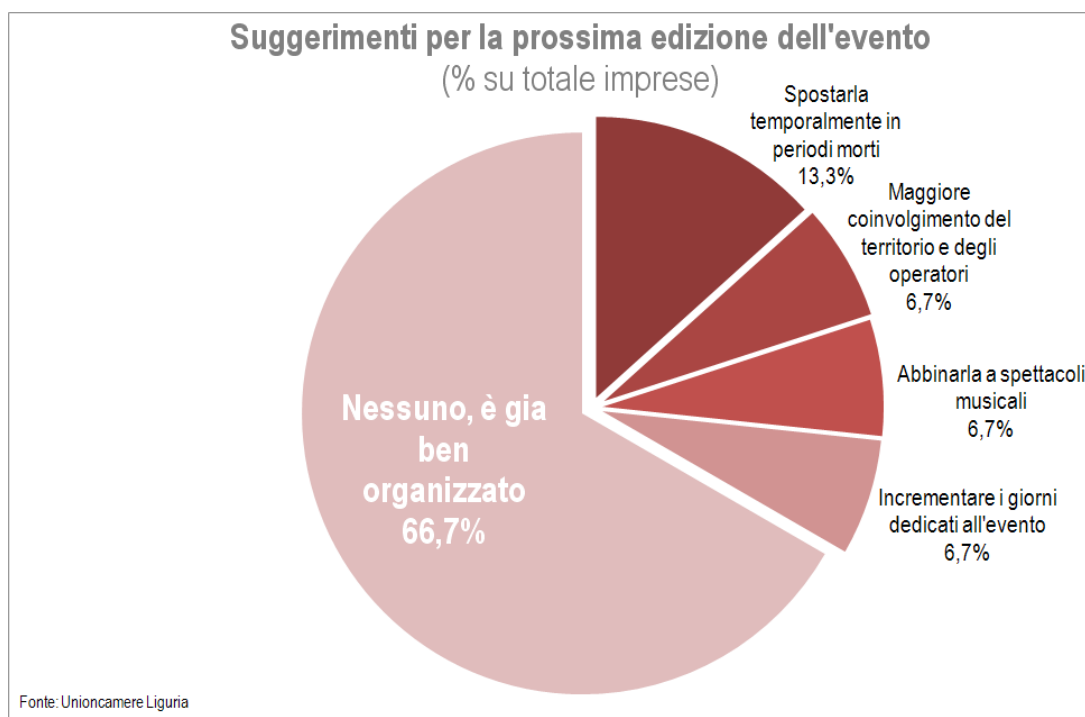


### Il giudizio su alcuni aspetti della manifestazione

(voto medio, valori da 1 a 10)

Qualità delle attività svolte	8,9
Valorizzazione della cultura locale	8,8
Sinergie con altri operatori	8,7
Periodo di svolgimento della manifestazione	8,4
Luoghi in cui si svolge la manifestazione	8,2
Presenza di pubblico	8,1
Calendario delle attività svolte	8,0
Organizzazione della manifestazione	7,9
Attività di promozione	7,4
Coinvolgimento dell'impresa	7,1
<u>Giudizio complessivo sulla manifestazione</u>	<u>8,1</u>

Fonte: Unioncamere Liguria



## Analisi della domanda

### Regione di provenienza dei turisti italiani (%)

Liguria	85,9
Lombardia	11,7
Piemonte	1,0
Sardegna	1,0
Valle d'Aosta	0,5
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Unioncamere Liguria

### Paese di provenienza dei turisti stranieri (%)

Francia	60,0
Brasile	20,0
Spagna	20,0
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Unioncamere Liguria

<b>Identikit del visitatore (%)</b>			
	Provincia di Savona	Altre province italiane ed estero	Totale
<b>Sesso</b>			
Maschio	52,8	66,0	55,9
Femmina	47,2	34,0	44,1
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Età</b>			
fino a 20 anni	3,7	2,0	3,3
da 21 a 30 anni	15,5	6,0	13,3
da 31 a 40 anni	26,7	22,0	25,6
da 41 a 50 anni	18,6	36,0	22,7
da 51 a 60 anni	18,0	12,0	16,6
oltre 60 anni	17,4	22,0	18,5
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Titolo di studio</b>			
Scuola media inferiore	5,6	2,0	4,7
Diploma di scuola media inferiore	16,1	6,0	13,7
Diploma di scuola media superiore	51,6	62,0	54,0
Laurea	26,7	30,0	27,5
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Condizione professionale</b>			
Dirigente	1,9	2,0	1,9
Impiegato	34,8	24,0	32,2
Operaio	10,6	6,0	9,5
Imprenditore	-	4,0	0,9
Libero professionista	4,3	12,0	6,2
Lavoratore autonomo	4,3	14,0	6,6
Commerciante	0,6	4,0	1,4
Rappresentante	-	2,0	0,5
Casalinga	13,0	6,0	11,4
Studente	6,8	-	5,2
Pensionato	16,8	18,0	17,1
Disoccupato	5,6	4,0	5,2
Altro	1,2	4,0	1,9
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Unioncamere Liguria



**Ragione principale della visita o del soggiorno (%)**

	Provincia di Savona	Altre province italiane ed estero	Totale
Partecipare a questo evento	72,0	84,0	74,9
Sono residente in questo comune, mi trovo già qui	23,6	-	18,0
Sono in visita a parenti/amici	1,2	12,0	3,8
Per curiosità	2,5	4,0	2,8
Altro	0,6	-	0,5
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Unioncamere Liguria

### Quota di visitatori che sono coinvolti per la prima volta nell'evento (%)

	Provincia di Savona	Altre province italiane ed estero	Totale
Si	31,7	46,0	35,1
No	68,3	54,0	64,9
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Unioncamere Liguria

### Compagnia durante l'evento (%)

	Provincia di Savona	Altre province italiane ed estero	Totale
Da solo	20,5	8,0	17,5
Con gli amici	33,5	26,0	31,8
Con mia moglie/mio marito	28,6	50,0	33,6
In famiglia, con i bambini	17,4	16,0	17,1
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Unioncamere Liguria

### Attività svolte durante il soggiorno possibili più risposte; % sul totale visitatori

	Provincia di Savona	Altre province italiane ed estero	Totale
Ho degustato i prodotti eno-gastronomici locali	42,2	36,0	40,8
Ho partecipato ad eventi folcloristici e cultura locale	29,8	30,0	29,9
Ho visitato fiere e manifestazioni espositive	29,2	26,0	28,4
Ho acquistato prodotti tipici e dell'artigianato locale	26,1	28,0	26,5
Ho visitato le bellezze naturalistiche del luogo	20,5	22,0	20,9
Ho visitato mostre e musei	11,2	28,0	15,2
Ho fatto shopping	14,3	12,0	13,7
Ho assistito a spettacoli musicali	5,6	16,0	8,1
Ho visitato i monumenti e i siti di interesse archeologico	1,2	6,0	2,4
Ho assistito a spettacoli teatrali o cinematografici	1,2	-	0,9
Ho effettuato visite, escursioni, gite guidate	0,6	-	0,5

Fonte: Unioncamere Liguria

### Giudizio medio con voto da 1 a 10 sui seguenti aspetti dell'evento

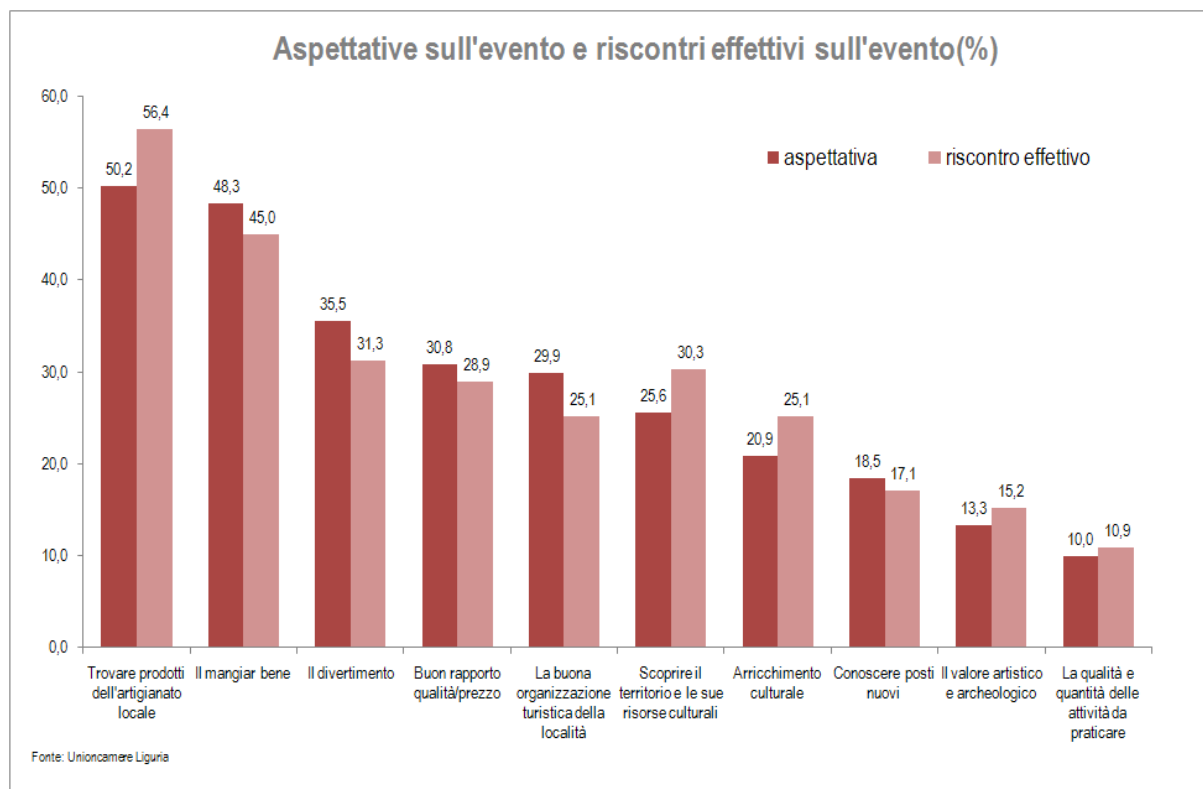
	Provincia di Savona	Altre province italiane ed estero	Totale
La bellezza dei luoghi che fanno da scenario all'evento	8,4	8,7	8,5
Il coinvolgimento nell'evento di imprese ed operatori	8,1	8,5	8,2
L'ospitalità dei residenti	8,1	8,3	8,2
La scoperta del luogo e della sua identità culturale	8,0	8,2	8,1
La qualità dell'organizzazione dell'evento	8,0	8,2	8,0
Il calendario di attività dell'evento	7,6	7,9	7,7
La qualità delle informazioni/ segnaletica turistica	7,5	7,4	7,5
L'efficienza dei trasporti/collegamenti	7,2	7,6	7,3
La disponibilità di informazioni sul programma	7,2	6,9	7,1
<b>Giudizio complessivo sull'evento</b>	<b>8,0</b>	<b>8,5</b>	<b>8,1</b>

Fonte: Unioncamere Liguria

### Giudizio medio con voto da 1 a 10 sui seguenti aspetti dell'offerta turistica del luogo

	Provincia di Savona	Altre province italiane ed estero	Totale
La bellezza dei luoghi che fanno da scenario all'evento	9,0	8,7	8,9
La qualità degli alberghi	8,1	8,4	8,2
L'ospitalità dei residenti	8,2	8,3	8,2
La qualità degli eventi	7,9	8,3	8,0
La qualità dell'organizzazione degli eventi	7,8	8,2	7,9
La pulizia dei luoghi	7,9	8,2	7,9
La qualità dei ristoranti	7,9	7,7	7,8
La qualità delle informazioni/ segnaletica turistica	7,3	7,5	7,4
L'efficienza dei trasporti, collegamenti	7,1	7,5	7,2
La disponibilità di informazioni sul programma	7,1	7,0	7,1
<b>Giudizio complessivo</b>	<b>8,0</b>	<b>8,0</b>	<b>8,1</b>

Fonte: Unioncamere Liguria



#### Quota di visitatori che pensa di tornare nella provincia di Savona (%)

	Provincia di Savona	Altre province italiane ed estero	Totale
Si, il prossimo anno	60,0	66,7	61,5
Si, ma non so quando	29,0	22,2	27,5
Non credo	11,0	11,1	11,0
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Unioncamere Liguria

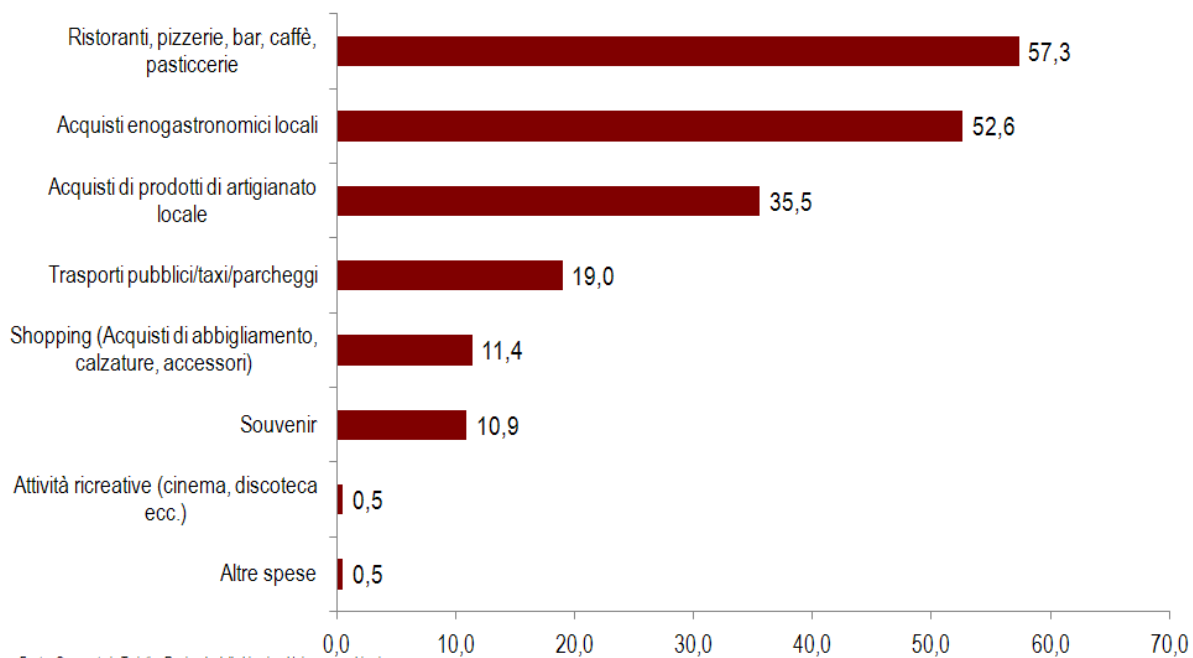
#### Quota di visitatori che consiglierebbe di venire in vacanza nella provincia di Savona (%)

	Provincia di Savona	Altre province italiane ed estero	Totale
Si	90,6	100,0	92,5
No	9,4	-	7,5
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Unioncamere Liguria



### Quota di visitatori che effettua ogni singola voce di spesa (% su totale visitatori)



### Quota di visitatori per classe di spesa (%)

	Provincia di Savona	Altre province italiane ed estero	Totale
da 0 a 30	63,4	74,0	65,9
da 31 a 60	19,3	18,0	19,0
da 61 a 90	8,7	6,0	8,1
Oltre 90	8,7	2,0	7,1
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

#### Spesa media (escluso l'alloggio)

<b>Spesa media giornaliera</b>	<b>28,62</b>	<b>63,72</b>	<b>37,84</b>
--------------------------------	--------------	--------------	--------------

Fonte: Unioncamere Liguria

**Spesa media**

(valori in euro)

	Provincia di Savona	Altre province italiane ed estero	Totale
<b>Agroalimentare</b>			
Ristoranti, pizzerie, bar, caffè, pasticcerie	14,37	33,86	20,33
Acquisti enogastronomici locali	15,86	24,48	18,12
<b>Trasporti</b>			
Trasporti pubblici/taxi/parcheggi	6,45	18,00	6,74
<b>Shopping</b>			
Acquisti di prodotti di artigianato locale	18,38	23,15	20,09
Shopping (Acquisti di abbigliamento, calzature, accessori)	15,06	24,38	18,17
Souvenir	17,50	15,11	15,63
<b>Attività culturali e ricreative</b>			
Attività ricreative (cinema, discoteca ecc.)	13,00	-	13,00
<b>Spesa media totale</b>	<b>28,62</b>	<b>63,72</b>	<b>37,84</b>

Fonte: Unioncamere Liguria

## Nota metodologica

### Indagine alle imprese

Nei giorni successivi all'evento "Festa del Tartufo" sono state contattate 16<sup>1</sup> imprese del comune di Millesimo in provincia di Savona per capire cosa gli operatori pensano della manifestazione. La rilevazione si è svolta nei giorni successivi all'evento.

Le imprese che conoscono l'evento e che hanno completato l'intervista sono le seguenti:

#### Tipologie di imprese intervistate

Strutture ricettive	2
Pubblici esercizi (ristoranti, bar e altro)	14
<b>Totale</b>	<b>16</b>

Fonte: Unioncamere Liguria

### Indagine al pubblico che ha partecipato all'evento

L'indagine field a mezzo questionario direttamente somministrato si è rivolta a circa 211 partecipanti presenti a Millesimo durante l'evento "Festa del Tartufo". Le interviste sono state rivolte sia a turisti pernottanti che agli escursionisti.

Le domande miravano a rilevare le caratteristiche strutturali del turista (età, provenienza, sesso, titolo di studio e professione), i comportamenti turistici (tipologia di alloggio, canali di influenza, soddisfazione e valutazione del soggiorno svolto) e l'importo della spesa individuale.

#### Provenienza dei turisti (%)

Italiani	206
Stranieri	5
<b>Totale</b>	<b>211</b>

Fonte: Unioncamere Liguria

<sup>1</sup> Imprese in attività che hanno collaborato rispondendo al questionario sul totale di quelle contattate.