



Risultati dell'indagine conoscitiva
della GTA
Grande Traversata delle Alpi

PROOGETTO: La Grande Traversata delle Alpi (GTA) è un itinerario escursionistico mitico (**1000 km, 60.000 m di dislivello**), che conduce dal cuore delle Alpi al mare, articolato su una rete di sentieri e di posti tappa. La GTA nasce negli anni Settanta, su iniziativa di appassionati escursionisti, al fine di promuovere un diverso turismo alpino: un turismo a piedi che offre una conoscenza del territorio diversa e più approfondita. Per l'anno 2012 Turismo Torino e Provincia ha condotto un'analisi conoscitiva finalizzata alla creazione di prodotti ad hoc per le tratte del territorio di competenza oltre che a delineare l'escursionista tipo della GTA.



METODOLOGIA DI RICERCA: Durante l'estate 2012 (giugno – settembre) sono stati somministrati presso i principali posti tappa, i questionari qualitativi. Complessivamente ne sono stati raccolti 200 tra italiano, inglese e tedesco.

POSTI TAPPA:

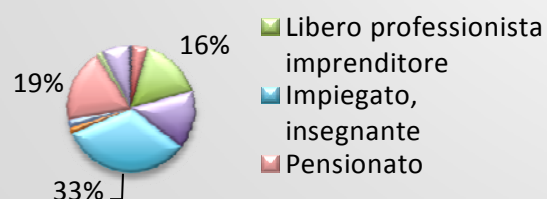
- Agriturismo Pzit Rei
- Albergo Setugrino
- Albergo Furnasa
- Agriturismo Aquila Bianca
- Rifugio il Truc
- Agriturismo Belvedere
- Rifugio Les Montagnards
- Agriturismo Le Capanne
- Rifugio le Fonti
- Affittacamere Gran Paradiso

RISULTATI DELL'ANALISI

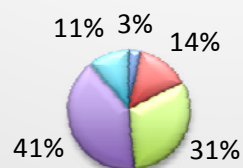
IDENTIKIT ESCURSIONISTA:

- Provenienza: **Germania 64%**
- Sesso: **maschio 58%**
- Età: **tra 50 e 65 anni 41%**
- Condizione occupazionale: **impiegato/insegnante 33%**
- L'86,4% è un **escursionista esperto** della GTA
- Il 37% ha scoperto la GTA **leggendo guide turistiche** mentre il **22% articoli e riviste.**

Condizione occupazionale

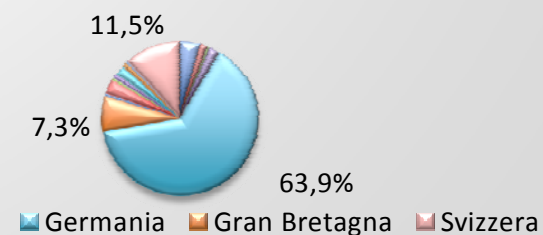


Età

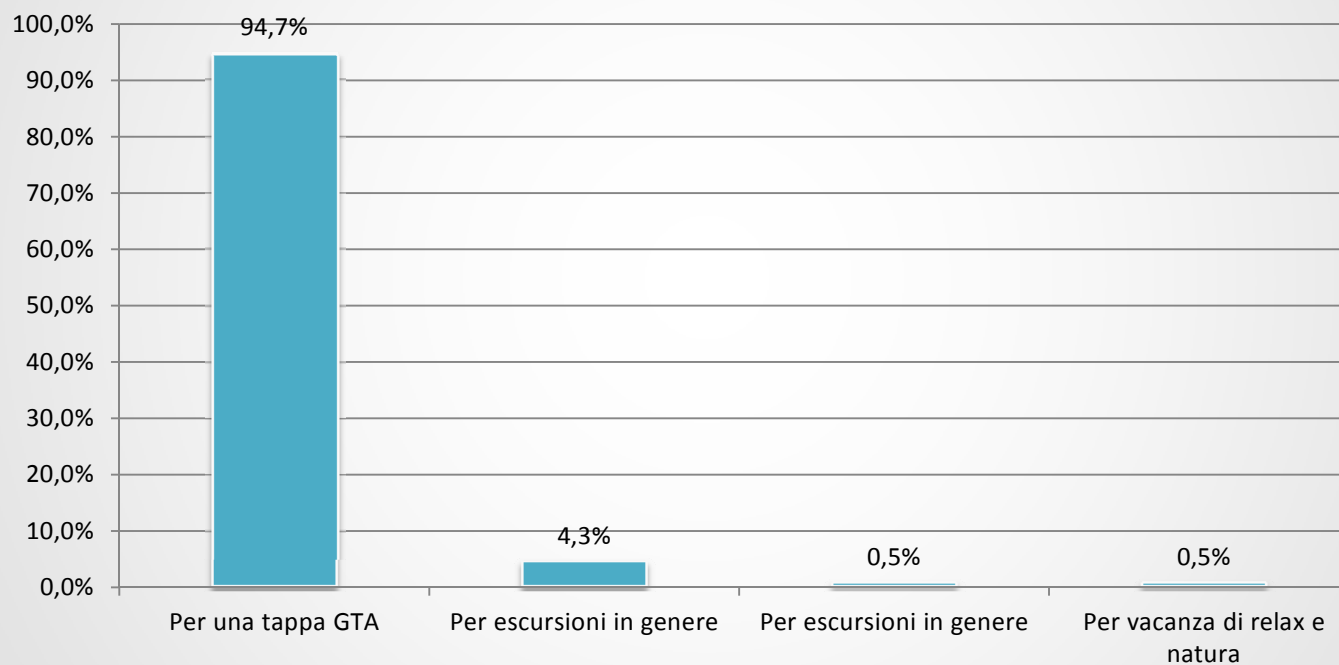


- Tra 25 e 35 anni
- Tra 36 e 50 anni
- Tra 51 e 65 anni

Nazionalità di provenienza

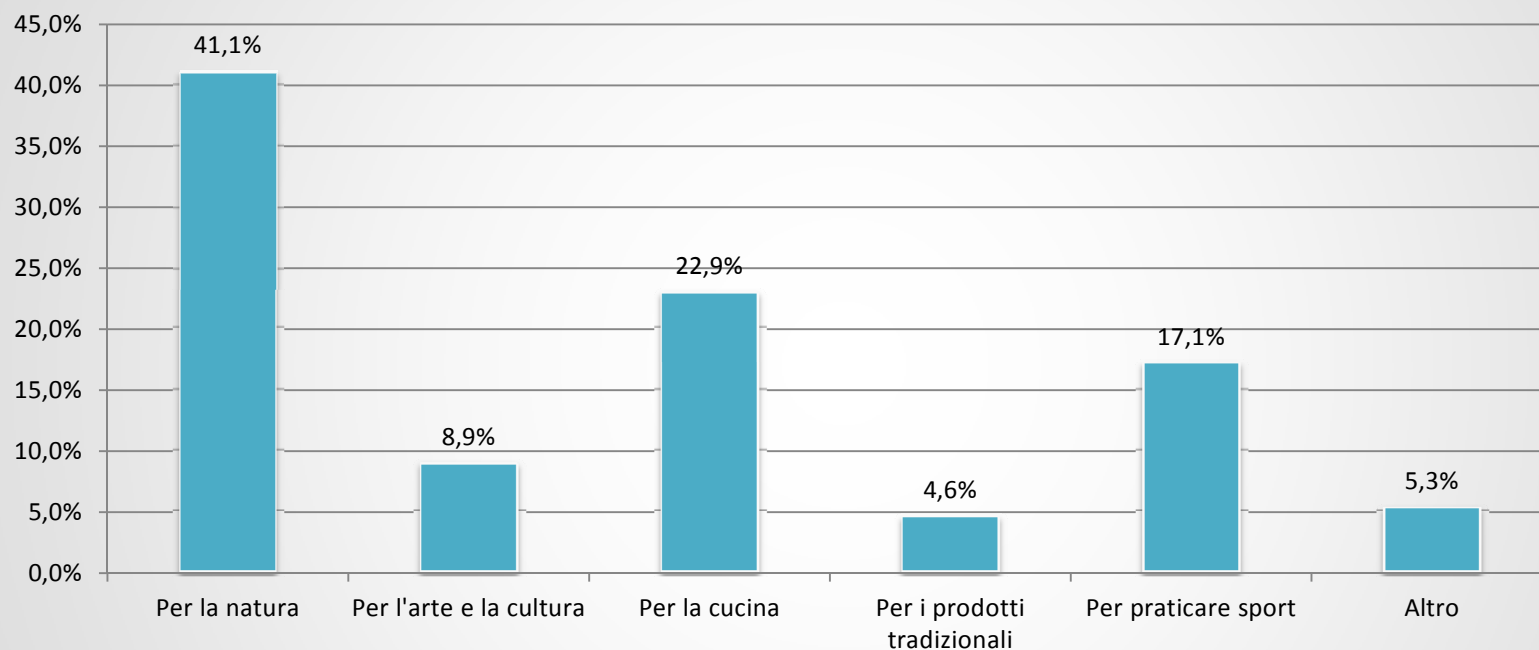


➤ Motivo del pernottamento



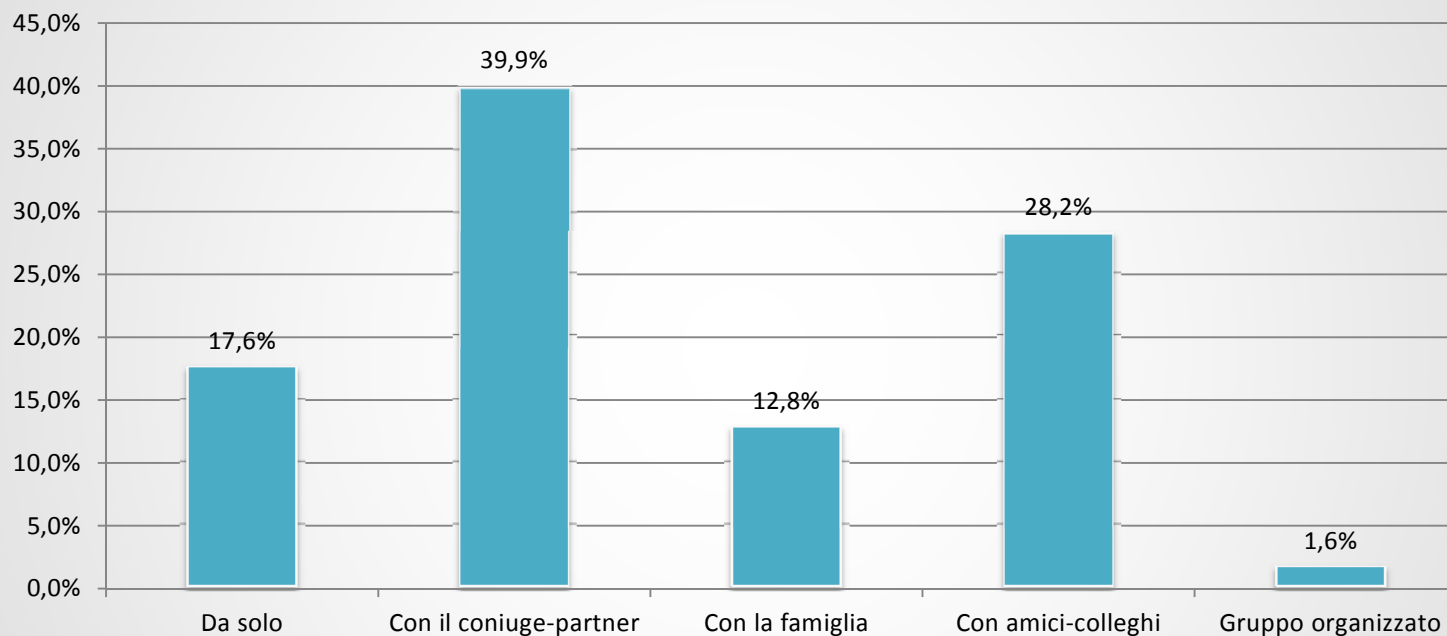
- Per una tappa GTA 94,7%
- Per escursioni in genere 4,3%

➤ Perché ha deciso di percorrere la GTA



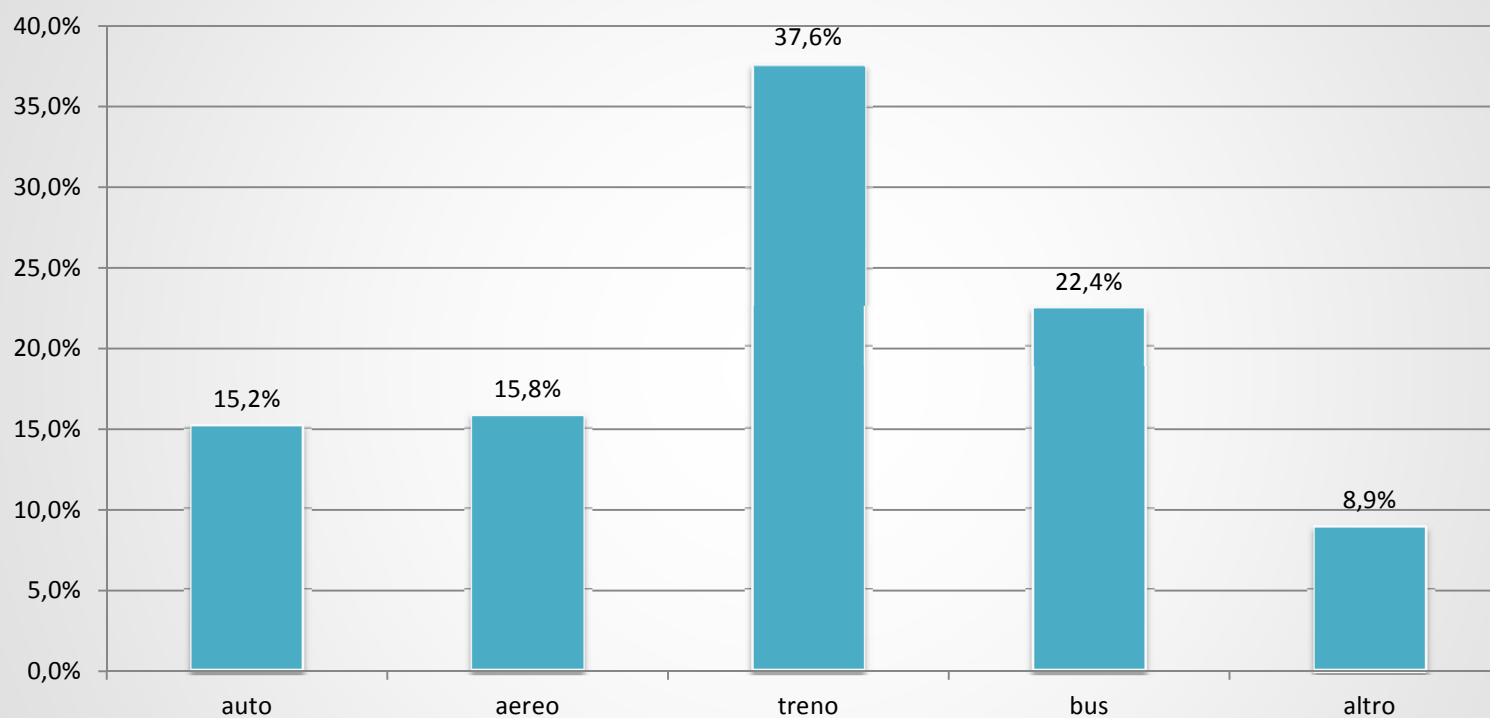
- Per la natura 41,1%
- Per la cucina 23%
- Per praticare sport 17,1%

➤ Con chi sta compiendo questo viaggio



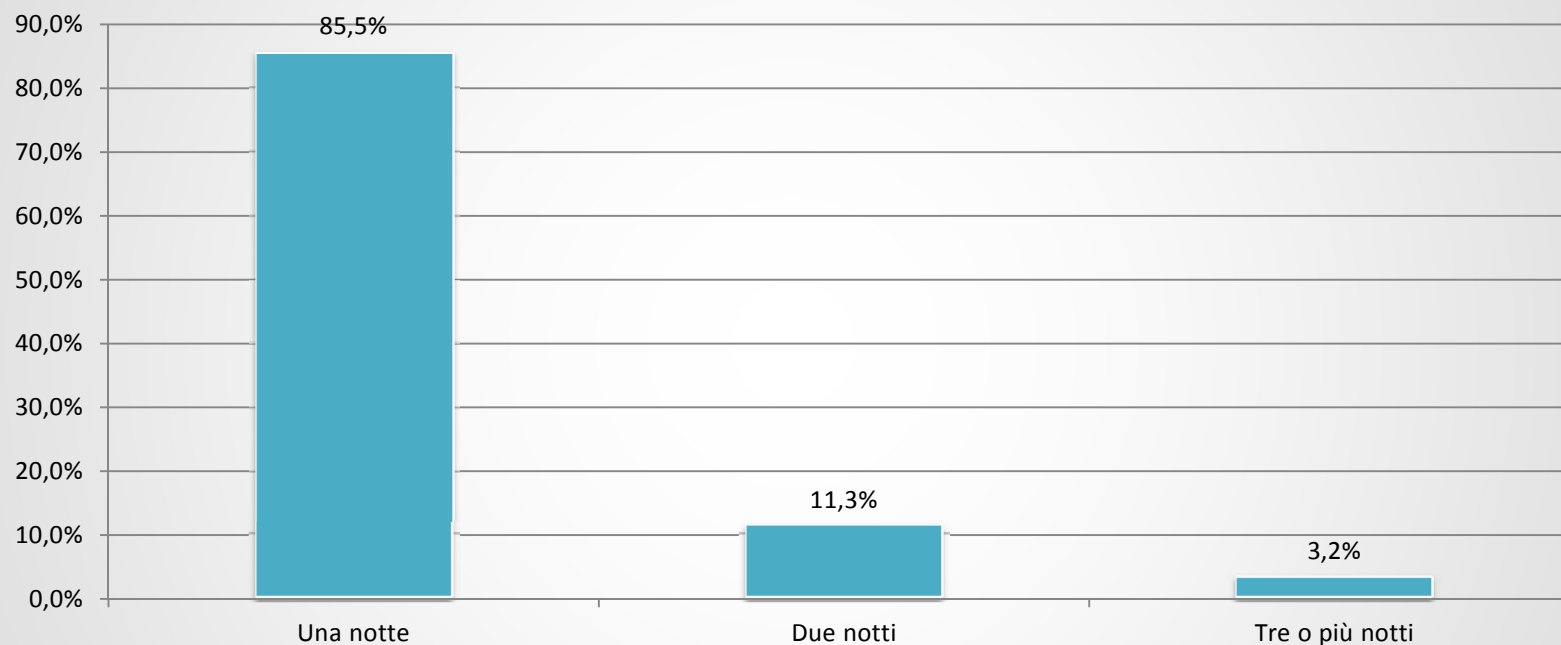
- Con il coniuge-partner 40%
- Con amici-collegli 28,2%
- Da solo 17,6%

➤ Mezzo di trasporto utilizzato



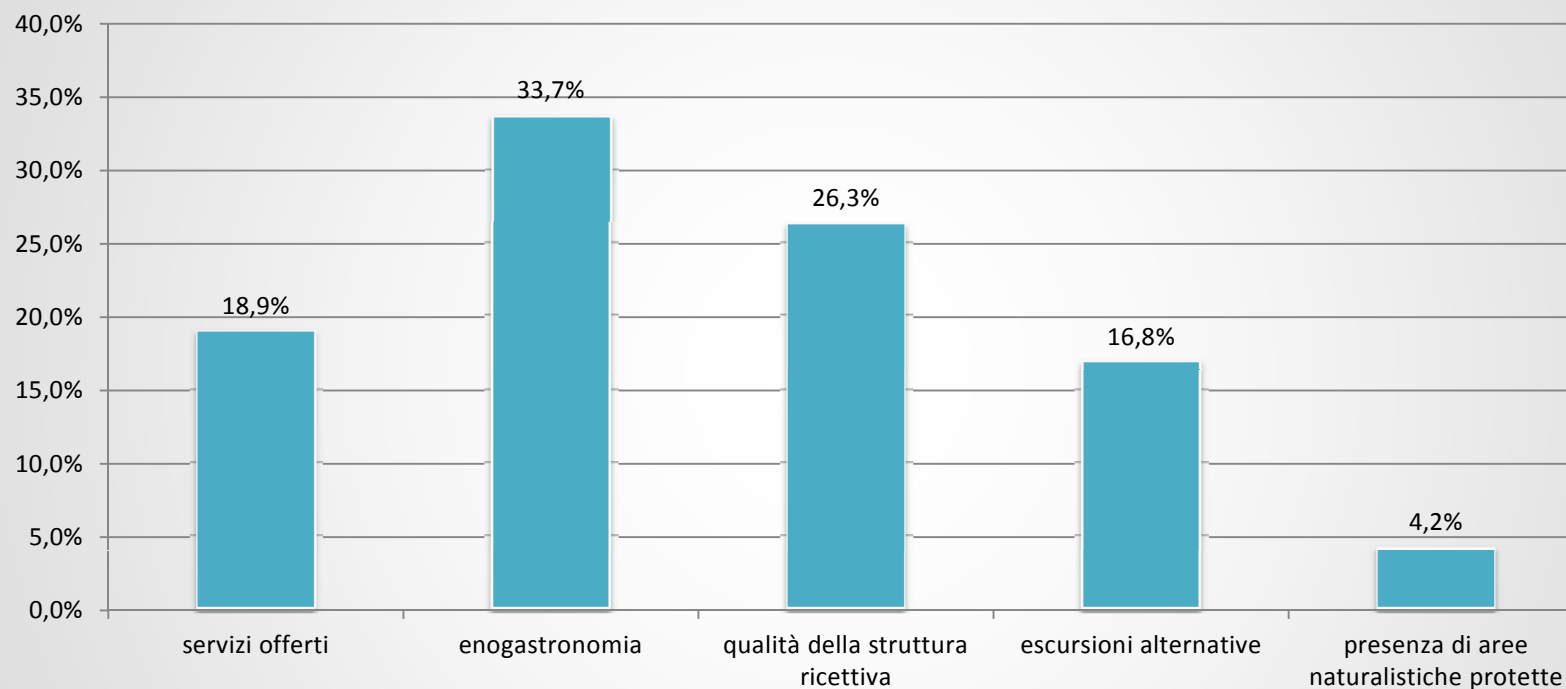
- Treno 37,6%
- Bus 22,4%
- Aereo 15,8%

➤ Durata del soggiorno



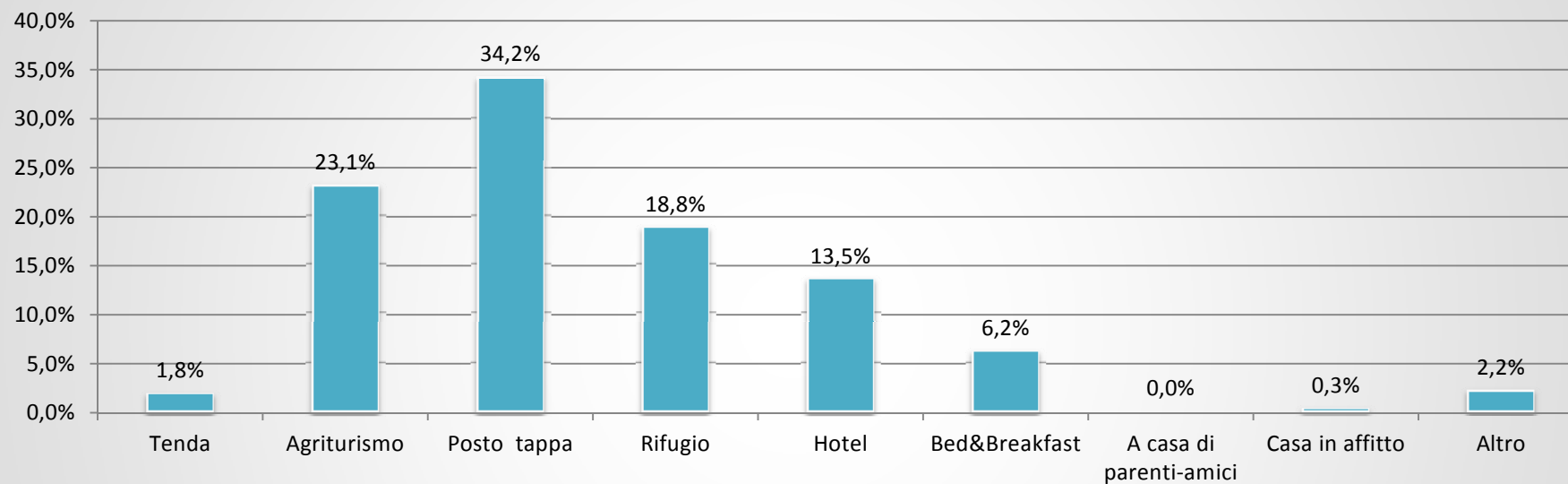
- Una notte 85,5%
- Due notti 11,3%
- Tre o più notti 3,2%

➤ Cosa ha apprezzato della località del posto tappa



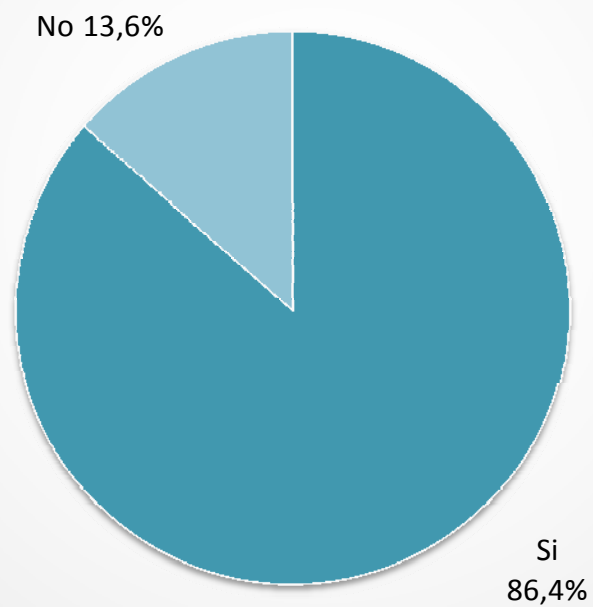
- Enogastronomia 37,7%
- Qualità della struttura ricettiva 26,3%
- Servizi offerti 19%

➤ Dove ha alloggiato

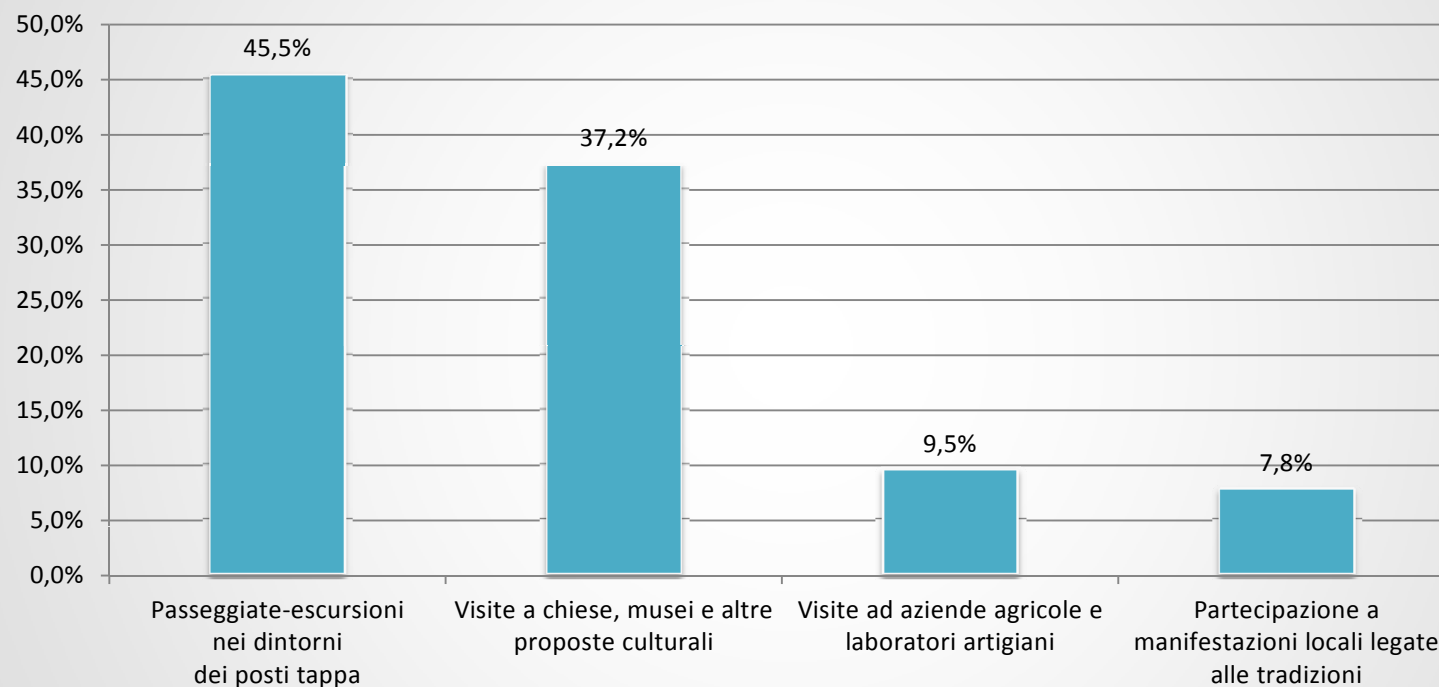


- Posto tappa 34,2%
- Agriturismo 23%
- Rifugio 18,8%

➤ Ha già percorso altre tappe

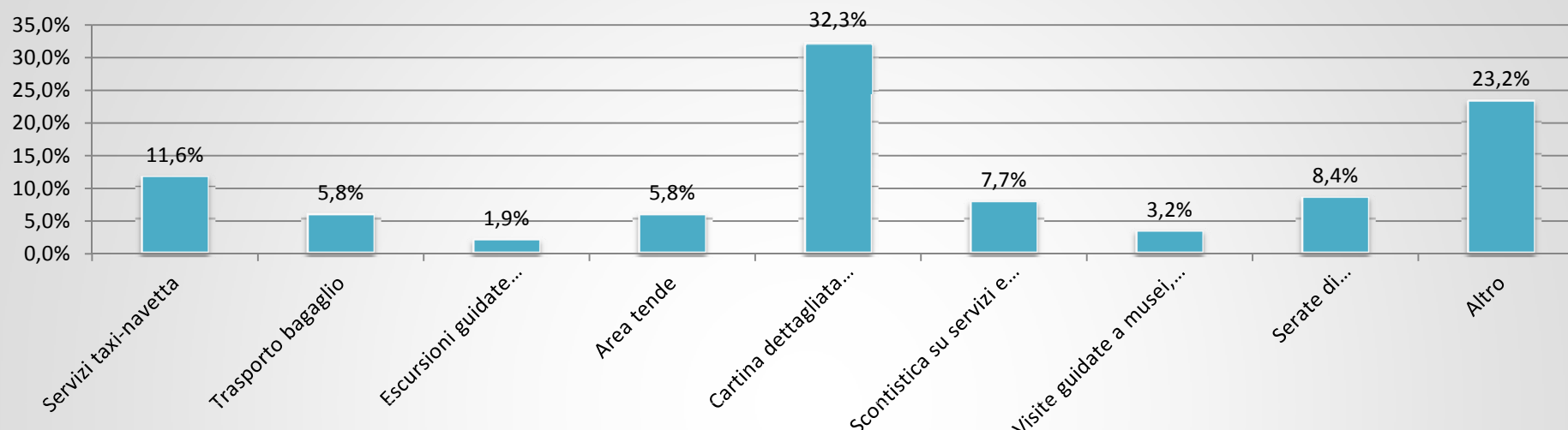


➤ Attività svolte lungo il percorso



- Passeggiate-escursioni nei dintorni dei posti tappa 45,5%
- Visite a chiese, musei e altre proposte culturali 37,2%
- Visite ad aziende agricole e laboratori artigianali 9,5%

➤ Quali servizi avrebbe voluto trovare

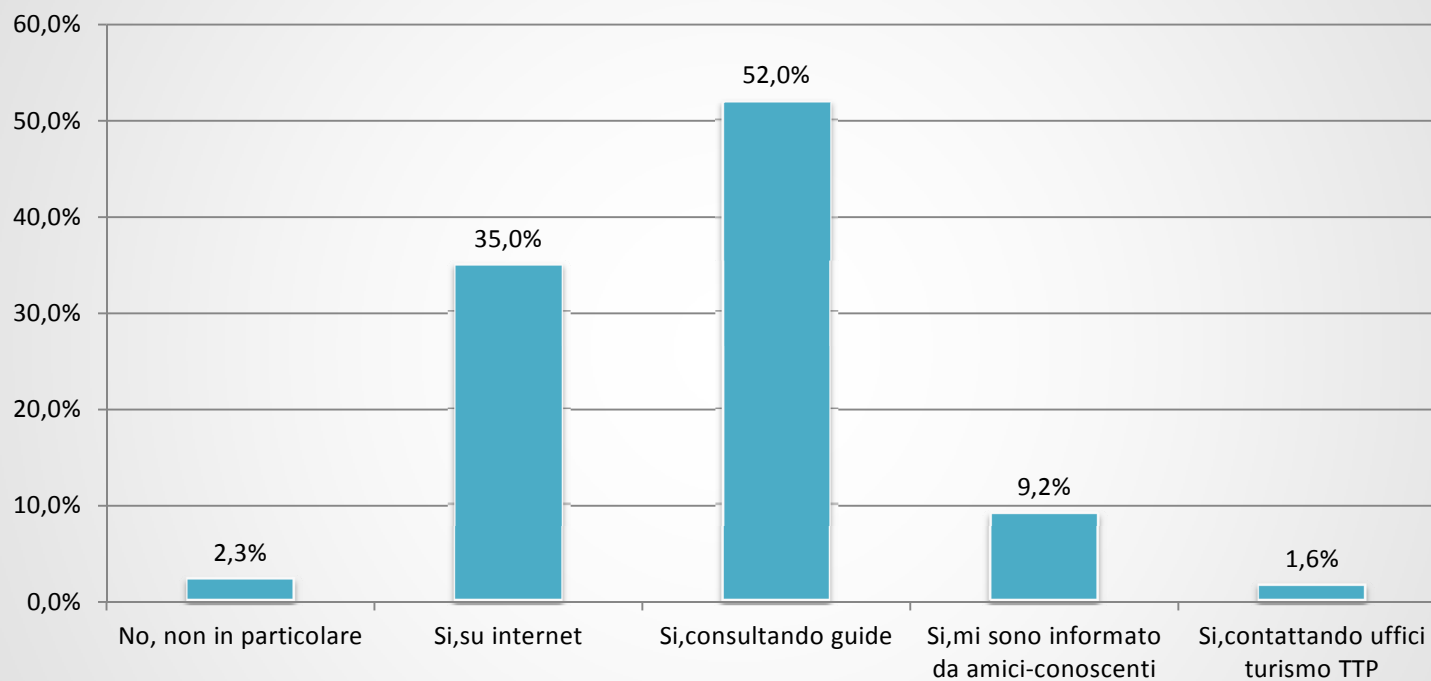


•Altro:

- Migliore segnaletica e manutenzione dei sentieri, segnalati in particolare quelli di Usseglio.
- Sconti e riduzioni per studenti e bambini
- Più punti di sosta, bivacchi e posti tenda
- Possibilità di lavare i vestiti
- Mezza pensione
- Più pulizia dei posti tappa, in particolare posto tappa di Talosio
- Più informazioni su natura e tradizioni del luogo
- Maggiori informazioni sui mezzi di trasporto
- Informazioni in lingua inglese e tedesca

- Cartina dettagliata del percorso 32,3%
- Altro 23,2% *
- Servizi taxi-navetta 11,6%

➤ Ha cercato informazioni

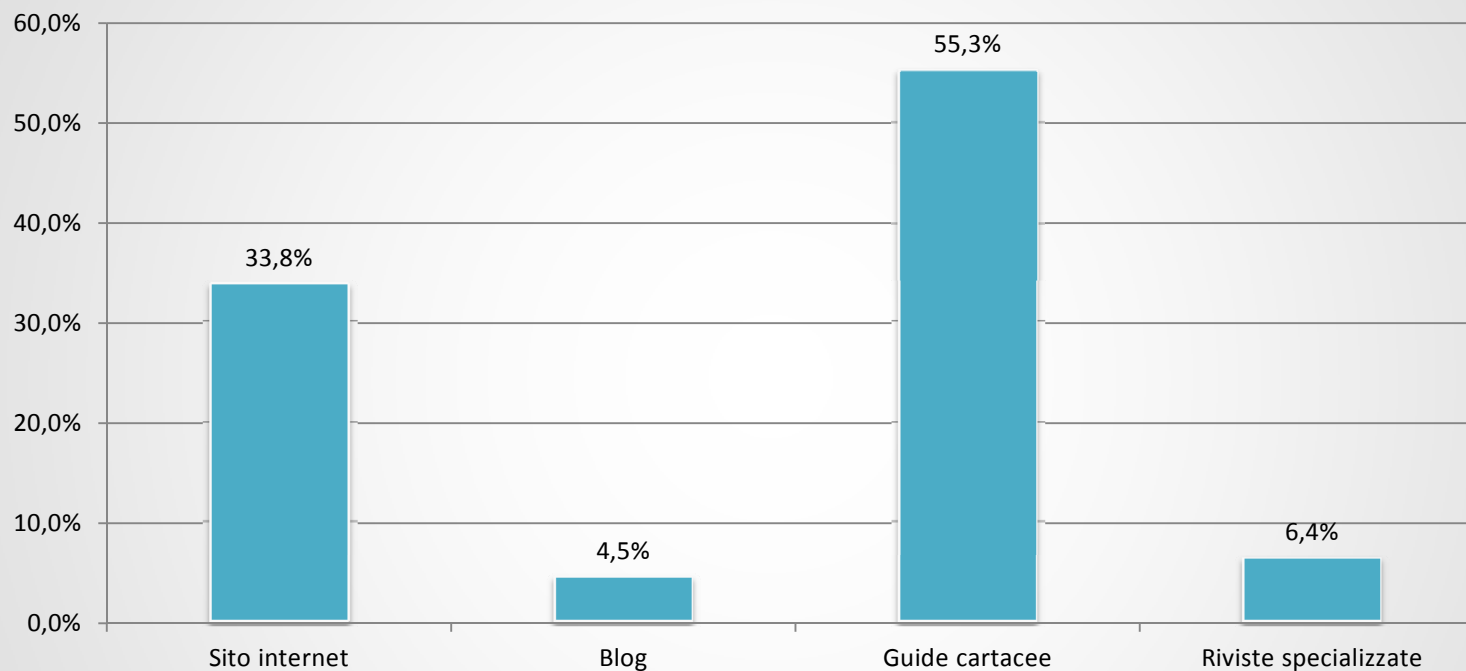


Siti internet più visitati:

- www.klinkenfuss.org
- www.gtaweb.de
- www.via-alpina.org

- Si, consultando guide 52%
- Si, su internet 35%
- Si, mi sono informato da amici-conoscenti 9,2%

➤ Canale di ricerca privilegiato



- Guide cartacee 55,3%
- Sito internet 33,8%
- Riviste specializzate 6,4%

➤ Analisi di alcuni aspetti dell'escursione

	Ottimo	Positivo	Abbastanza positivo	Poco positivo	Insufficiente
Segnaletica percorso-sentieri	16,8%	46,7%	27,7%	6,5%	2,2%
Manutenzione percorso-sentieri	12,1%	50,0%	28,0%	6,0%	3,8%
Ospitalità strutture ricettiva	74,4%	22,8%	1,7%	1,1%	0,0%
Qualità e varietà prodotti tipici venduti	44,6%	50,7%	4,1%	0,7%	0,0%
Proposta culturale	10,6%	54,9%	30,1%	3,5%	0,9%
Livello dei prezzi	18,4%	61,5%	19,5%	0,6%	0,0%
Conservazione del paesaggio e paesi	16,4%	50,9%	26,9%	5,8%	0,0%

Grazie per l'attenzione!

