



Questionario generico “Destinazione Amiata”

Il presente questionario verte sulla percezione della competitività della “Destinazione Amiata” da parte dei cittadini e degli stakeholder.

La ringraziamo per la disponibilità.

1. Profilo del rispondente

Sesso M F

Località

Età

Che professione svolge?

casalinga

studente

pensionato

operaio/impiegato

commerciante/artigiano

altro

dirigente/quadro

lavoratore stagionale

insegnante

libero professionista

disoccupato



1. Quali sono i principali punti di forza, in un'ottica di sviluppo turistico, nell'area in cui vive? (indicare anche il grado di fruibilità secondo la seguente scala: 1 = difficile fruibilità; 2 = scarsa fruibilità; 3 = sufficiente fruibilità; 4 = buona fruibilità; 5 = massima fruibilità)

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> risorse naturali e ambientali					
<input type="checkbox"/> centri storici, musei, beni culturali e artistici					
<input type="checkbox"/> eventi / manifestazioni culturali					
<input type="checkbox"/> tipicità enogastronomiche					
<input type="checkbox"/> artigianato artistico					
<input type="checkbox"/> impianti sportivi					
<input type="checkbox"/> intrattenimento (parchi a tema, discoteche, ecc.)					
<input type="checkbox"/> strutture ricettive					
<input type="checkbox"/> accessibilità					
<input type="checkbox"/> servizi di base (negozi, banche, farmacie, poste, distributori, supermercati, ecc.)					
<input type="checkbox"/> economicità					

altro: _____

2. Quale tra i suddetti punti di forza rappresenta o potrebbe rappresentare un elemento di identità di “marca”, del territorio?



3. Quanto giudica efficaci le seguenti azioni finalizzate allo sviluppo turistico, secondo una scala da 1 a 5 (dove 1 = importantissimo; 2 = abbastanza importante; 3 = indifferente; 4 = poco importante; 5 = irrilevante)?

Migliore accessibilità dei siti culturali	1	2	3	4	5
Organizzazione di eventi culturali	1	2	3	4	5
Organizzazione di eventi sportivi ed altri eventi di intrattenimento	1	2	3	4	5
Politiche di riqualificazione urbana	1	2	3	4	5
Interventi di innovazione tecnologica	1	2	3	4	5
Adeguamenti strutturali della ricettività	1	2	3	4	5
Ampliamento dei servizi ricettivi e di trasporto	1	2	3	4	5
Iniziative di promozione del territorio	1	2	3	4	5
Progetti integrati di sviluppo territoriale	1	2	3	4	5
Associazioni di scopo per attività di marketing	1	2	3	4	5
Partecipazione a fiere, work-shop, educational tour	1	2	3	4	5
Attrazione di nuovi mercati	1	2	3	4	5
Fidelizzazione della clientela	1	2	3	4	5
Altro:	1	2	3	4	5

4. Secondo lei, su quali delle suindicate attività e/o azioni bisognerebbe puntare maggiormente?



5. Quali sono, invece, i punti di debolezza?

- scarsa cultura dell'ospitalità
- insufficiente propensione all'imprenditorialità
- scarsa formazione professionale degli addetti di settore
- insufficienza quantitativa e/o qualitativa delle strutture ricettive
- accessibilità
- mobilità interna (stradale / ferroviaria / mezzi pubblici)
- collegamenti per aeroporti
- situazione ordine pubblico
- immagine del territorio
- servizi di base
- iniziative di intrattenimento
- altro: _____

6. Cosa si dovrebbe fare per rimuovere tali limiti?



7. Quali sono i servizi che andrebbero migliorati per favorire lo sviluppo del turismo e l'assistenza agli ospiti?

- nettezza urbana
- trasporti urbani
- trasporti extraurbani
- collegamenti alle linee ferroviarie
- servizi di ordine pubblico
- rete commerciale per i prodotti tipici
- servizi igienici
- servizi sanitari
- punti di informazione
- servizi on line
- servizi di offerta turistica integrata
- animazione territoriale
- altro: _____

8. Quale tipo di intervento ritiene necessario per migliorare i suddetti servizi?



9. Quali sono, secondo lei, le principali motivazioni per cui i turisti scelgono questo territorio? (indicare la tipologia di appartenenza secondo la seguente classificazione: **A = italiani; B = stranieri; C = famiglie con bambini; D = coppie adulti senza figli; E = anziani; F = gruppi;** indicare i comportamenti secondo le indicazioni seguenti: **1 = fedeli attivi; 2 = fedeli inattivi; 3 = nuovi attivi; 4 = nuovi inattivi**).

Motivazioni	A	B	C	D	E	F
<input type="checkbox"/> Aria buona e montagna						
<input type="checkbox"/> Benessere e salute						
<input type="checkbox"/> Divertimento / vita mondana						
<input type="checkbox"/> Moda						
<input type="checkbox"/> Natura e ambiente						
<input type="checkbox"/> Turismo rurale						
<input type="checkbox"/> Turismo sociale						
<input type="checkbox"/> Turismo sportivo						
<input type="checkbox"/> Cultura						
<input type="checkbox"/> Religione						
<input type="checkbox"/> Enogastronomia						
<input type="checkbox"/> Affari / commercio						
<input type="checkbox"/> Congressuale						
<input type="checkbox"/> Visita a parenti ed amici						
<input type="checkbox"/> Altro:						



10. Quali segmenti di domanda potrebbero aumentare / aprire nuovi mercati turistici nell'area? (indicare la tipologia di turisti secondo la seguente classificazione: **A = italiani; B = stranieri; C = famiglie con bambini; D = coppie adulti senza figli; E = anziani; F = gruppi**).

Segmenti	A	B	C	D	E	F
<input type="checkbox"/> Turismo montano						
<input type="checkbox"/> Turismo del wellness						
<input type="checkbox"/> Turismo naturalistico						
<input type="checkbox"/> Turismo d'affari						
<input type="checkbox"/> Turismo culturale						
<input type="checkbox"/> Turismo enogastronomico						
<input type="checkbox"/> Turismo industriale						
<input type="checkbox"/> Turismo rurale						
<input type="checkbox"/> Turismo congressuale						
<input type="checkbox"/> Turismo sociale						
<input type="checkbox"/> Turismo sportivo						
<input type="checkbox"/> Altro:						

11. Quali sono, secondo lei, le azioni da intraprendere per migliorare l'offerta turistica e alimentare i flussi, soprattutto di provenienza straniera, per ciascuno dei seguenti segmenti?

- turismo montano: _____



- turismo del wellness: _____

- turismo naturalistico: _____

- turismo d'affari: _____

- turismo culturale: _____

- turismo enogastronomico: _____

- turismo industriale: _____

- turismo rurale _____

12. Quali possono essere i canali promozionali più adatti per migliorare l'immagine del brand Destinazione Amiata ed essere maggiormente visibili?

13. Quali crede potrebbero essere degli efficaci interventi di destagionalizzazione, per aumentare il flusso turistico durante le stagioni meno frequentate?

14. Come giudica l'importanza verso la protezione del consumatore/turista (marchi di qualità, classificazione dei diversi prodotti, controllo dei prezzi, certificazioni ambientali...)?

- Importantissimo
- Abbastanza importante
- Indifferente
- Poco importante
- Irrilevante