



**Progetto Interregionale “NET TUR - Un network per il turismo accessibile in Toscana” Bando - POR Ob. 3 del 24/09/2004 - mis. D1, piano di intervento n. 3 – cod. 10772**

## **IL TURISMO D'ARGENTO**

### **Analisi dei fabbisogni degli anziani e disabili**

Negli ultimi decenni il mercato delle vacanze della terza età risulta tra i più interessanti e continua a segnalare un trend in forte sviluppo, nonostante il fenomeno del turismo di questa fascia, resti tra i meno conosciuti sia in termini quantitativi che qualitativi.

In base alle ultime statistiche realizzate dal **CENSIS**, sono oltre **cinque milioni** gli ultrasessantenni che ogni anno programmano un viaggio di piacere, per trascorrere una vacanza o visitare una città d'arte.

L'età della pensione coincide con la possibilità di realizzare i sogni e i progetti pianificati da una vita: il viaggio per chi si trova in questa fascia di età, è un deterrente all'isolamento, una possibilità per **ampliare le proprie amicizie** e un modo per **accrescere la conoscenza**, rappresenta una delle attività per esprimere la propria autonomia e dare maggiore spazio alla propria realizzazione, per divenire un libero viaggiatore del proprio tempo ritrovato.

E' necessario pertanto un nuovo approccio, per sfruttare appieno le nuove potenzialità di questa fascia di mercato, considerando gli anziani un target privilegiato.

Il sistema turistico, invece, pare non essersi sufficientemente adeguato alla richiesta di persone con precise esigenze da soddisfare, persone che dispongono di maggiore tranquillità economica, maggior tempo libero e della capacità di pianificare il proprio viaggio in qualsiasi periodo dell'anno.

Il marketing delle imprese turistiche che si rivolgono agli anziani è purtroppo ancora piuttosto primitivo: per molti operatori turistici sono ancora una scelta di ripiego, utile a riempire i periodi di bassa stagione, e le proposte sono comunque poco attente ai loro effettivi bisogni.

Negli ultimi anni ha preso più consistenza il valore sociale del “turismo accessibile”, ossia l'insieme di strutture, infrastrutture e sistemi organizzativi rivolti alle persone con esigenze particolari.

Da questa analisi, l'idea del progetto “**NETTUR**”, che si propone di sperimentare, nei territori coinvolti, un modello finalizzato allo sviluppo del turismo, rivolto non solo alla popolazione anziana ma anche alle persone con disabilità lievi.

L'obiettivo è che tale modello di sistema interessi le province della Regione Toscana e di conseguenza il marketing territoriale delle stesse, integrando tra loro un maggior numero di imprese e operatori del settore turistico (alberghi, residence, agenzie di viaggio, tour operator, accompagnatori, animatori ecc.) e attivandosi in sinergia con gli operatori degli altri settori coinvolti, (sanitario, trasporti ecc.).

Allo scopo sono stati preposti interventi di vario tipo quali:

- monitoraggio delle imprese e degli operatori per individuare la ricettività e la possibilità di accoglienza
- corsi di formazione per delineare un modello di ospitalità tale da soddisfare le condizioni di accessibilità e la qualità di accoglienza
- riqualificazione del sistema delle imprese turistiche toscane, onde favorire l'accesso ai servizi da parte delle persone anziane ed ai disabili
- identificazione dei bisogni da soddisfare in relazione al target individuato



UNIONE EUROPEA  
Fondo sociale europeo



MINISTERO DEL LAVORO  
E DELLE POLITICHE SOCIALI  
Direzione Generale per le Politiche  
per l'Orientamento e la Formazione



REGIONE  
TOSCANA



PERFORMA  
TOSCANA  
CONFCOMMERCIO  
per formazione più imprese

- individuazione nei territori di riferimento delle competenze specifiche per l'attivazione dei servizi aggiuntivi
- progetto di marchio di qualità ( stella d'argento ), che tuteli sia il tour operator che l'ospite sulle sue esigenze ed aspettative
- formazione di collaboratori che supportino il tour operator e allo stesso tempo il cliente, nel percorso della vacanza in terra Toscana

I punti di forza del progetto sono, da una parte, quello **economico-settoriale**, che si propone di consolidare il sistema delle imprese turistiche toscane, sia favorendo la "destagionalizzazione" del settore sia di ampliarlo verso nuove nicchie e, dall'altra parte, quello **economico-sociale**, con la possibilità di realizzare anche in Toscana una collaborazione tra strutture turistiche e responsabili di servizi, rivolti a persone con disabilità ed anziani portatori di esigenze speciali, affinché questi possano fruire di una vacanza scevra di ostacoli e difficoltà.

Le attività che il progetto propone, ai fini di una conoscenza sia dell'idea progettuale che dei suoi risultati, sono: una guida illustrativa, che comprenda le strutture ricettive della Regione Toscana, con informazioni dettagliate e documentate; un manuale informativo per gli operatori della rete; un sito web e l'organizzazione di un convegno finale, che pubblicizzi l'idea progettuale, la sua realizzazione ed i risultati conseguiti.

La progettazione del questionario è stata realizzata da :

SIGN.RA *CARLA PERUTA* - FENACOM TURISMO MASSA CARRARA

DOTT.SA *CLAUDIA FRANCESCA GALANTE* - PSICOLOGA E PSICOTERAPEUTA

DOTT. *FRANCO FRANCHINI* - UNIVERSITA' DI PISA SETTORE INFORMATICO

Dopo la definizione di alcune domande, atte alla conoscenza in generale dei soggetti intervistati, in cui si valutano prerogative quali età, interessi, hobbies, onde rilevare le diverse caratteristiche soggettive e sociali degli intervistati, abbiamo posto domande specifiche sulla tipologia della vacanza.

Siamo entrati nel vivo della rilevazione con domande volte ad individuare come il soggetto organizza i suoi viaggi, determinando le preferenze relative ai mezzi di trasporto, alle destinazioni, ai periodi dell'anno considerati più idonei. Infatti, i tempi sono rilevanti, in quanto determinano la possibilità di movimento sia dei singoli individui sia dei gruppi.

Si è passati poi alla valutazione del tipo di sistemazione, consentendo all'intervistato di esprimere il suo gradimento tra le varie possibilità di alloggio e tutto ciò che ad esso era inerente:

dal tipo di alloggio all'ambiente che lo circonda, dalla qualità della vita dei residenti alle problematiche ambientali, infrastrutturali ed alla mobilità. Pertanto, abbiamo inserito una serie di opzioni quali, ad esempio, la Chiesa, i cinema, le spiagge e, a questo proposito, abbiamo inserito domande per comprendere cosa gli anziani desiderino trovare in uno stabilimento balneare.

Nel redigere il questionario, ci siamo avvalsi delle nostre esperienze a contatto con gli anziani, considerandone le richieste, relative alle camere ed ai servizi ad esse abbinati, dando un particolare rilievo ad un punto a nostro avviso determinante: l'accoglienza, grande motore del questionario, nelle sue varie sfaccettature e potenzialità.

Nella sezione *M* abbiamo messo in rilievo il servizio del cibo e del suo servizio, punto focale del turismo d'argento poiché sottolinea le particolari esigenze degli anziani, come le diete, le eventuali richieste per esigenze di salute o altro, gli orari dei pasti. Sono infatti la flessibilità e la qualità a rendere gradevole un soggiorno presso qualunque struttura turistica.



Dalle riflessioni del gruppo di lavoro, è emersa l'esigenza di offrire soggiorni tranquilli ed al tempo stesso divertenti, per cui la sezione degli intrattenimenti spazia fra varie scelte: culturali, gastronomiche, socializzanti.

Dalla lettura di esperienze vissute o esaminate in altri territori costieri italiani, abbiamo inserito domande relative agli omaggi, ritenendoli graditi al turista anziano e, quindi, un giusto corollario alla cultura dell'accoglienza,

La fase conclusiva del questionario è relativa al territorio della Toscana ed abbiamo ritenuto interessante e proficuo rivolgerci agli stessi intervistati, affinché suggerissero itinerari e percorsi alternativi alle solite mete turistiche, al fine di favorire uno sviluppo diverso del nostro territorio regionale, teso a far conoscere luoghi che, anche se poco conosciuti dalla grande massa, rappresentano la tradizione e la cultura degli anziani.

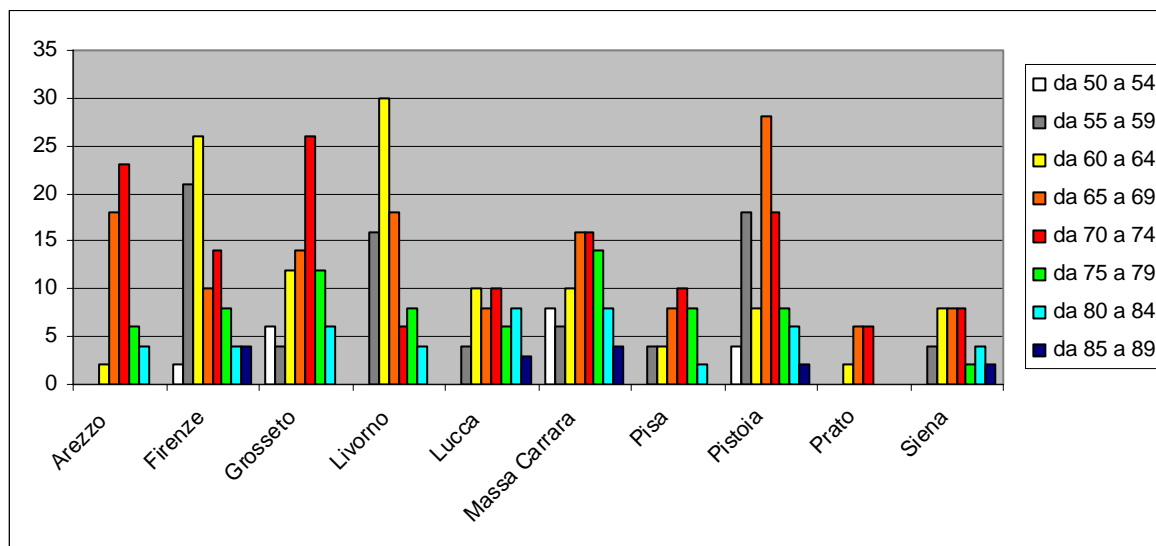
Infine, abbiamo chiesto quali carenze o difetti siano imputabili alla nostra Regione, per migliorare la qualità dei servizi ed incentivare un sempre maggior afflusso turistico in Toscana.

Le rilevazioni sono state distribuite in tutte le città della Toscana in un numero che varia da 30 a 60, a secondo della grandezza della città e della sua provincia, per un totale di circa 600 questionari. L'elaborazione dei dati ottenuti indicherà la strada da percorrere per migliorare le infrastrutture, l'organizzazione, le modalità d'approccio alle esigenze dell'utente, indispensabili per aumentare l'attrattiva dell'offerta: non solo relax e svago, ma anche tanti suggerimenti e segreti, per scoprire luoghi e personaggi nuovi, spunti di divulgazione culturale, escursioni originali, al fine di offrire una vera "vacanza senza barriere".

## Analisi degli intervistati

Sono stati raccolti 613 questionari, suddivisi per province, come riportato nella tabella e nel grafico sottostante:

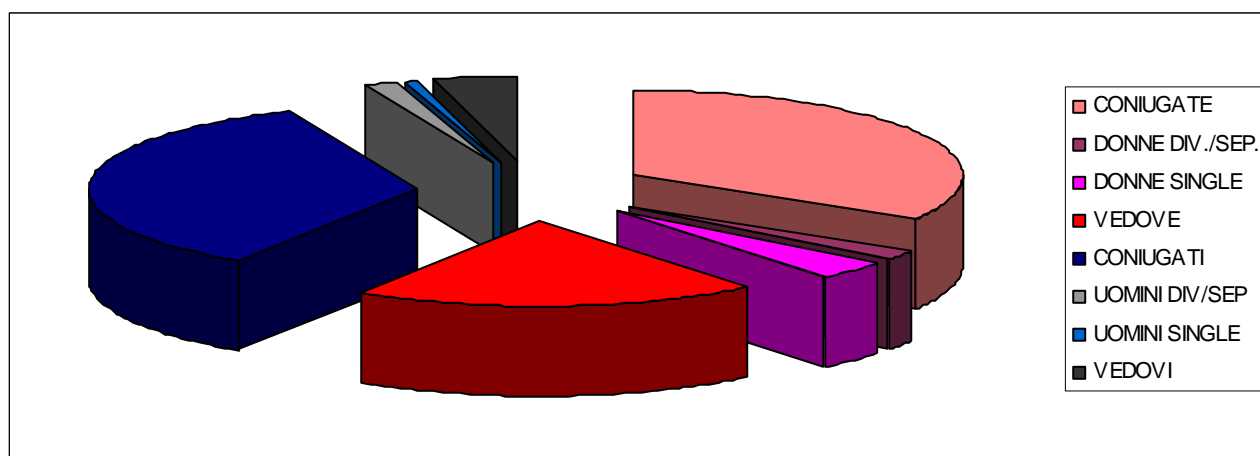
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	L
Provincia	da 50 a 54	da 55 a 59	da 60 a 64	da 65 a 69	da 70 a 74	da 75 a 79	da 80 a 84	da 85 a 89	Totale province	%
Arezzo			2	18	23	6	4		53	8,65
Firenze	2	21	26	10	14	8	4	4	89	14,52
Grosseto	6	4	12	14	26	12	6		80	13,05
Livorno		16	30	18	6	8	4		82	13,38
Lucca		4	10	8	10	6	8	3	49	7,99
Massa Carrara	8	6	10	16	16	14	8	4	82	13,38
Pisa		4	4	8	10	8	2		36	5,87
Pistoia	4	18	8	28	18	8	6	2	92	15,01
Prato			2	6	6				14	2,28
Siena		4	8	8	8	2	4	2	36	5,87
<b>Totale per classe di età</b>	20	77	112	134	138	72	46	15	613	100
Percentuale	3,26	12,56	18,27	21,86	22,51	11,75	7,50	2,45	100,16	



Le proporzioni tra province non sono quelle reali ma, essendo questo un questionario e non una indagine demoscopica, sono sufficientemente rappresentate tutte le province interessate e tutte le classi di età relative al progetto.

Analizzando il dato suddiviso per sesso, sia la percentuale uomini-donne sia la proporzione per stato civile, il campione rispecchia sostanzialmente il censimento regionale del 2001, ultimo dato reale disponibile sulla popolazione toscana.

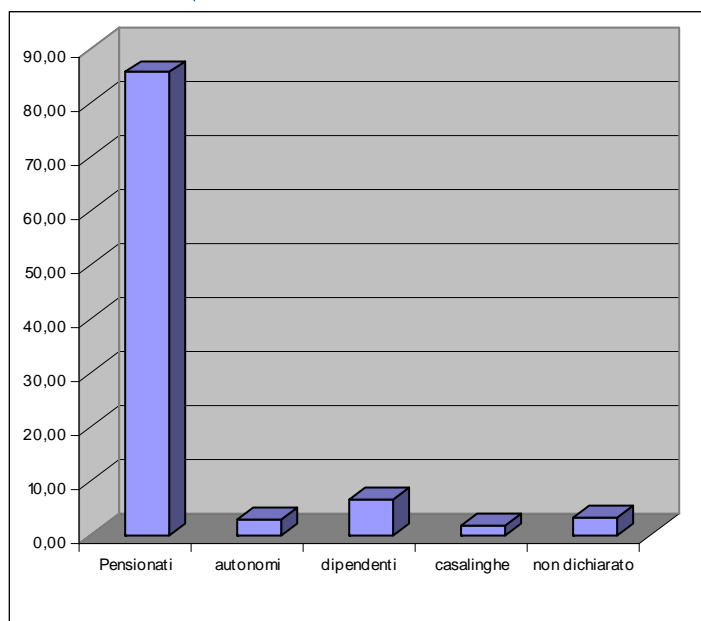
<b>DONNE</b>	da 50 a 54	da 55 a 59	da 60 a 64	da 65 a 69	da 70 a 74	da 75 a 79	da 80 a 84	da 85 a 89	Totale	%
arezzo			2	8	19	4	4		37	6,04
firenze	2	16	14	6	10	6	4	2	60	9,79
grosseto	6	2	8	6	14	6	6		48	7,83
livorno		12	16	8	4	6	2		48	7,83
lucca		2	6		2		6	2	18	2,94
massa carrara	6	2	6	8	8	10	6	4	50	8,16
pisa		2	4	6	4	4	2		22	3,59
pistoia	2	14	2	22	8	6	4		58	9,46
prato				6	2				8	1,31
siena		4	2	2	4			2	14	2,28
<b>Totale complessivo</b>	<b>16</b>	<b>54</b>	<b>60</b>	<b>72</b>	<b>75</b>	<b>42</b>	<b>34</b>	<b>10</b>	<b>363</b>	<b>59,22</b>
Percentuale	2,61	8,81	9,79	11,75	12,23	6,85	5,55	1,63	59,22	
<b>UOMINI</b>	da 50 a 54	da 55 a 59	da 60 a 64	da 65 a 69	da 70 a 74	da 75 a 79	da 80 a 84	da 85 a 89	Totale	%
arezzo				10	4	2			16	2,61
firenze		5	12	4	4	2		2	29	4,73
grosseto		2	4	8	12	6			32	5,22
livorno		4	14	10	2	2	2		34	5,55
lucca		2	4	8	8	6	2	1	31	5,06
massa carrara	2	4	4	8	8	4	2		32	5,22
pisa		2		2	6	4			14	2,28
pistoia	2	4	6	6	10	2	2	2	34	5,55
prato			2		4				6	0,98
siena			6	6	4	2	4		22	3,59
<b>Totale complessivo</b>	<b>4</b>	<b>23</b>	<b>52</b>	<b>62</b>	<b>62</b>	<b>30</b>	<b>12</b>	<b>5</b>	<b>250</b>	<b>40,78</b>
Percentuale	0,65	3,75	8,48	10,11	10,11	4,89	1,96	0,82	40,78	



La tabella sottostante mostra la tendenza degli intervistati ad eludere la domanda sulla professione, ritenendosi ormai come appartenenti alla categoria dei pensionati. Al contrario, le casalinghe si sono definite tali, indipendentemente dall'età anagrafica raggiunta. Pertanto, per motivi di omogeneità del dato, le casalinghe di oltre 60 anni sono state aggiunte nella categoria "Pensionati".



UNIONE EUROPEA  
Fondo sociale europeo



Di seguito sono riportate altre informazioni sul campione: è discreto il numero delle persone che si tiene informato, che svolge attività fisica (anche se in prevalenza “dolce”), che pratica diversi hobbies, fra cui la lettura, che si occupa di giardinaggio, sottolineando l’interesse per il contatto con l’aria aperta, che ritroveremo nelle risposte al questionario vero e proprio.

	<b>donne</b>	<b>uomini</b>
legge quotidiani	156	170
legge settimanali	111	16
tv:		
cultura	50	48
informazione	56	74
programmi sportivi	2	40

	<b>donne</b>	<b>uomini</b>	
<b>attività fisica</b>	<b>167</b>	<b>156</b>	<b>62,40%</b>

## HOBBY

			<b>Totale</b>
lettura	60	18	<b>78</b>
giardinaggio e simili	27	23	<b>50</b>
fai da te	42	4	<b>46</b>
caccia e pesca		30	<b>30</b>
viaggi	17	9	<b>26</b>
carte	12	12	<b>24</b>
eno-gastronomia	18	2	<b>20</b>
musica	8	10	<b>18</b>
arte e pittura	8	4	<b>12</b>
teatro	10	2	<b>12</b>
ballo	8		<b>8</b>
collezionismo	4	4	<b>8</b>
fotografia	6	2	<b>8</b>
scrivere	2	6	<b>8</b>
computer-internet		5	<b>5</b>
cinema	4		<b>4</b>

## ANALISI DEL QUESTIONARIO

(nota: le percentuali sono ricavate prendendo 613=100%. Il totale può superare 100 quando sono previste risposte multiple)

Fa un viaggio annuo	216	35,24%
Fa 2-3 viaggi annui	317	51,71%
Fa 4 o più viaggi annui	70	11,42%

sceglie per:

esperienze precedenti	285	46,49%
indicazioni amici-parenti	137	22,35%
cataloghi specializzati	127	20,72%
internet	20	3,26%

viaggia con amici	287	46,82%
viaggia col coniuge	247	40,29%
viaggia con gruppi	155	25,29%
viaggia solo	24	3,92%

organizza la sua vacanza:

autonomamente	206	33,61%
associazioni	191	31,16%
agenzie viaggi	98	15,99%
centri anziani	56	9,14%
tour operator	18	2,94%
parrocchia	16	2,61%
craal	10	1,63%
web	2	0,33%

Dalle risposte si evince che:

- gli anziani dimostrano molto interesse per i viaggi (solo poco più dell'1,5% non viaggia e solo un terzo fa un solo viaggio);
- pochi si avvalgono di cataloghi e pochissimi di Internet;
- non amano viaggiare soli (solo il 4%, veramente pochi, considerando che il 43% delle donne e il 16% degli uomini è vedovo o single);
- in prevalenza organizzano autonomamente i propri viaggi (un terzo circa) o partecipano a viaggi di associazioni (quasi un terzo);
- Si rivolgono di rado ad agenzie di viaggi o tour operator, che assieme non raggiungono il 20% della "fetta di mercato". Questo fa supporre che non siano attratti dall'offerta, non trovando "pacchetti" adeguati alle loro esigenze. Infatti, dalla tabella sottostante si rileva come gli anziani gradiscano viaggi organizzati.

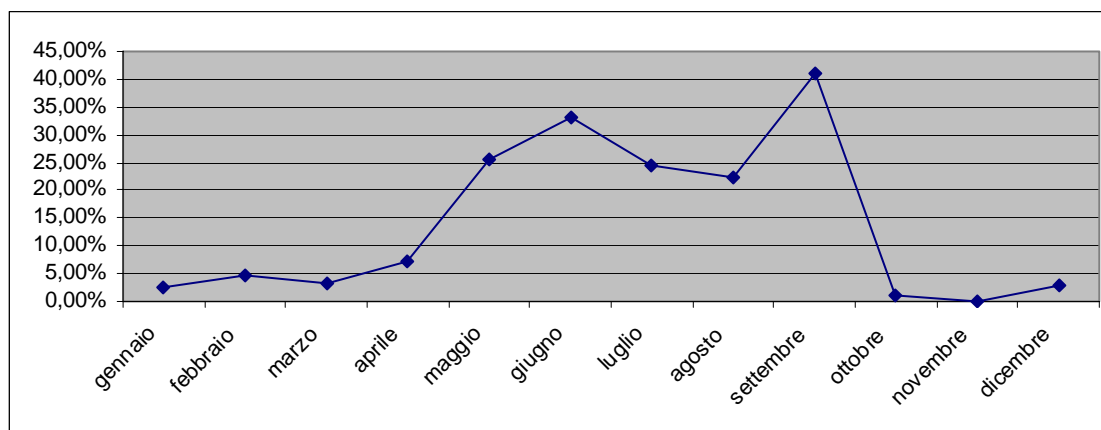
fa organizzare solo viaggio alloggio	171	27,90%
fa organizzare tutto	340	55,46%

Anche per quanto concerne i mezzi di trasporto, le preferenze sono evidenti.

preferisce (2 risposte possibili):

<b>pullman</b>	336	<b>54,81%</b>
<b>aereo+bus</b>	253	<b>41,27%</b>
<b>auto</b>	247	<b>40,29%</b>
<b>Treno</b>	84	<b>13,70%</b>
<b>nave</b>	34	<b>5,55%</b>
<b>camper</b>	10	<b>1,63%</b>

Per quanto riguarda il periodo preferito, pur essendo rilevante il numero di anziani che amano viaggiare in luglio e agosto, questi due mesi di “calura” sono battuti nelle preferenze dai mesi di MAGGIO, GIUGNO e SETTEMBRE. Interessante notare che, già nel mese di aprile, cresce la tendenza a viaggiare, rispetto al periodo meno ambito, che va da ottobre a marzo, interrotto fra dicembre e febbraio da un lieve aumento, forse relativo alle settimane bianche.



Per le destinazioni ovviamente il mare “conquista” la metà piena delle preferenze, quasi un terzo ama la montagna, ma oltre un terzo ha come mete solo o anche le città d’arte, cui sarebbe da aggiungere l’8% abbondante di appassionati di siti archeologici.

Pare evidente che, sfruttando esaustivamente le risorse del territorio, consentirebbe alle città non costiere di incrementare il proprio turismo e a quelle costiere di aumentare la loro capacità attrattiva, affiancando alla vacanza balneare mete artistiche, archeologiche, culturali.

Destinazioni		
<b>mare</b>	330	<b>53,83%</b>
<b>città d'arte</b>	227	<b>37,03%</b>
<b>montagna</b>	174	<b>28,38%</b>
<b>terme</b>	85	<b>13,87%</b>
<b>siti archeologici</b>	52	<b>8,48%</b>
<b>campagna</b>	46	<b>7,50%</b>
<b>parchi naturali</b>	46	<b>7,50%</b>
<b>lago</b>	38	<b>6,20%</b>

Da questa tabella vediamo, invece, che l'anziano dà priorità alla comodità piuttosto che alla convenienza economica.

<b>alloggio preferito</b>		
hotel 4 stelle	244	<b>39,80%</b>
hotel 3 stelle	197	<b>32,14%</b>
villaggio turistico	152	<b>24,80%</b>
agriturismo	108	<b>17,62%</b>
pensione	96	<b>15,66%</b>
casa vacanze	32	<b>5,22%</b>
hotel 2 stelle	16	<b>2,61%</b>
camping	12	<b>1,96%</b>

**pensione completa preferita dal 54,98%**

Questa tabella invece ci dimostra:

- 1- anche chi va al mare gradisce avere vicino i centri abitati e i negozi
- 2- vuole fruire (ribadendo la tabella sulle destinazioni) delle bellezze artistiche
- 3- ama passeggiare (ricordiamo la tabella degli hobby e la passione per il giardinaggio)
- 4- viaggia accantonando l'idea della malattia, pur desiderando, come sarà sottolineato successivamente, l'assistenza medico-infermieristica in caso di necessità.
- 5- Non sono attratti dai locali da ballo o cinema, ma, come vedremo in seguito, è un servizio che si attendono da chi organizza la loro permanenza.

Vorrebbe l'alloggio vicino a:

<b>centro città</b>	247	<b>40,29%</b>
<b>luoghi di interesse turistico</b>	217	<b>35,40%</b>
<b>Parchi e viali per passeggiare</b>	172	<b>28,06%</b>
<b>stabilimenti balneari conv.</b>	131	<b>21,37%</b>
<b>mezzi di trasporto</b>	106	<b>17,29%</b>
<b>negozi-mercato</b>	100	<b>16,31%</b>
<b>chiesa</b>	54	<b>8,81%</b>
<b>stabilimenti termali conv.</b>	52	<b>8,48%</b>
<b>sale da ballo</b>	48	<b>7,83%</b>
<b>farmacia</b>	40	<b>6,53%</b>
<b>cinema-teatri</b>	38	<b>6,20%</b>
<b>ospedale</b>	26	<b>4,24%</b>
<b>servizi navetta</b>	16	<b>2,61%</b>

Queste domande sono state introdotte a favore delle zone costiere. Da notare che in genere gli anziani gradirebbero "compresa nel prezzo" la disponibilità delle docce calde, forse per evitare la scomoda caccia a monete o gettoni.

**In caso si rechi al mare, preferisce che lo stabilimento balneare abbia:**

<b>servizio bar</b>	187	<b>30,51%</b>
<b>sdraio e poltrone aggiuntive</b>	158	<b>25,77%</b>
<b>servizio ristorante</b>	124	<b>20,23%</b>



UNIONE EUROPEA  
Fondo sociale europeo



<b>docce calde</b>	120	<b>19,58%</b>
<b>passarelle comode su spiaggia</b>	89	<b>14,52%</b>
<b>piscina</b>	50	<b>8,16%</b>
<b>Tornei (bocce, carte ecc)</b>	48	<b>7,83%</b>
<b>attrezzature ginnastica</b>	28	<b>4,57%</b>

Come amano i parchi e i viali, così si aspettano il giardino presso l'alloggio. L'ascensore e il parcheggio sono molto gettonati e la piscina riscuote più consensi qua che presso lo stabilimento balneare. Amano gli spazi di svago comuni, ma non la tv in comune, gradita invece in camera.

E' abbastanza sentita l'esigenza di riscaldamento-condizionamento non gestito centralmente, ma regolabile nelle camere.

#### Servizi presso l'alloggio

<b>giardino</b>	256	<b>41,76%</b>
<b>ascensore</b>	218	<b>35,56%</b>
<b>parcheggio</b>	187	<b>30,51%</b>
<b>piscina</b>	176	<b>28,71%</b>
<b>spaz. Comuni svago</b>	128	<b>20,88%</b>
<b>bar</b>	114	<b>18,60%</b>
<b>spaz. Comuni TV</b>	92	<b>15,01%</b>
<b>palestra-solarium</b>	57	<b>9,30%</b>
<b>no barriere architettoniche</b>	44	<b>7,18%</b>
<b>lavanderia</b>	28	<b>4,57%</b>
<b>e in camera:</b>		
<b>doppia con bagno</b>	381	<b>62,15%</b>
<b>tv color</b>	298	<b>48,61%</b>
<b>aria condiz. Regolabile</b>	180	<b>29,36%</b>
<b>balcone</b>	131	<b>21,37%</b>
<b>singola con bagno</b>	115	<b>18,76%</b>
<b>riscaldamento regolabile</b>	96	<b>15,66%</b>
<b>telefono int e esterno</b>	92	<b>15,01%</b>
<b>bagno con doccia e fon</b>	88	<b>14,36%</b>
<b>cassaforte</b>	58	<b>9,46%</b>
<b>frigo-bar</b>	16	<b>2,61%</b>

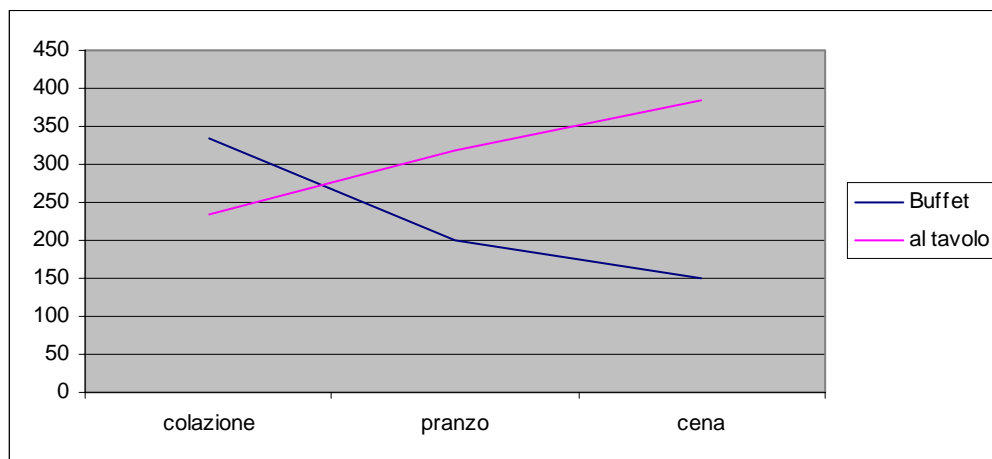
La rapida consegna dell'alloggio è richiesto da oltre il 60% , un buon 40% gradisce la presenza di personale competente, il 50%, come si è già sottolineato, ritiene molto importante l'assistenza medico-infermieristica.

#### cosa ritiene indispensabile per una buona accoglienza?

<b>Registrazione già espletata e consegna camera</b>	368	<b>60,03%</b>
<b>Assistenza medico-infermieristica se necessita personale competente per l'accompagnamento</b>	310	<b>50,57%</b>
<b>Addetto all'accoglienza</b>	147	<b>23,98%</b>
<b>accoglienza animali</b>	134	<b>21,86%</b>
<b>ginnastica dolce</b>	54	<b>8,81%</b>
<b>diete particolari</b>	42	<b>6,85%</b>
<b>accoglienza bambini</b>	30	<b>4,89%</b>
	28	<b>4,57%</b>

L'interesse per il buffet, molto gradito al mattino, va scemando col procedere della giornata, mentre a cena è pressoché d'obbligo il servizio al tavolo.

	colazione	pranzo	cena
<b>Buffet</b>	335	199	151
<b>al tavolo</b>	234	318	384



La tabella sottostante riporta i risultati riferiti all'orario dei pasti.

colazione inizio		pranzo inizio		cena inizio	
7,30	49,92%	12,30	30,02%	19,00	23,49%
flexibile	31,65%	13,00	46,98%	19,30	53,18%
colazione termine		pranzo termine		cena termine	
9,30	49,92%	14,00	31,65%	20,30	25,12%
flexibile	31,65%	14,30	43,39%	21,00	53,18%

Possibilità di pranzo al sacco gradita dal **21,21%**

La successiva tabella si riferisce alle scelte del menù. Una netta preferenza va alla colazione tradizionale italiana, mentre per i pasti principali solo un 12% manifesta esigenze particolari.

Colazione continentale	22,02%
colazione italiana	67,05%

#### Menù a scelta tra:

2 primi e 2 secondi	54,49%
3 primi e 3 secondi	24,31%
Menù per diete	10,11%
altri menu o esigenze particolari	1,31%

Come vediamo, non è fondamentale la vicinanza di discoteche o locali da ballo, ma tanti desiderano serate danzanti o piano bar presso l'alloggio. Graditissimo il menù tipico (visto che oggi il turismo è anche "visitare" la cucina locale), il drink di benvenuto, per sentirsi "accolto", quello dell'arrivederci, per desiderare di tornare.

#### INTRATTENIMENTI

serata con menù tipico	259	42,25%	
serate con balli misti	177	28,87%	*
Drink di benvenuto	171	27,90%	
serata dell'arrivederci	154	25,12%	
pianobar	143	23,33%	*
serate con giochi società	139	22,68%	
serate con ballo liscio	121	19,74%	*
tornei a premi	80	13,05%	
serate a tema	76	12,40%	
karaoke	20	3,26%	
			<b>* totale</b>
			<b>71,94%</b>

Probabilmente perché ormai pensionato, solo il 20% viene per riposare.

Le escursioni culturali sono preferite persino al mare e notevole è l'interesse per l'artigianato locale.

#### Cosa preferisce fare:

escurs. Culturali musei	217	35,40%
escurs. Naturali mare	186	30,34%
escurs. Culturali artigianato Locale	139	22,68%
siesta	120	19,58%
animazioni in albergo	101	16,48%
escurs. Naturali monti	92	15,01%
escurs. Culturali altro	59	9,62%
escurs. eno-gastronomiche	48	7,83%
escurs. Naturali collina	38	6,20%

L'interesse per l'artigianato è rilevabile dalla scelta dei gadget e dalla preferenza per la cucina e i vini locali.

#### quali omaggi preferisce?

souvenir artigianato locale	299	48,78%
libri	137	22,35%
gadget eno-gastronomici	114	18,60%
foto	104	16,97%
card con sconti	90	14,68%
carte da gioco	48	7,83%
cd musicali	46	7,50%
beauty	39	6,36%
cappellino	18	2,94%
pergamene-coppe premio	6	0,98%



Come si evince dalla seguente tabella, gli anziani ritengono che in Toscana ci siano sufficienti strutture turistiche, pertanto si tratta di adeguarle ulteriormente alle esigenze di questa fascia di utenza.

**Ritiene che la toscana sia attrezzata come alberghi, ristoranti ecc. per turismo anziani?**

<b>si</b>	394	<b>64,27%</b>
<b>abbastanza</b>	22	<b>3,59%</b>
<b>poco o in modo difettoso</b>	34	<b>5,55%</b>

Per la parte dei suggerimenti di luoghi meno noti le risposte non sono mancate e possono stimolare un lavoro ulteriore.