



REGIONE VENETO

L'IMMAGINE DEI PARCHI VENETI E LE STRATEGIE DI COMUNICAZIONE

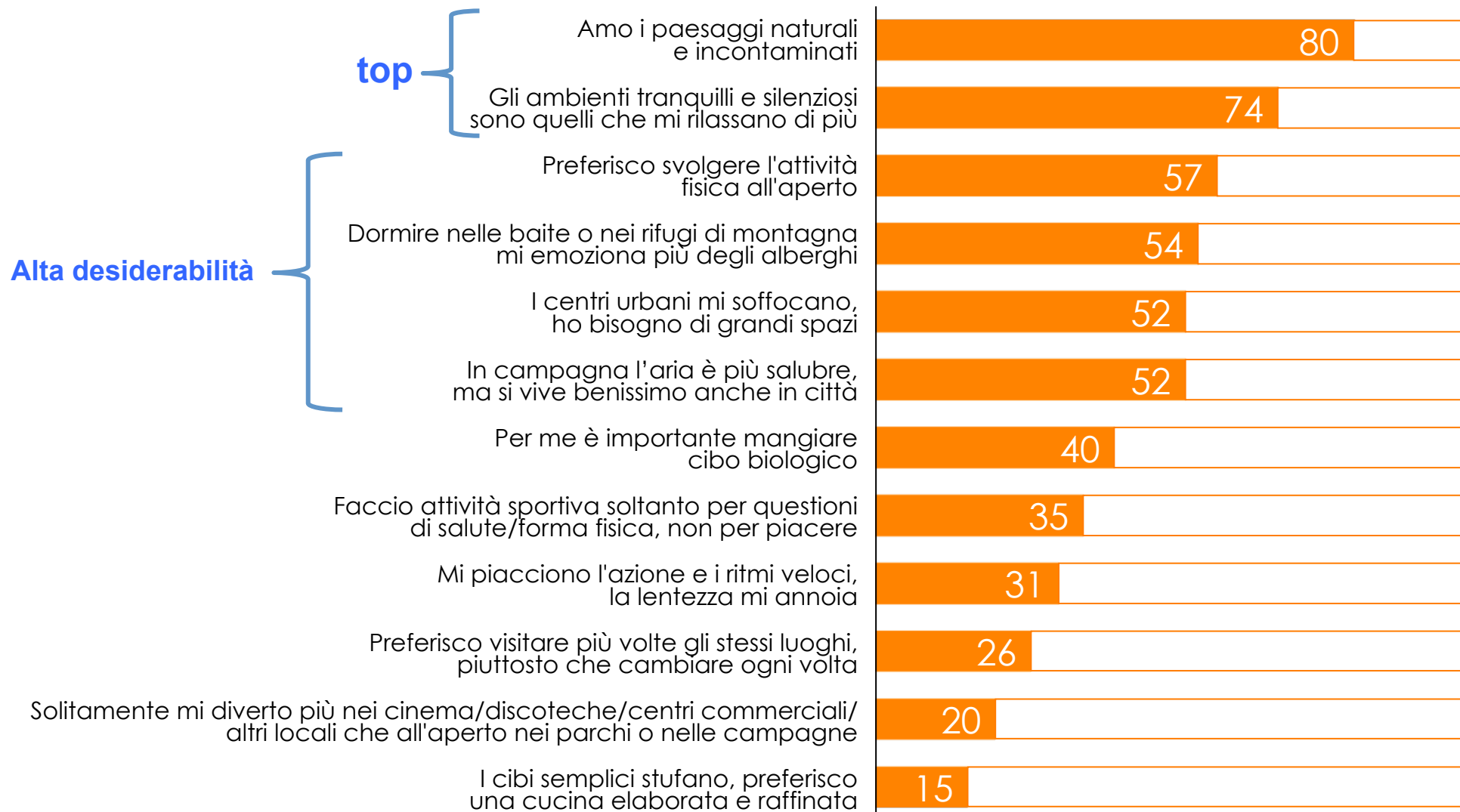
Indagine campionaria svolta nelle regioni Veneto, Lombardia, Piemonte, Emilia Romagna e Friuli Venezia Giulia, nonché tra i visitatori della fiera Expobici di Padova



Il rapporto con la natura

Cosa cercano gli italiani: paesaggi, tranquillità, aria pulita e emozioni

Riportiamo alcune affermazioni e le chiediamo di indicare, in una scala da 1 a 10, quanto ciascuna di esse descrive il suo pensiero: **(% di quanti esprimono un voto tra 7 e 10)**



Le tribù italiane: dai ricercatori di autenticità ai metropolitan convinti

E' stata eseguita una Cluster Analysis del campione prendendo in considerazione i desiderata e le opzioni degli italiani (espressi nelle domande riportate nelle pagine precedenti). Ne emerge una suddivisione in 4 tribù:

Ricercatori di autenticità 34%

Fuggono dai centri abitati in cerca di paesaggi incontaminati, tranquillità e semplicità

Metropolitan 19%

Poco attirati dai paesaggi naturali, non vanno oltre l'interesse pro-forma; i veri piaceri sono quelli offerti dai centri urbani

Radical bio 23%

Persone dinamiche, in natura cercano l'azione, attività fisica e non disdegnano la vita cittadina; pongono importanza sul cibo biologico.

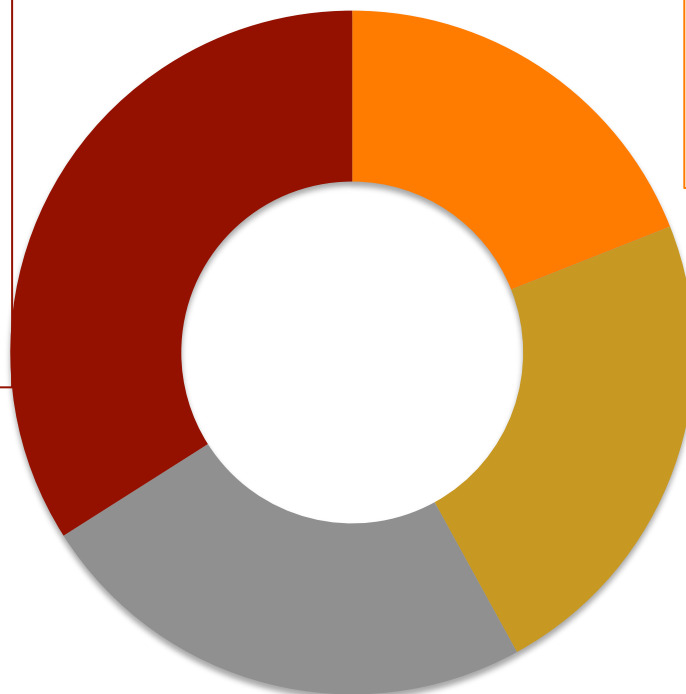
Urban disincantati 24%

La natura fino a un certo punto. Apprezzano la semplicità. I paesaggi naturali li affascinano ma non li appassionano; la città non li entusiasma

Il profilo socio-demografico delle 4 tribù

Ricercatori di autenticità 34%

Si spalmano su tutte le età e su tutte le estrazioni sociali, gran parte sono lavoratori. **Nel raccogliere informazioni sui viaggi internet è predominante, in particolare i siti che trattano espressamente il tema dei viaggi**



Metropolitan 19%

Presenza marcata di 25-34enni e soggetti economicamente in difficoltà.

Si informano tramite internet, ma meno degli altri, utilizzano TV e radio sopra la media.

Radical bio 23%

Include molte donne, anziani, genitori di figli conviventi, soggetti con scolarità media e casalinghe. Atteggiamento particolarmente diffuso in Lombardia.

Internet rimane rilevante, ma più di altri ricorrono a TV, radio e riviste.

Urban disincantati 24%

Accentuata presenza di uomini, età 55-64 anni, persone economicamente tranquille, senza figli conviventi, laureati.

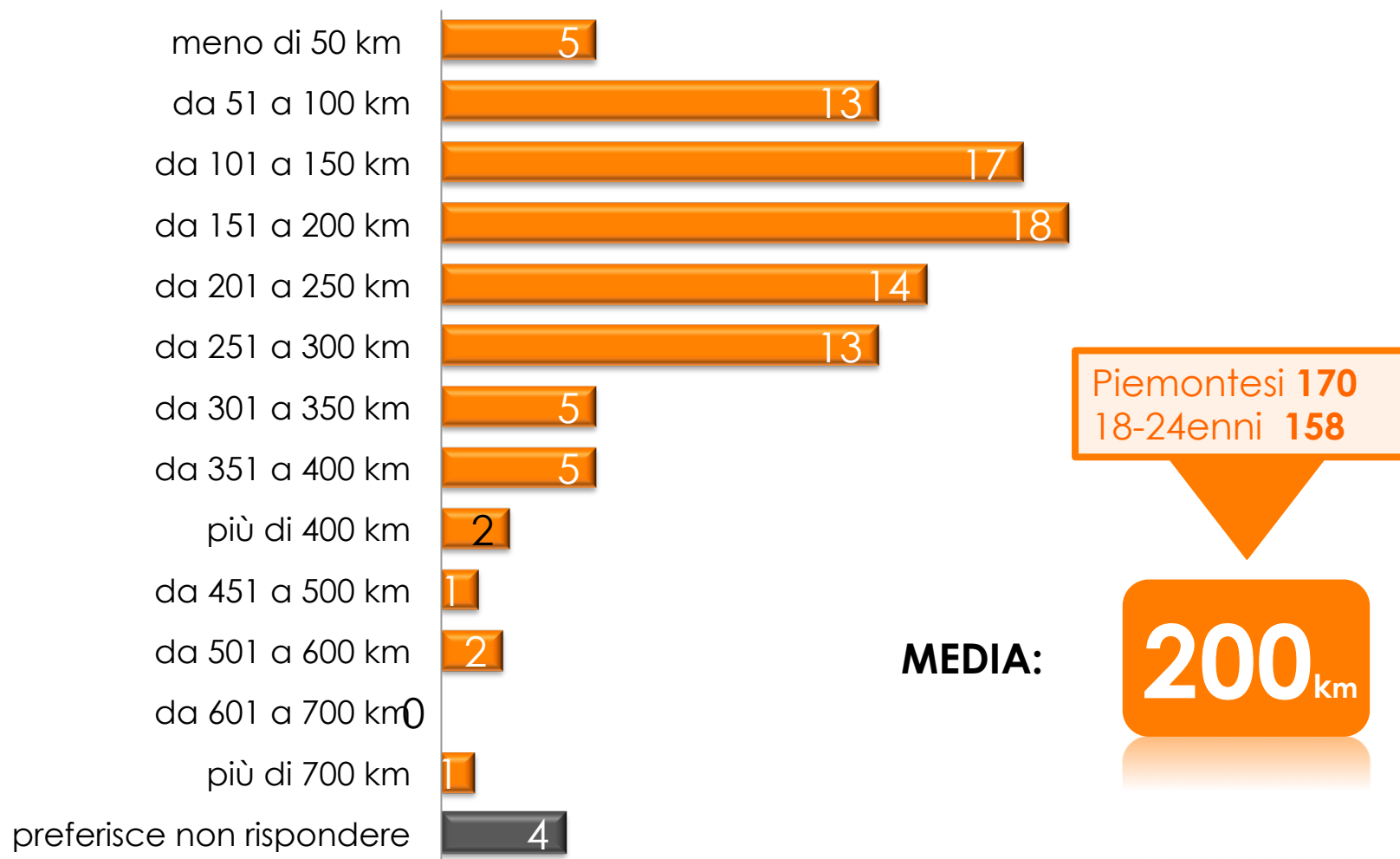
Si informano principalmente tramite Internet (soprattutto siti di luoghi turistici) e quotidiani.



Atteggiamenti nei confronti del turismo

In media nei weekend si percorrono 200 km

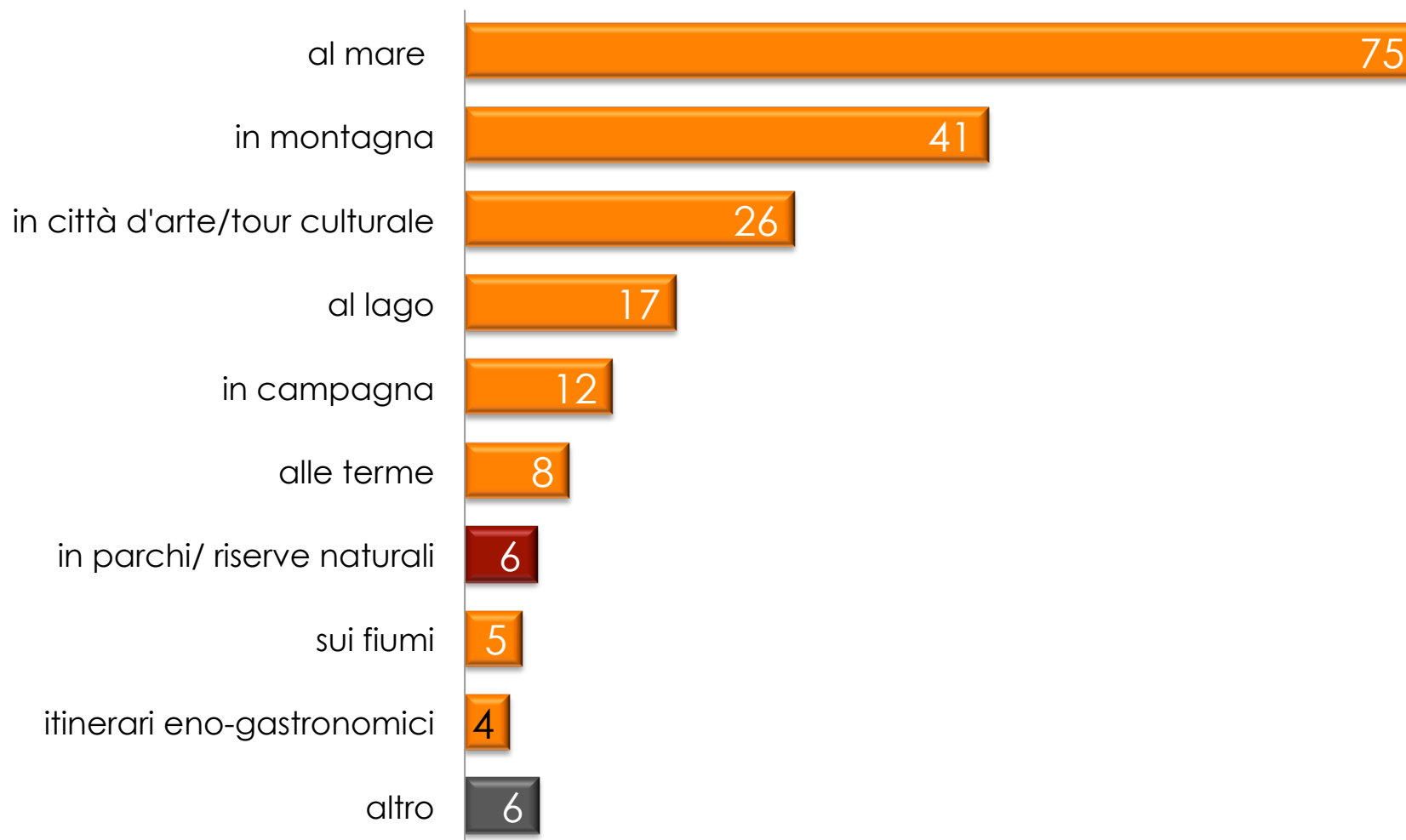
Quando va a passare i weekend fuori, di solito, quali distanze percorre:



Dati espressi in %

Destinazioni delle vacanze: il 6% sceglie parchi e vacanze naturali

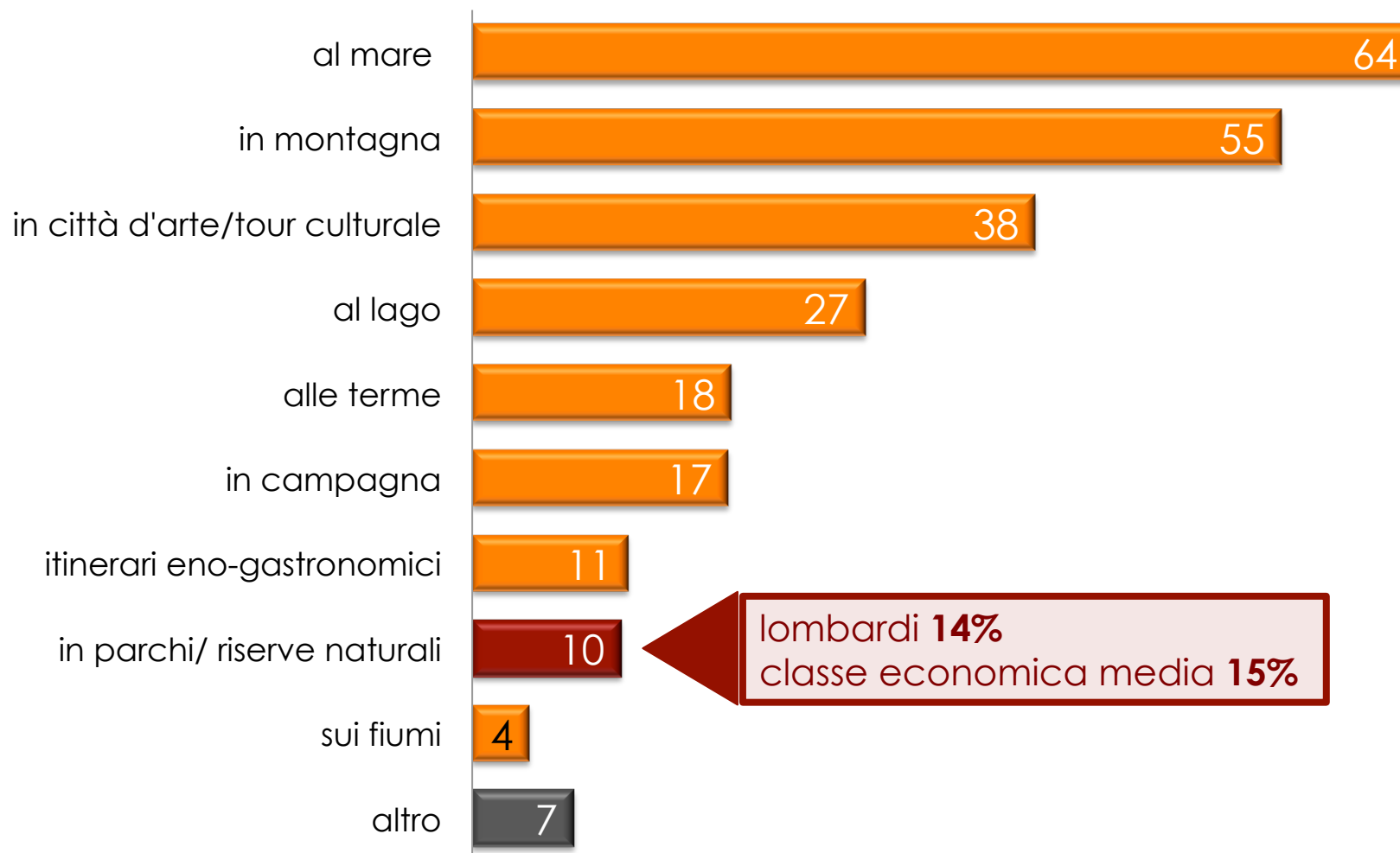
Le sue vacanze del 2010 le ha passate: **(Risponde chi ha fatto almeno una vacanza)**



Dati espressi in %. Somma citazioni

Destinazioni per il weekend: il 10% sceglie parchi e vacanze naturali

I suoi weekend del 2010 li ha passati: (% di risposte affermative – Risponde chi ha fatto almeno un week end)



Dati espressi in %. Somma citazioni

Gli aspetti più importanti: vince il connubio natura-pace e storia-tradizioni

Con un voto da 1 (minimo) a 10 (massimo) dovrebbe dire quanto ciascuno dei seguenti aspetti è importante per lei nella scelta del luogo in cui trascorrere le vacanze:

	% di quanti esprimono un voto tra 7 e 10	voto medio su scala 1 - 10
un ambiente naturale bello e il più possibile incontaminato	76	7,7
la possibilità di stare in pace, senza sovraffollamento	73	7,6
la comodità di strade/ mezzi di trasporto per raggiungere la destinazione	67	7,1
la presenza di siti storici o borghi antichi	66	7,3
la presenza di un ricco patrimonio artistico/culturale	66	7,3
la presenza di tradizioni locali interessanti, sia negli usi che nelle produzioni artigianali	65	7,2
l'offerta eno-gastronomica (mangiare e bere bene)	57	6,9
la possibilità di vivere la dimensione dell'avventura/della scoperta	54	6,5
la possibilità di assistere a eventi/spettacoli/fiere/ manifestazioni	52	6,4
la presenza di terme, centri benessere e strutture per la cura del corpo	38	5,6
la possibilità di fare nuovi incontri	37	5,5
presenza di strutture attrezzate ad accogliere le famiglie con bambini	36	5,1
la possibilità di praticare sport	34	5,4
una ricca offerta di divertimenti (discoteche, locali...)	23	4,4
che la località sia rinomata e di tendenza	22	4,2

I clan eco-turistici degli italiani

E' stata eseguita una Cluster Analysis del campione prendendo in considerazione le risposte alle domande riportate nelle pagine precedenti. Ne emerge una suddivisione in 4 clan:

Eco-dinamici 28%

Andare in natura significa avventura, sport, divertimento, eventi, socializzazione – assaggiare, provare e vedere il più possibile



Eco-culturali 26%

Cercano la natura, ma anche patrimoni artistico-culturali, tradizioni e siti storici

Eco-disattenti 25%

Poco attratti sia da paesaggi naturali che da divertimenti di qualsiasi tipo – viaggiano ma senza particolare entusiasmo

Eco-immersi 21%

L'obiettivo unico è trovare posti tranquilli e il più possibile incontaminati, il resto è tutto marginale

I clan eco-turistici degli italiani

E' stata eseguita una Cluster Analysis del campione prendendo in considerazione le risposte alle domande riportate nelle pagine precedenti. Ne emerge una suddivisione in 4 clan:

Eco-dinamici 28%

Una larga maggioranza sono donne, forte presenza di anziani e soggetti con figli conviventi. Sono particolarmente diffusi in Lombardia.

Nel raccogliere informazioni fruiscono più di altri dei mezzi tradizionali (tv, radio e riviste)

Eco-disattenti 25%

Sono prevalentemente maschi, under-45, livello scolare medio-basso
Si informano relativamente poco sul turismo, quando lo fanno utilizzano principalmente Internet (più di altri i social network)

Eco-culturali 26%

Molti hanno un'età compresa tra 45 e 64 anni, sono diplomati, lavoratori e vi è un'accentuata provenienza dal Piemonte.

Intenet e passaparola dominano il passaggio di informazioni.

Eco-immersi 21%

Presentano forti componenti di maschi, over 54 anni, senza figli conviventi, laureati.

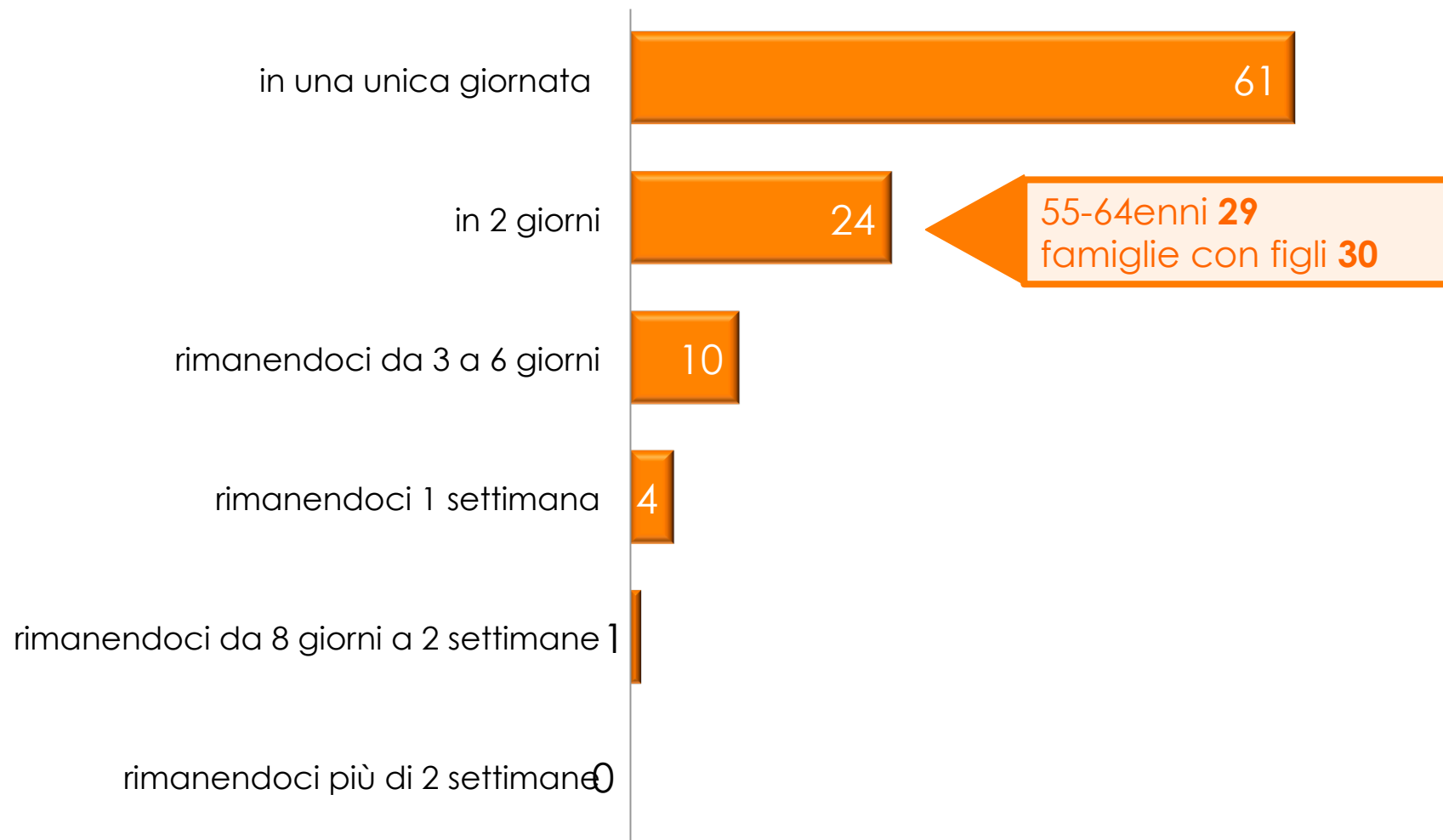
Acquisiscono informazioni via internet (siti specializzati), quotidiani e passaparola.



Il rapporto con i parchi e le riserve naturali

La visita tipo ai parchi è in giornata

Di solito, quando visita un parco naturale lo fa:
(Risponde chi ha visitato parchi negli ultimi 5 anni)



Dati espressi in %
Preferisco non rispondere: 2

I paesaggi naturali sono l'aspetto che attira di più nei parchi

Cosa cerca, principalmente, quando visita un parco naturale:
(Risponde chi ha visitato parchi negli ultimi 5 anni)



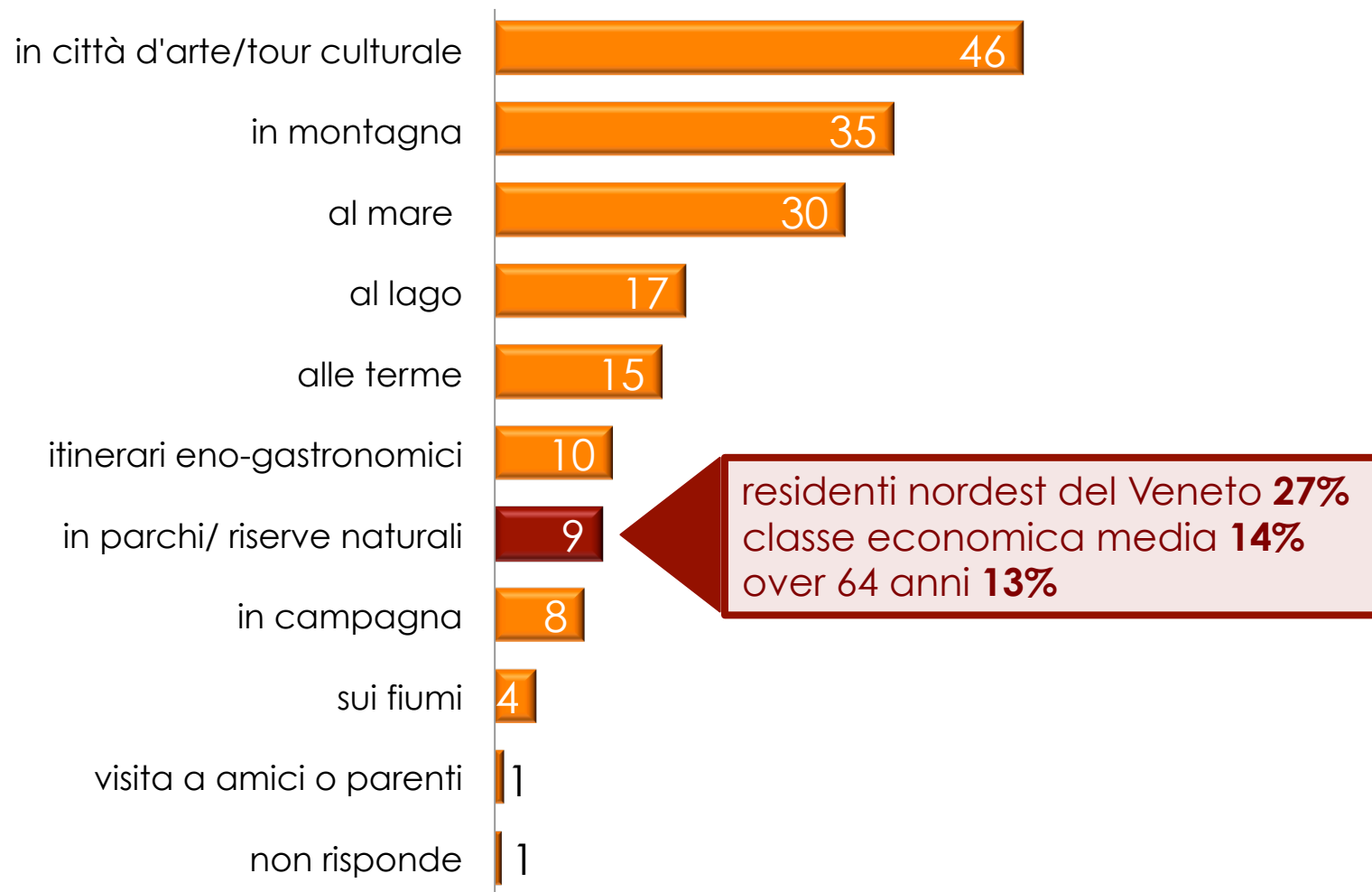
Dati espressi in %
Somma delle risposte consentite



I parchi veneti

Le città d'arte sono le mete più frequenti, il 9% ha visitato i parchi

Che tipo di soggiorno ha fatto in Veneto?
(Risponde chi visita il Veneto)



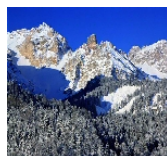
Dati espressi in %
Somma citazioni

Conoscenza dei 6 parchi veneti: riepilogo

% di QUANTI CONOSCONO IL PARCO



Parco Regionale Veneto del Delta del Po



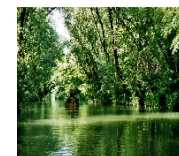
Parco Naturale delle Dolomiti D'Ampezzo



Parco Nazionale dei Colli Euganei



Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi



Parco Naturale Regionale del Fiume Sile



Parco Naturale Regionale della Lessinia



Visitatori dei 6 parchi veneti: riepilogo

% DI QUANTI HANNO GIÀ VISITATO



Parco Naturale delle Dolomiti d'Ampezzo



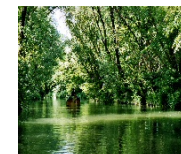
Parco Regionale Veneto del Delta del Po



Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi



Parco Regionale dei Colli Euganei



Parco Naturale Regionale del fiume Sile



Parco Naturale Regionale della Lessinia



Valutazione dei parchi: Dolomiti Bellunesi nell'eccellenza

Le chiediamo ora di esprimere una valutazione su come i parchi che lei ha visitato vengono gestiti dal punto di vista della manutenzione, della pulizia, dell'accoglienza dei visitatori, della disponibilità di informazioni, dei servizi disponibili. **(Risponde chi ha visitato il singolo parco)**



Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi

7,8



Parco Naturale delle Dolomiti d'Ampezzo

7,5



Parco Regionale Veneto del Delta del Po

7,3



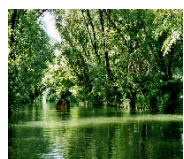
Parco Naturale Regionale della Lessinia

6,9



Parco Regionale dei Colli Euganei

6,9



Parco Naturale Regionale del Fiume Sile

6,8

Voto medio su scala 1 - 10

Dettaglio sugli interessati ai parchi

Parco della Lessinia

Molto interessati 17% di cui

il 20% lo ha già visitato

Il 40% lo conosce ma non lo ha mai visitato

Il 20% non lo conosce

**Nuovi interessati
= 10%**

(soprattutto da Lombardia e EMR)

Parco dei Colli Euganei

Molto interessati 18% di cui

Il 52% lo ha già visitato

Il 36% lo conosce ma non lo ha mai visitato

Il 12% non lo conosce

**Nuovi interessati
= 9%**

(soprattutto da Lombardia,
Veneto e EMR)

Dettaglio sugli interessati ai parchi

Parco del Delta del Po

Molto interessati 27% di cui

Il 60% lo ha già visitato

Il 29% lo conosce ma non lo ha mai visitato

Il 11% non lo conosce

**Nuovi interessati
= 11%**

(da tutte le regioni)

Parco del Fiume Sile

Molto interessati 17% di cui

Il 28% lo ha già visitato

Il 36% lo conosce ma non lo ha mai visitato

Il 36% non lo conosce

**Nuovi interessati
= 12%**

(soprattutto da Lombardia, e EMR)

Dettaglio sugli interessati ai parchi

Parco delle Dolomiti bellunesi

Molto interessati **30%** di cui

Il 66% lo ha già visitato

Il 24% lo conosce ma non lo ha mai visitato

Il 10% non lo conosce

**Nuovi interessati
= 10%**

(soprattutto da Lombardia,
Veneto e EMR)

Parco delle Dolomiti d'Ampezzo

Molto interessati **30%** di cui

Il 75% lo ha già visitato

Il 19% lo conosce ma non lo ha mai visitato

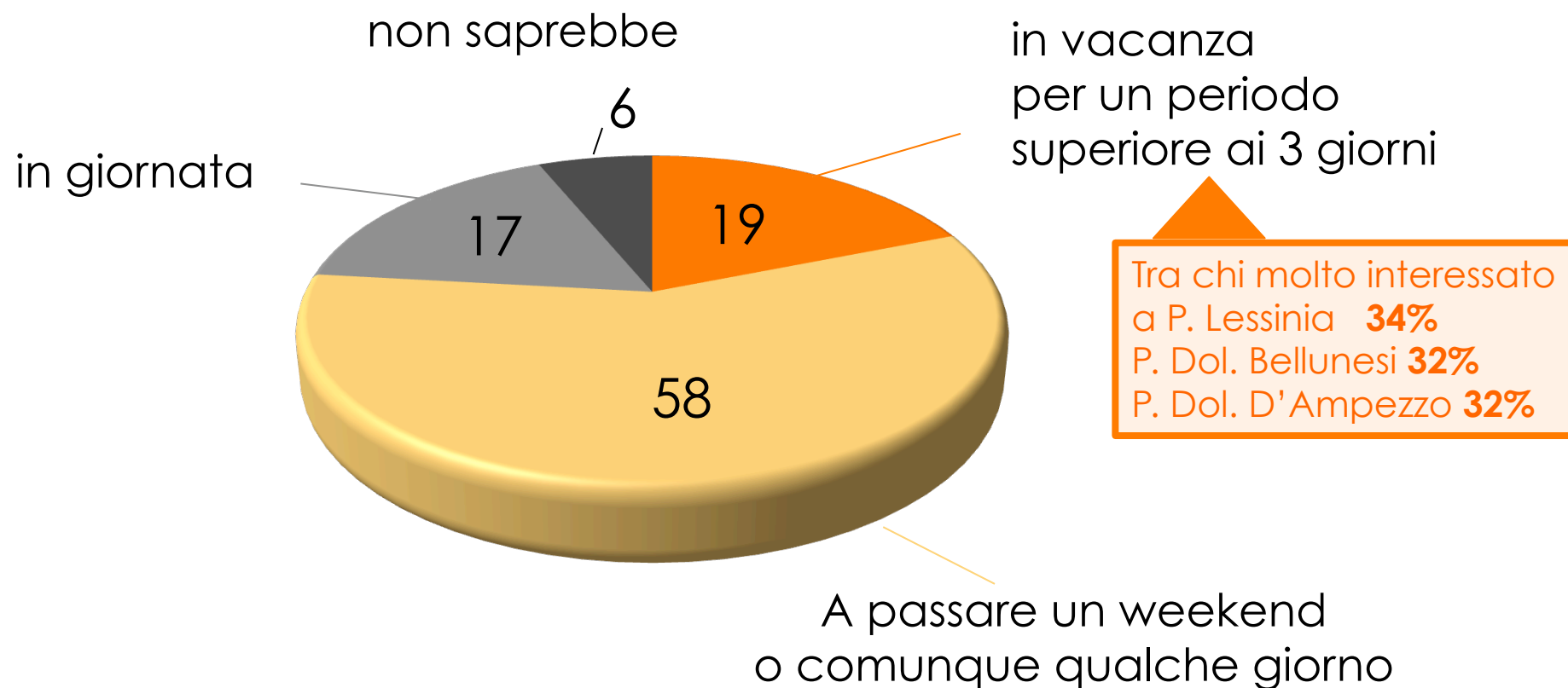
Il 6% non lo conosce

**Nuovi interessati
= 7%**

(da tutte le regioni)

Durata della permanenza nei parchi: la formula preferita è il weekend

Nel parco o nei parchi che la interessano, lei pensa che potrebbe andarci ...
(Risponde chi è interessato ad almeno uno dei parchi)



Dati espressi in %



I parchi veneti: elementi semantici di comunicazione

Associazione semantica a quanto si cerca nei parchi e ai parchi veneti

Quali delle seguenti espressioni incarnano meglio quello che lei cerca nei parchi naturali?*

Se pensa nel complesso ai parchi del Veneto che conosce, quali delle seguenti espressioni vi si associano meglio: **(Risponde chi conosce almeno 1 parco)**

	↓	↙	
tranquillità	32	35	+3
bellezza	30	34	+4
incontaminato	28	15	-13
vegetazione	28	27	-1
animali	21	9	-12
libertà	19	19	=
relax	15	17	+2
autenticità	15	12	-3
ritmi lenti e naturali	14	14	=
soddisfazione dei sensi	14	12	-2
tipicità locali	12	20	+8
semplicità	9	10	+1
salute	7	6	-1
specialità	5	6	+1
intensità	4	5	+1
divertimento	2	5	+3
sport	2	5	+3
gioco	2	1	-1
efficienza	1	5	+4

aspetti molto ricercati e anche ben associati ai parchi veneti

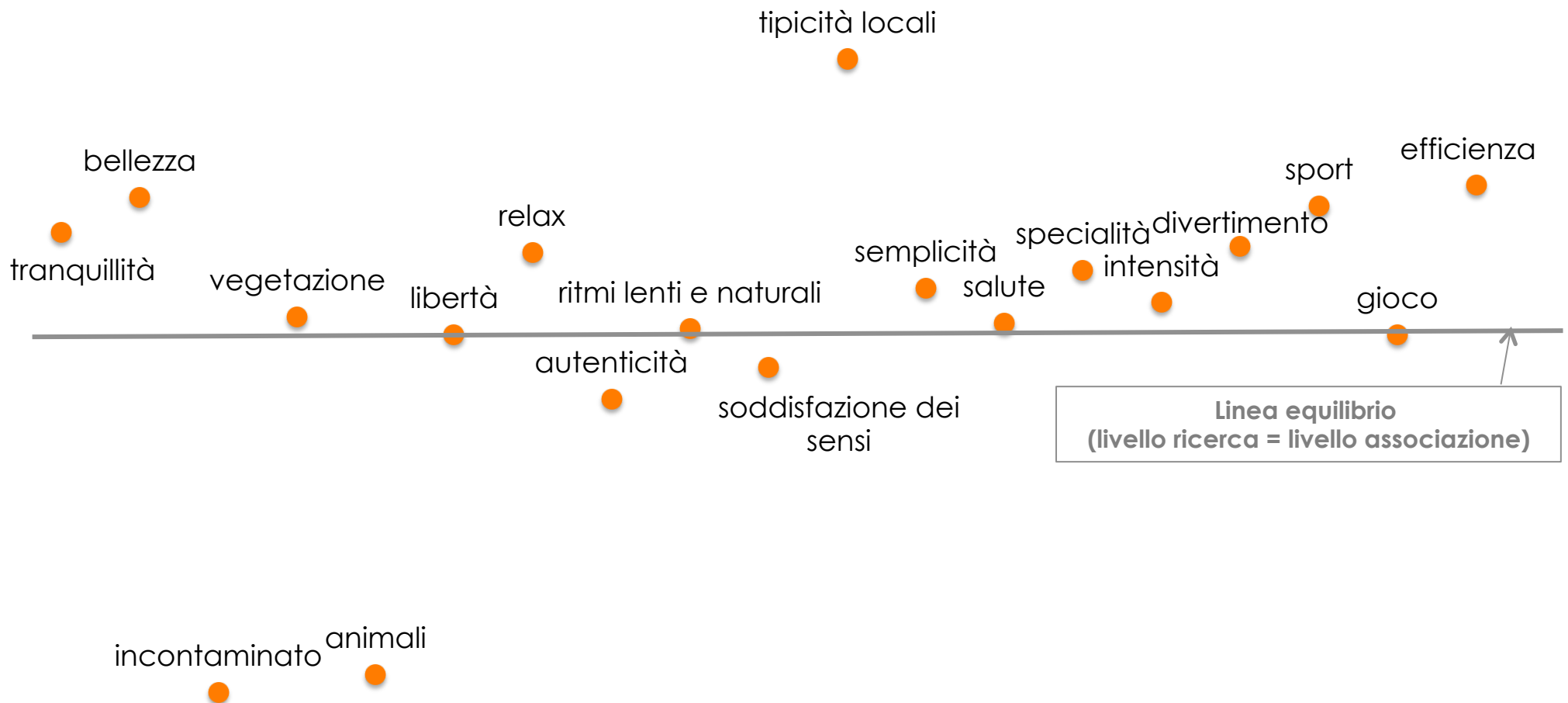
aspetti molto ricercati e poco associati ai parchi veneti

aspetto meno ricercato, ma molto associato ai parchi veneti

*Risp. chi ha visitato parchi negli ultimi 5 anni

Associazione semantica: riepilogo

Differenza tra livello di ricerca e il livello di associazione: più figura in alto maggiore è il surplus del livello di associazione ai parchi veneti rispetto a quanto ricercato in generale nei parchi



Associazione semantica: tavola sinottica

Elementi top

tranquillità
bellezza
ma anche
vegetazione

Elementi push

libertà
relax
autenticità
ritmi lenti e naturali
soddisfazione dei sensi
semplicità

Elementi down

incontaminato
animali
perché poco associati ai parchi veneti,
ma anche
efficienza
gioco
sport
divertimento
intensità
specialità
salute
perché poco ricercati

Elementi glamorize

tipicità locali

La bellezza e unicità del paesaggio il pregio dei parchi veneti

Quali sono, secondo lei, i principali **pregi** dei parchi veneti che conosce
(Risponde chi conosce almeno uno dei parchi):

bellezza del paesaggio	53
particolarità del paesaggio	30
tranquillità	24
buona accessibilità	24
combinazione tra paesaggi naturali e insediamenti storici	20
pulizia	17
elevata attenzione alla preservazione della fauna	16
elevata attenzione alla preservazione della flora	14
efficacia degli spostamenti interni (strade, sentieri, segnaletica)	12
costi adeguati	12
buona disponibilità di informazioni	11
buona offerta di servizi all'interno dei parchi	10
limitato numero di visitatori	5
altro	1
non risponde	3

Dati espressi in %. Somma citazioni

Costi e affollamento rappresentano i punti deboli dei parchi veneti

Quali sono, secondo lei, i principali **difetti** dei parchi veneti che conosce:
(Risponde chi conosce almeno uno dei parchi):

alti costi	26
troppi visitatori	21
scarsa disponibilità di informazioni	18
scarsa offerta di servizi all'interno dei parchi	14
difficile accessibilità	8
presenza di insediamenti o costruzioni degradati	7
inefficacia degli spostamenti interni (strade, sentieri, segnaletica)	6
non abbastanza tranquilli	5
carente attenzione alla preservazione della fauna	5
carente attenzione alla preservazione della flora	4
scarsa pulizia	4
paesaggi ordinari, niente di particolare	3
paesaggi non particolarmente belli	1
altro	1
nessuno	3
non risponde	22

Dati espressi in %. Somma citazioni

Punti di forza

- Bellezza dei paesaggi
- Particolarità dei paesaggi
- Unicità

Punti deboli

- Alti costi
- Troppi visitatori
- Scarsa disponibilità informazioni

Fattori di opportunità

- Buona accessibilità
- Combinazione tra paesaggi naturali e insediamenti storici

Fattori di rischio

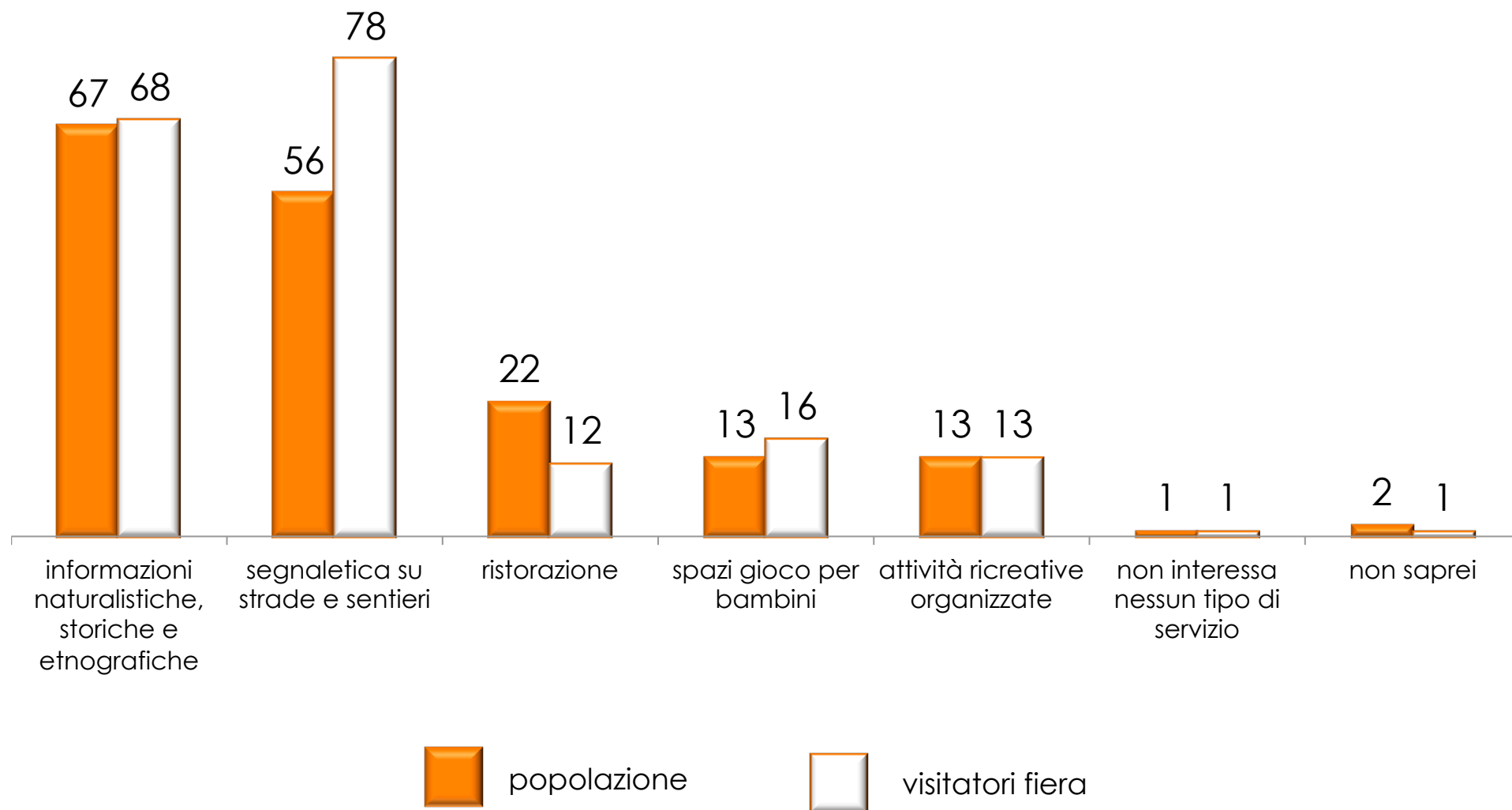
- Scarsa offerta di servizi all'interno dei parchi



I servizi offerti nell'ambito dei parchi

Informazioni e segnaletica sono i servizi fondamentali

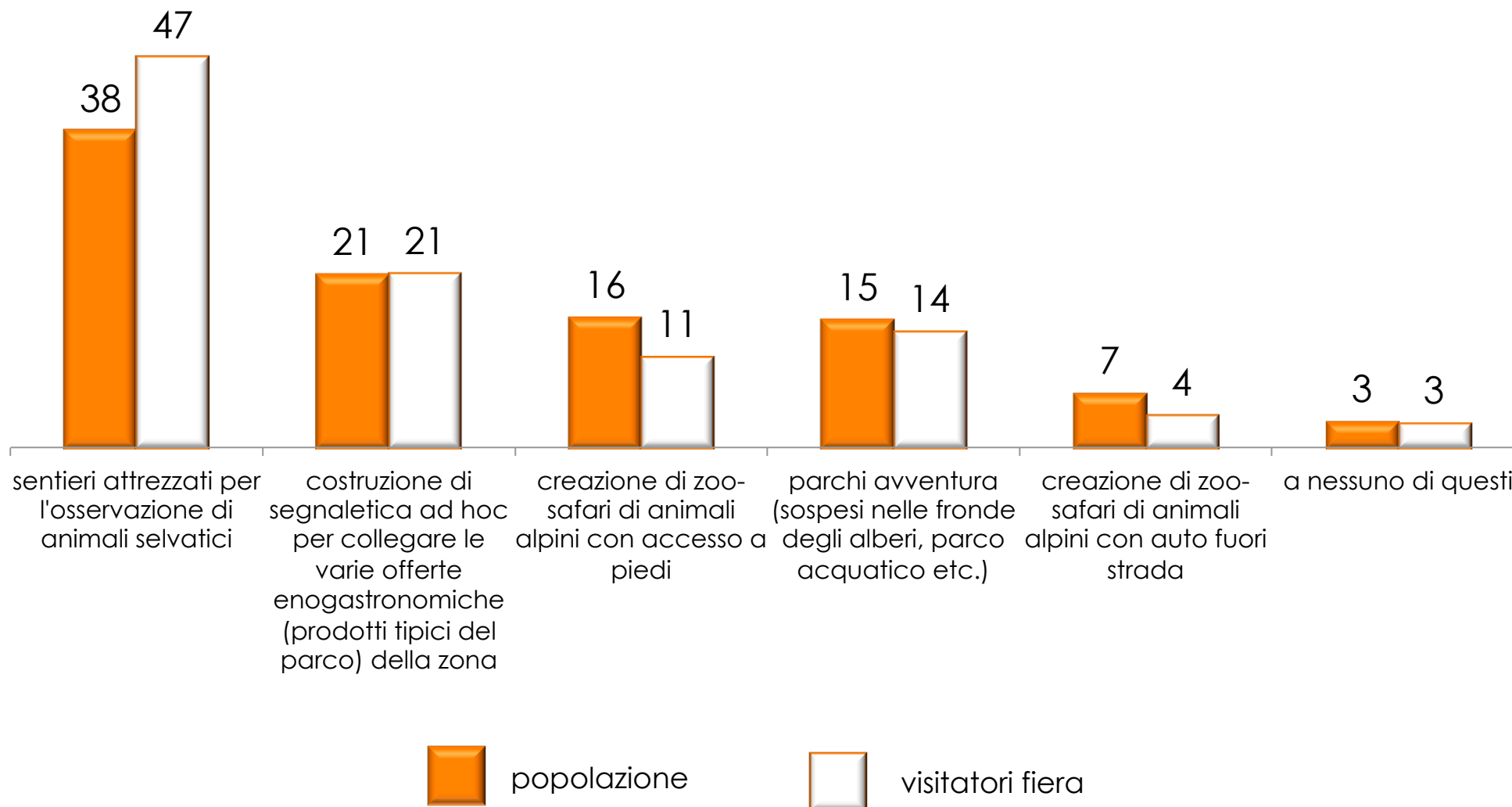
Quando lei visita un parco, quali ritiene siano i servizi più importanti che il parco debba offrire?



Dati espressi in %. Somma citazioni

Nuovi servizi: i più richiesti sono i sentieri per l'osservazione di animali

Nei prossimi anni in molte aree parco della regione Veneto si potranno incentivare nuove possibilità ricreative. A quale delle seguenti sarebbe più interessato?



Dati espressi in %. Somma citazioni

Il turista contemporaneo ha bisogno di:

1. spendere il giusto. essere trattato bene perché i soldi sono ridotti e quindi non vuole prendere fregature o bassa qualità.
2. rilassarsi e allontanarsi dallo stress quotidiano e dai pensieri
3. cerca luoghi unici, per vacanze emozionali e che lascino in lui il senso del piacere e del distacco
4. ama unire conoscenza, relax, sapori e aria pulita
5. vuole paesaggi incontaminati e tuffarsi nella natura vera
6. vive la vacanza nel parco come una sorta di Resort a basso costo

Metodologia

L'indagine quantitativa sulla popolazione è stata condotta mediante una rilevazione con tecnica mista, ovvero interviste telefoniche con metodo CATI (Computer Assisted Telephone Interview) e interviste online con metodo CAWI (Computer Assisted Web Interview), su un campione complessivo di 1.270 soggetti maggiorenni residenti in Veneto, Lombardia, Piemonte, FGV e Emilia Romagna, rappresentativi dell'universo di riferimento in base ai parametri di zona di residenza, sesso ed età.

Le interviste sono state somministrate in dicembre 2011.

I metodi utilizzati per l'individuazione delle unità finali sono di tipo casuale, come per i campioni probabilistici. Tutti i parametri sono uniformati ai più recenti dati forniti dall'ISTAT. I dati sono stati ponderati al fine di garantire la rappresentatività rispetto ai parametri di zona, sesso ed età. Il margine d'errore statistico dei dati riportati è del 3% a un intervallo di confidenza del 95%.

Le interviste ai visitatori della fiera Expobici sono state somministrate, autonomamente da SWG, in modalità online nei giorni dal 22 al 24 settembre 2011. Sono state raccolte in tutto 287 interviste complete.



www.swg.it | info@swg.it

Trieste, via S. Francesco 24, 34133 – t +39.040.362525 – f +39.040.635050

Milano, via Solari 8, 20144 – t +39.02.43911320 – f +39.02.4986773

Enzo Risso

enzo.risso@swg.it