

Il pensiero degli operatori della domanda presenti a Ecotur 2003

di Quirino Morelli

Sull'universo rappresentato dai 104 T.O. della domanda internazionale presente alla precedente edizione del workshop è stato intervistato un campione casuale di 22 operatori (21%). Il campione è risultato composto da n. 5 danesi, n. 4 polacchi, n. 3 tedeschi, n. 2 olandesi, n. 2 belgi, n. 2 francesi, n. 2 italiani, n. 1 svizzero e n. 1 svedese. Il 91% di essi rappresentava agenzie che realizzavano un proprio catalogo di cui il 5% on line e con clientela distribuita in Europa come dal grafico che segue.

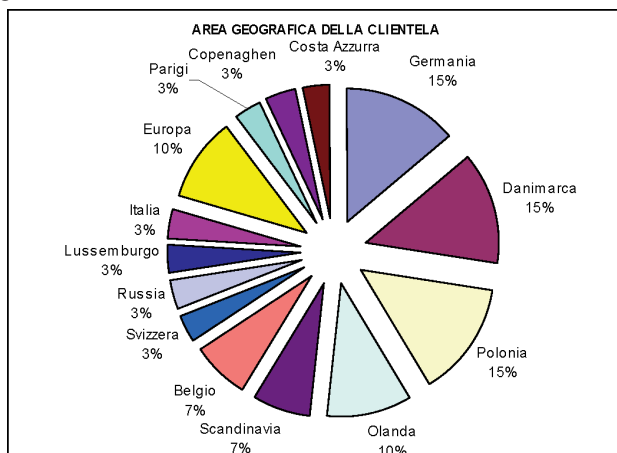


Grafico 1

L'età della clientela dei T.O. intervistati è rappresentata per il 56% dalla fascia che va dai 30 ai 60 anni, quasi tutto il restante 64% è distribuito equamente tra le famiglie, gli ultra sessantenni e la fascia di età dai 18 ai 30 anni (cfr. grafico n. 2). In particolare, si segnala un operatore di nicchia, il quale ha evidenziato che metà della sua clientela apparteneva alla categoria degli agricoltori.

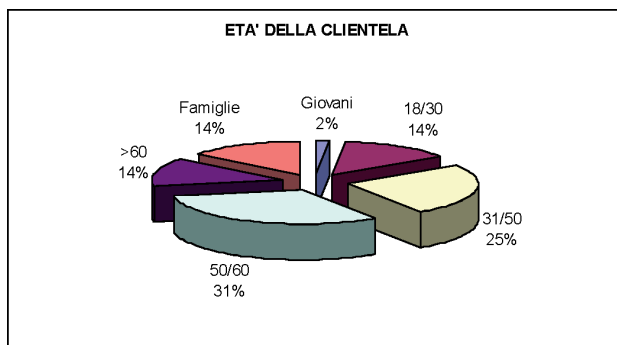


Grafico 2

Le sistemazioni più richieste dalla clientela sono risultate sempre quelle alberghiere che complessivamente sommano un 38% con una netta prevalenza dei tre stelle 22%. Gli appartamenti, i residence e i B&B sono apparse le strutture extralberghiere prescelte raccogliendo l'11% di preferenze ognuna.

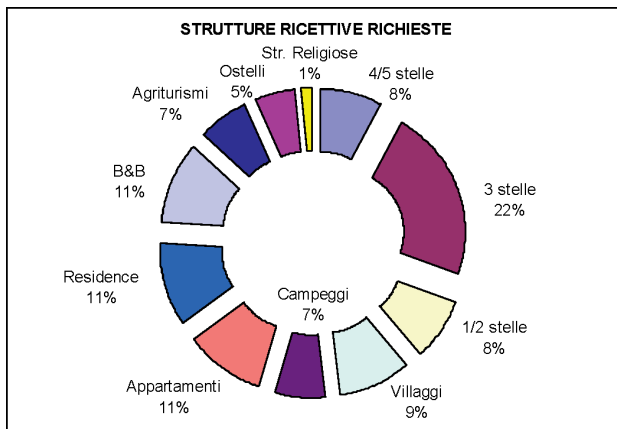


Grafico 3

Circa i prodotti turistici preferiti si sottolineano il mare e il turismo natura con il 17% di scelte, seguite dal lago (14%) e dagli itinerari culturali con la montagna estiva, entrambe oltre il 12% (cfr. grafico n. 4).

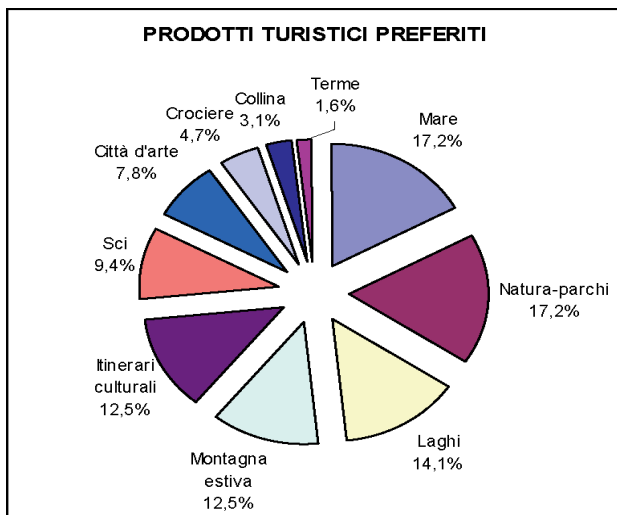


Grafico 4

REGIONE	PREFERENZA
Umbria	9%
Toscana	8%
Veneto	7%
Abruzzo	7%
Lombardia	5%
Liguria	5%
Puglia	5%
Sicilia	5%
Piemonte	4%
Valle d'Aosta	4%
Trentino A. A.	4%
Friuli V. G.	4%
Emilia Romagna	4%
Marche	4%
Basilicata	4%
Calabria	4%
Sardegna	4%
Lazio	3%
Campania	3%
Molise	2%

Grafico 5

Alla domanda "does the tourist specifically request 'the Park?'" il 41% dei T.O. intervistati ha risposto affermativamente, il 14% non sa o non risponde, mentre il restante 45% ha risposto negativamente. A coloro che hanno risposto "SI" è stata posta la successiva richiesta "in which region are the mostly requested parks?".

La graduatoria delle preferenze vede al primo posto l'Umbria con il 9% seguita dalla Toscana con l'8% e appaiate al terzo posto l'Abruzzo e il Veneto (7%). Seguono in 5° posizione la Liguria, la Lombardia, la Puglia e la Sicilia. Al nono posto si piazzano le seguenti regioni: Basilicata, Calabria, Emilia e Romagna, Friuli V. G., Marche, Piemonte, Sardegna, Trentino A. A. e Valle d'Aosta. In fine Lazio e Campania (3%) e Molise (2%).

Alla successiva domanda "which are the mostly requested parks?" hanno risposto solo tre operatori indicando i seguenti Parchi Nazionali: tutti quelli abruzzesi, con una citazione ulteriore per il P. N. d'Abruzzo e poi, quello del Gargano, quello dei Monti Sibillini e del Pollino.

Mentre alla richiesta di indicare quali sono le attività che vorrebbero praticare i loro clienti in vacanza, tutti hanno espresso la loro opinione integrando la griglia proposta di risposte multiple. Il 38% delle preferenze sono andate alle attività che consentono di vivere a piedi il territorio in maniera più o meno impegnativa, con un 17% per il trekking, il 15% per le passeggiate e il 3% per l'escursionismo e le scalate (cfr. grafico n. 6).

Seguono le attività nautiche con il 17% di simpatie (barca 6%, surfing 6%, rafting 3% e canoa 2%).

Vengono poi le due ruote con un 8% di preferenza per le mountain biking e un 4% per la bicicletta.

Al quarto posto si piazza lo sci con l'11% di scelte, seguito dalle passeggiate a cavallo (7%) dall'animal watching (4%), dal tennis (3%), per finire con l'enogastronomia e il golf (entrambe 1%).

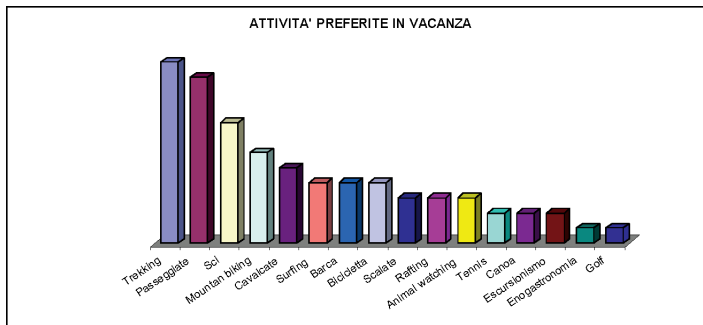


Grafico 6

E' stato chiesto poi di esprimere un giudizio sui punti di forza e quelli di debolezza del prodotto natura-parchi (cfr. grafico n. 7). Tra le valutazioni a sostegno del prodotto turistico, l'argomento che ha riscosso più consensi è stato quello della bellezza della natura (40%) con un 5% che ha espressamente indicato i colori delle diverse stagioni e un altro 5%, le montagne.

Al secondo posto la sensazione di pace, silenzio e relax che ha riscosso il 30% di preferenze seguito dalla possibilità di svolgere attività all'aria aperta (20%) con un 5% che ha specificatamente segnalato le passeggiate a piedi. L'ultimo elemento positivo è la possibilità di ammirare gli animali nel loro ambiente naturale (10%).

I punti di debolezza dell'offerta natura-parchi sono stati individuati principalmente nei seguenti tre:

l'organizzazione che comprende la carenza della sentieristica, dei servizi igienici, dei ristoranti, delle mappe e della proposta di attività da svolgere (67%);

la scarsa conoscenza del prodotto e la mancanza di informazioni (22%);

i prezzi particolarmente elevati nei periodi di alta stagione (11%).

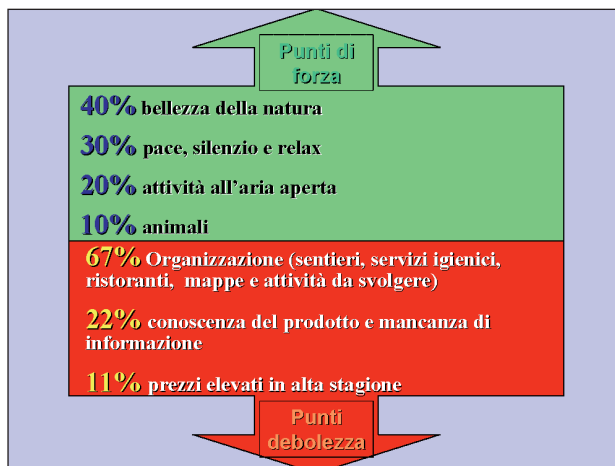


Grafico 7

A proposito di prezzi, l'ultima domanda è stata se "do you think that the price in comparison with the quality of the product 'nature/park' is reasonable?" e la maggioranza ha risposto in senso affermativo mentre il 41% non si è voluta sbilanciare. (cfr. grafico n. 8).

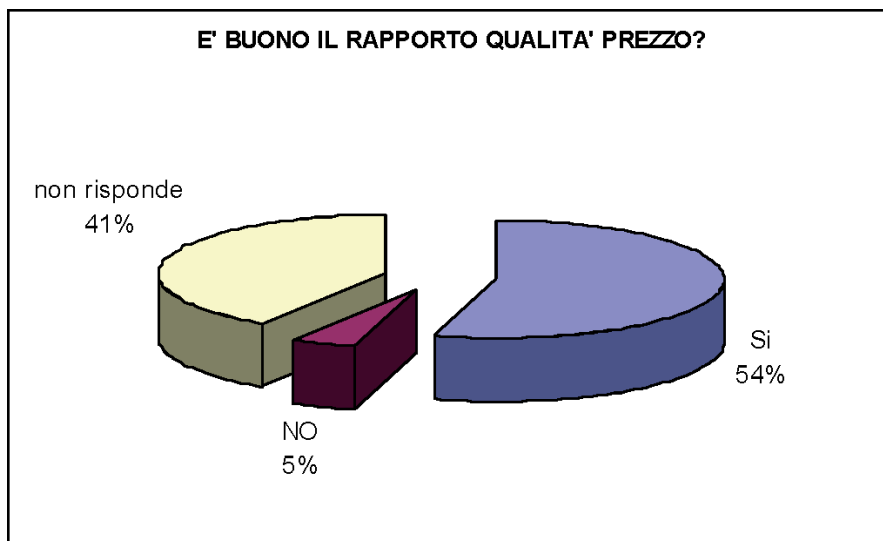


Grafico 8