

SINTESI DEI RISULTATI DELL'INDAGINE SUL GRADIMENTO DELLA CAMPAGNA MARE DEL LAZIO E SUL PRODOTTO TURISTICO "LITORALE LAZIALE"

L'opinione degli intervistati sulla campagna Mare del Lazio è stata senz'altro positiva. Il 57,2% dei 4.600 contattati solamente per il sondaggio ha infatti dichiarato di trovarla efficace

di Cristina dell'Aquila

La Litorale SpA, nell'ambito delle iniziative di comunicazione commissionate dalla Regione Lazio¹, ha voluto monitorare il gradimento sia del complesso dei servizi turistici offerti sul litorale laziale, sia della campagna promozionale "Una vacanza leggendaria. Mare del Lazio. Vivilo oggi, rivivi un mito". Con l'ausilio di una società specializzata nel marketing territoriale e nella comunicazione diretta, si è proceduto a tre tipi di interviste, coinvolgendo un totale di 6.860 individui, frequentatori della spiagge laziali e operatori turistici².

Il primo gruppo di interviste ha riguardato un sondaggio sul gradimento e l'efficacia della campagna promozionale ed ha coinvolto **4.600 individui**. **Il secondo gruppo di interviste**, oltre ad indagare il gradimento della campagna, ha riguardato più approfonditamente le opinioni dei frequentatori del litorale in merito a diversi temi legati al turismo e ha coinvolto un campione, non stratificato, di 1.702 individui, tra coloro che frequentano il litorale laziale come visitatori o residenti³. **Il terzo gruppo di interviste**, sugli stessi temi, ha invece coinvolto un campione, non stratificato, di **558 operatori turistici**⁴.

La campagna Mare del Lazio

L'opinione degli intervistati sulla campagna Mare del Lazio è stata senz'altro positiva. Il 57,2% dei 4.600 contattati solamente per il sondaggio ha infatti dichiarato di trovarla efficace; il 22,7% ha trovato gradevole la grafica ma poco chiaro il messaggio; al 10,5% è piaciuto il messaggio ma non la grafica e infine il 9,6% appena ha dichiarato di non gradirla. Analoghi consensi si sono avuti dai frequentatori e dagli operatori della costa.

Cosa pensa della campagna Mare del Lazio?

	Sondaggio	Frequentatori	Operatori
É efficace	57,2	62,7	64,5
Mi piace la grafica ma il messaggio non è chiaro	22,7	18,9	19,4
Mi piace il messaggio ma non la grafica	10,5	9,9	9,3
Non mi piace	9,6	8,5	6,8

L'indagine presso i frequentatori delle coste laziali

L'indagine presso i **frequentatori** della costa laziale ha rilevato come questi siano **in linea di massima soddisfatti della località prescelta e dei servizi loro offerti** (i giudizi espressi sono tendenzialmente sempre superiori alla sufficienza).

È emersa – come era del resto prevedibile considerata la caratteristica di "spiaggia di Roma" della costa laziale – una presenza più rilevante di **residenti e escursionisti**, rispetto ai turisti effettivi (dei 1.702 individui intervistati, il 53,8% ha dichiarato di essere residente, il 24,4% escursionista e il 21,8% turista). Questo elemento non è ovviamente privo di conseguenze; sia gli escursionisti che i residenti infatti, non usufruendo delle strutture ricettive delle località balneari, **hanno inevitabilmente un impatto economico inferiore rispetto a quello dei turisti** che vi soggiornano per più giornate, sfruttando oltre all'offerta balneare, anche quella ricettiva, di ristorazione, per il divertimento, ecc.

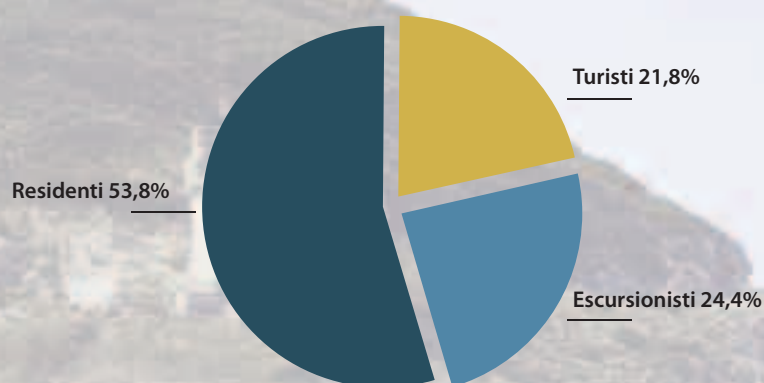
1. Con Determinazione Dirigenziale c1735 di Luglio 2006 e Delibera di Giunta 505 di agosto 2006.

2. L'indagine è stata realizzata sulle spiagge e sui lungomare di tutti i comuni del litorale laziale in due tranche: nelle giornate del 24, 25 e 26 settembre 2007 (venerdì, sabato e domenica) e di nuovo nelle giornate del 31 agosto, 1 e 2 settembre 2007 (venerdì, sabato e domenica).

3. In questo caso si deve tener conto della difficoltà di individuare con precisione l'universo di riferimento; i frequentatori della costa infatti possono essere rappresentati dalla popolazione ivi residente, dai turisti che vi trascorrono una vacanza e dai cosiddetti escursionisti, che vi passano solamente una giornata. L'impossibilità di avere una, seppur spannometrica, quantificazione del fenomeno escursionistico – assente da ogni statistica ufficiale – fa sì che l'universo di riferimento sia in realtà sconosciuto.

4. Nel caso degli operatori professionali del turismo e dell'accoglienza, si è scelto di considerare come universo di riferimento il dato censuario relativo ad alberghi, ristoranti e attività commerciali.

Distribuzione % del campione



Seppur soddisfatti, i frequentatori della costa laziale intervistati hanno indicato nella **presenza di strutture ricettive non ancora in grado di offrire alternative alla spiaggia e nella poca notorietà delle altre attrazioni della costa**, le principali ragioni per cui non scelgono la costa laziale come meta di vacanze più lunghe o fuori stagione. Inoltre **tutti denunciano il basso livello di accessibilità delle località della costa laziale**, spesso raggiungibili solamente con la macchina (per la quale peraltro non ci sono parcheggi adeguati), auspicando migliori collegamenti tra i comuni costieri e tra questi e la Capitale.

L'indagine presso gli operatori

Per avere una fotografia quanto più completa della percezione della destinazione turistica "litorale laziale", si è scelto di intervistare anche gli operatori del litorale, quelle persone cioè che, rispetto ai frequentatori, si posizionano "dall'altra parte" del prodotto turistico. **Un loro punto di debolezza rilevato è la scarsa capacità di promuovere l'attività:** in pochi infatti pubblicizzano la loro attività, contando per la maggior parte sul passaparola. In ogni caso la loro opinione della località in cui si trovano è tendenzialmente buona, se non molto buona e, comunque, migliore di quella dei frequentatori.

Gli operatori però sembrano avere una percezione sbagliata dell'opinione dei turisti, ritenendola spesso peggiore di quanto non sia in realtà. Un punto importante che è emerso è infine che circa **quattro operatori su cinque si sono dichiarati favorevoli a una classificazione delle strutture che offrono servizi turistici** (stabilimenti, ristoranti, ecc.), sul modello delle strutture alberghiere.

Qualche confronto tra frequentatori e operatori

Le risposte dei due gruppi intervistati in relazione ad alcune tematiche sono risultate piuttosto allineate, evidenziando problematiche ed esigenze comuni alle due categorie.

In termini di accessibilità, la necessità di migliorare i collegamenti con i comuni limitrofi appare rilevante per entrambi i gruppi, seppur interessi in maniera più significativa gli operatori. Valori abbastanza simili si registrano anche per le altre voci, con un intervistato ogni tre che ha manifestato l'esigenza di migliorare i collegamenti ferroviari con Roma.

In termini di accessibilità, dando per scontata la necessità del miglioramento della rete regionale, secondo lei quali forme alternative di trasporto potrebbero essere create o potenziate?

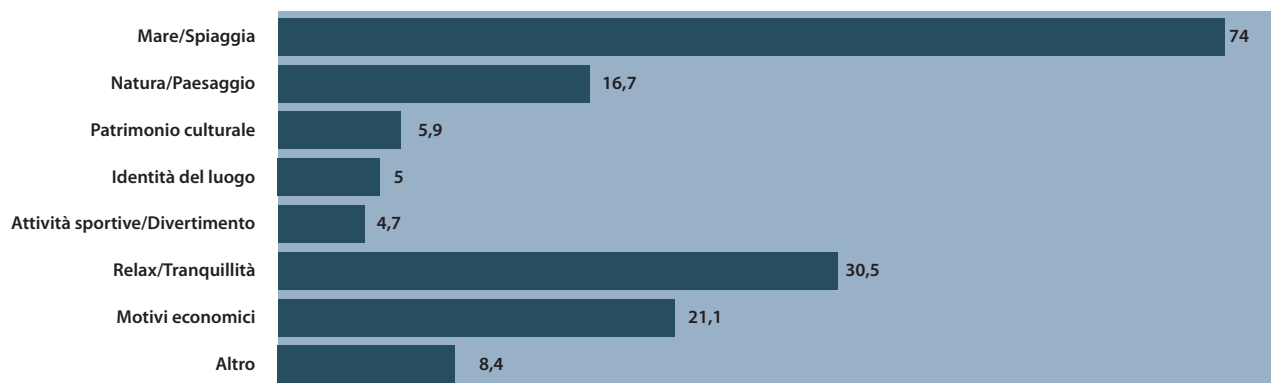
	Operatori	Frequentatori
Collegamenti rapidi con gli altri comuni limitrofi	42,5	37,7
Miglioramento della piccola viabilità interna	35,5	35,0
Collegamenti ferroviari, in particolare con Roma	33,9	33,1
Collegamenti pubblici (autobus) con Roma	26,9	28,6
Collegamenti via mare (es. metropolitana del mare tra le località turistiche)	26,5	18,6



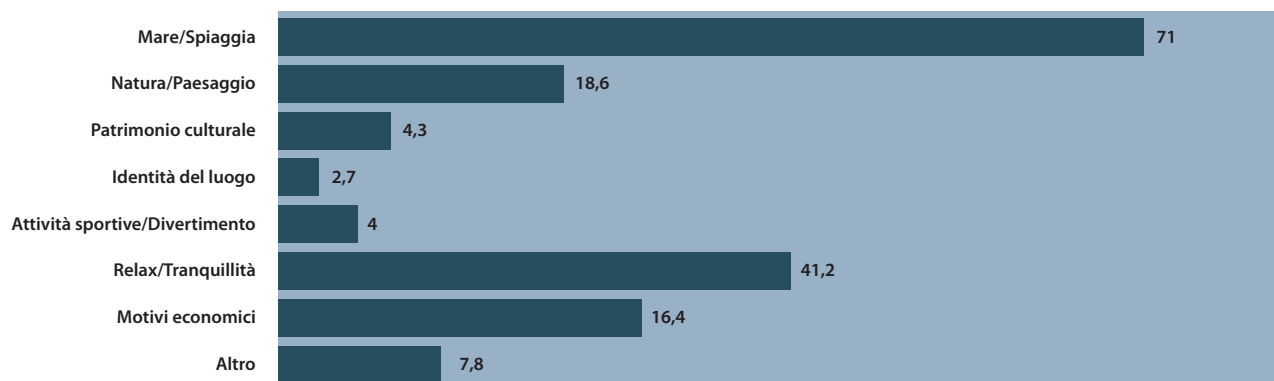
• Santa Marinella - foto Litorale S.p.A.

Un'altra carenza emersa molto chiaramente per entrambi i gruppi, è la scarsa rilevanza che l'identità del luogo ha nell'influencare la scelta della costa laziale come meta di vacanza, scelta ancora soprattutto per il mare.

Operatori



Frequentatori



Qualche indicazione di policy

Dai principali risultati emersi dall'indagine⁵, si possono trarre alcune indicazioni utili all'impostazione di una strategia di rilancio turistico del "prodotto Litorale laziale".

Appare evidente come, accanto alla necessità di intercettare nuovi flussi turistici, un importante obiettivo debba essere quello di riuscire ad **invogliare chi già frequenta la costa laziale, in particolare chi vi si ferma solo una giornata, a rimanere di più**. Per far questo, quello che viene richiesto è essenzialmente:

- strutture ricettive più attrezzate e in grado di offrire attività alternative alla spiaggia (centri benessere, attività sportive, ecc.);
- un miglioramento dell'offerta turistica alternativa al mare (gran parte degli intervistati si è dichiarata interessata alla conoscenza di siti culturali e naturali) e una maggiore promozione, anche attraverso gli stabilimenti, delle attività già presenti;
- uno sforzo maggiore per garantire una qualità dell'acqua migliore (gli escursionisti dichiarano in percentuali elevate che si fermerebbero per più di un giorno sulla costa laziale se il mare fosse più pulito).

Un altro punto importante da considerare per impostare una strategia di valorizzazione turistica della costa laziale, è il ruolo dei canali di comunicazione. La maggior parte dei frequentatori del litorale infatti vi arriva grazie al passaparola, mentre un ruolo di secondo piano sembrano avere i canali più specificatamente predisposti alla promozione turistica (agenzie, tour operator, giornali e riviste specializzate). Considerando inoltre come da un lato quasi nessuno degli intervistati abbia dichiarato di servirsi degli uffici turistici delle località del litorale, e dall'altro gli operatori abbiano dichiarato di non pubblicizzare molto la loro attività, l'indicazione generale che se ne trae è che **tutti i mezzi, tradizionali e non, di promozione turistica necessitano di un miglioramento e un potenziamento**, in modo da diventare degli strumenti effettivi ed efficaci di promozione della costa laziale.

Altro tema che richiede un intervento è il basso livello di accessibilità della costa; dalle interviste emerge chiaramente la necessità di **un miglioramento e di un'implementazione dell'offerta di trasporto pubblico**, sia nei collegamenti con la città di Roma, che nei collegamenti tra i diversi comuni della costa.

Infine, considerato come in pochissimi abbiano dichiarato di scegliere le località del litorale per l'**identità del luogo**, che non viene ritenuta un elemento attrattivo neanche dagli operatori della costa, nell'impostare una strategia di promozione turistica non si può trascurare di individuare e valorizzare quelle caratteristiche storiche, culturali e naturalistiche dei comuni costieri, che contribuiscono a rendere "tipica e unica" una vacanza nei luoghi del litorale laziale.



• Spiaggia di Serapo - foto Marco Scataglini

5. Si rimanda al testo completo dell'indagine per un'analisi più approfondita degli elementi emersi nel corso delle interviste realizzate.