

OSSERVATORIO TURISTICO REGIONALE

Regione Umbria

Indagine sui partecipanti a **UMBRIA JAZZ 2007**

a cura di

Sviluppumbria Spa



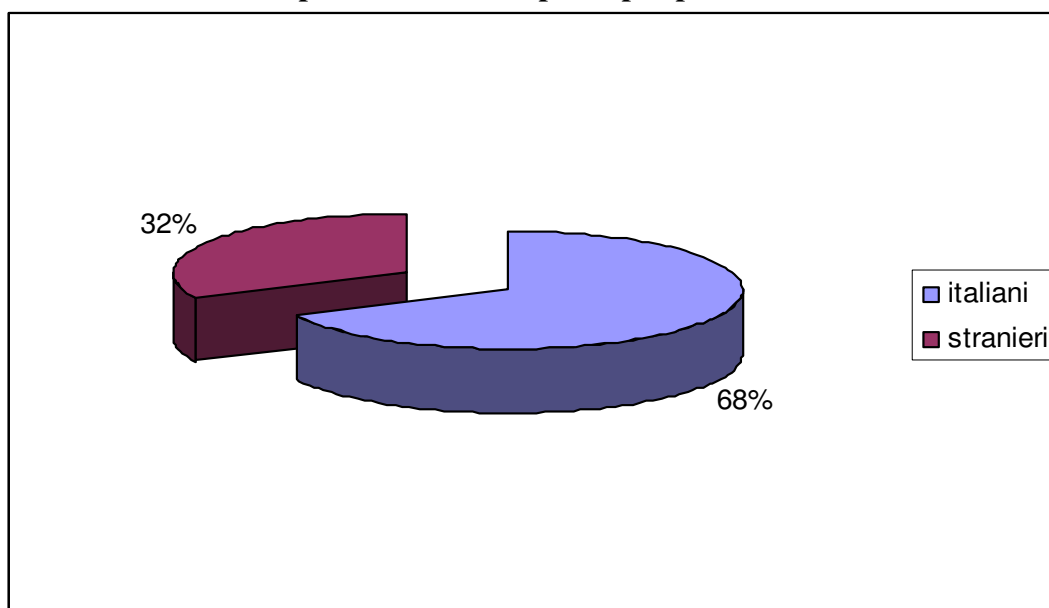
UMBRIA JAZZ 2007

Indagine sui partecipanti all'evento.

L'obiettivo della rilevazione effettuata in occasione di Umbria Jazz 2007, evento per il quale l'Umbria è nota in tutto il mondo, è quello di tracciare un profilo del visitatore, allo scopo di comprenderne gusti, comportamenti e motivazioni di viaggio, nonché di delinearne le caratteristiche socio-demografiche (età, professione, ecc.).

I frequentatori dell'evento intervistati sono, coerentemente con i dati relativi al turismo in Umbria, italiani per il 68%, nel 55% dei casi maschi, con una concentrazione elevata di studenti (38%) ma anche di professionisti (quasi il 20%). Gli stranieri, che costituiscono il 32% del totale degli intervistati, provengono in buona misura dagli Stati Uniti d'America e, dato inaspettato, dalla Spagna¹.

Composizione del campione per provenienza



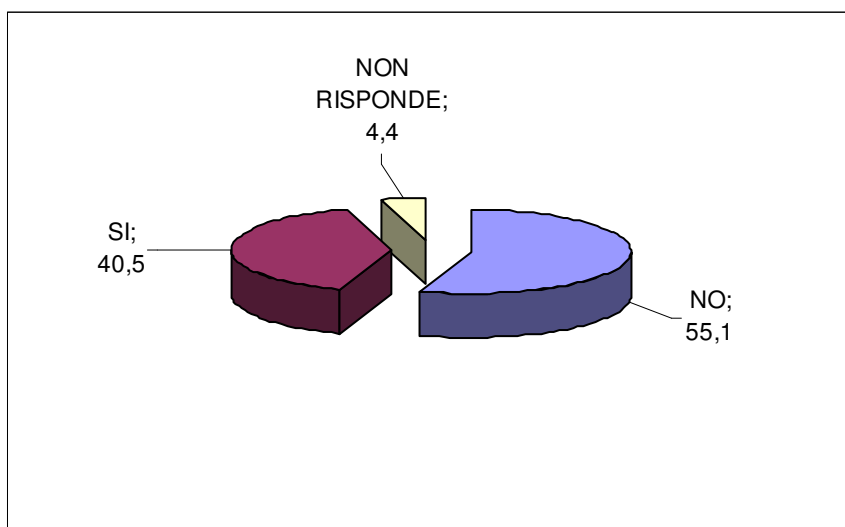
Si tratta di visitatori altamente “fidelizzati” rispetto all’Umbria come destinazione turistica visto che ben il 66,5% dei rispondenti dichiara di averla già scelta come meta di precedenti vacanze e, in queste ipotesi, la motivazione prevalente al viaggio è consistita nella partecipazione a fiere ed

¹ Ovviamente, sono presenti anche turisti inglesi, francesi, olandesi e così via ma gli spagnoli rappresentano il 16% circa degli stranieri intervistati.

eventi². Si tratta, pertanto, di una fidelizzazione verso il territorio, ma più ancora verso il prodotto “eventi” che attrae annualmente flussi importanti di *repeaters*³.

A conferma di quanto detto, gli intervistati dichiarano di avere già programmato e fruito, in passato, di vacanze collegate proprio alla partecipazione ad un evento (61% del campione); a ciò si aggiunga che l’interesse per gli eventi è tale da spingere il 40% dei rispondenti all’acquisto di prodotti e gadget connessi all’evento stesso.

Acquisti di prodotti e gadget legati all’evento

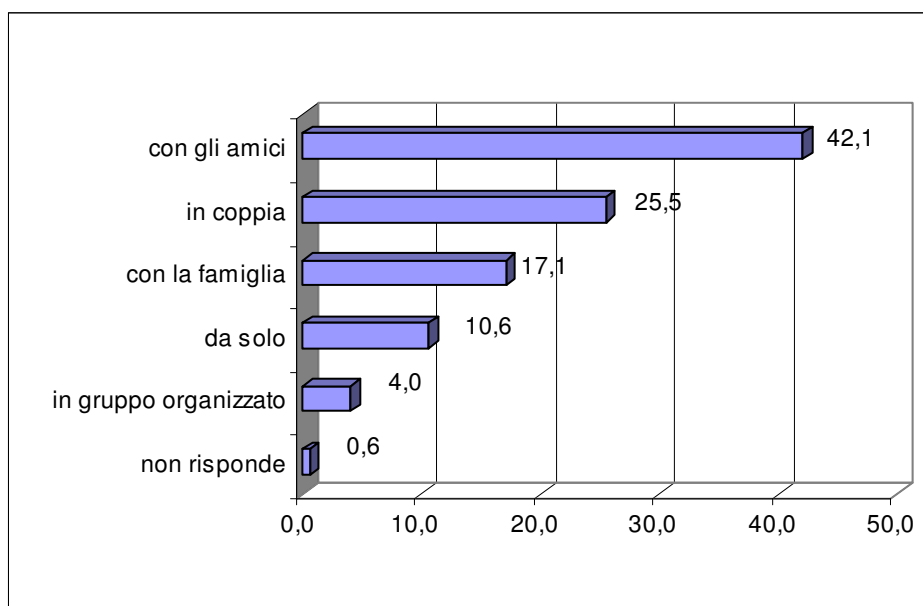


Il visitatore di Umbria Jazz viaggia quasi nella totalità dei casi (88%) in compagnia: degli amici (42%), ma anche in coppia (25%), con la famiglia (17%), in gruppo organizzato (4%).

² Da notare, a tale proposito, che “motivi religiosi, di pellegrinaggio” costituisce la motivazione prevalente di una quota significativa delle precedenti vacanze degli italiani contrariamente a quanto avviene per gli stranieri.

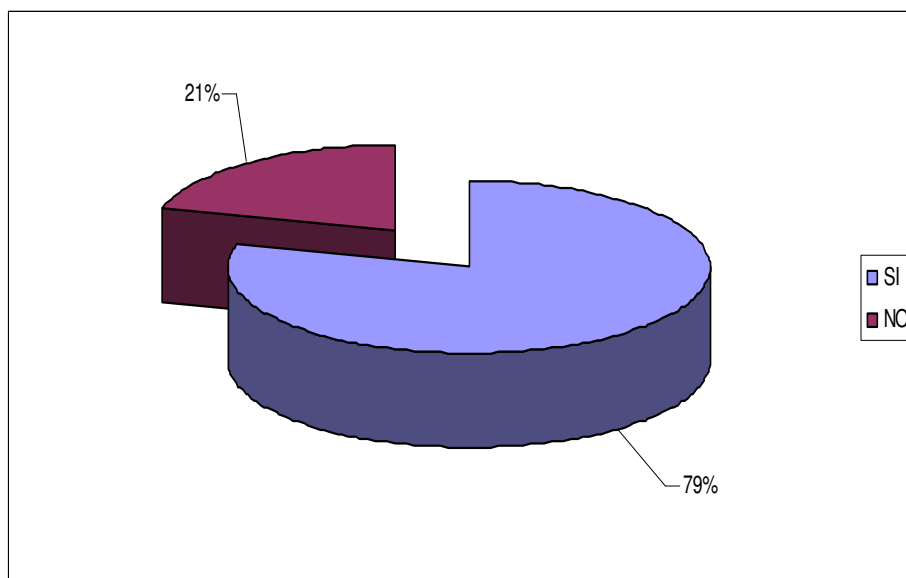
³ Si precisa, infatti, che le precedenti esperienze di viaggio in Umbria legate agli eventi costituiscono il 27% delle risposte; in circa il 24% dei casi, la motivazione alla precedente vacanza in Umbria è stata originata da motivazioni “culturali/artistiche”..

Con chi viaggia

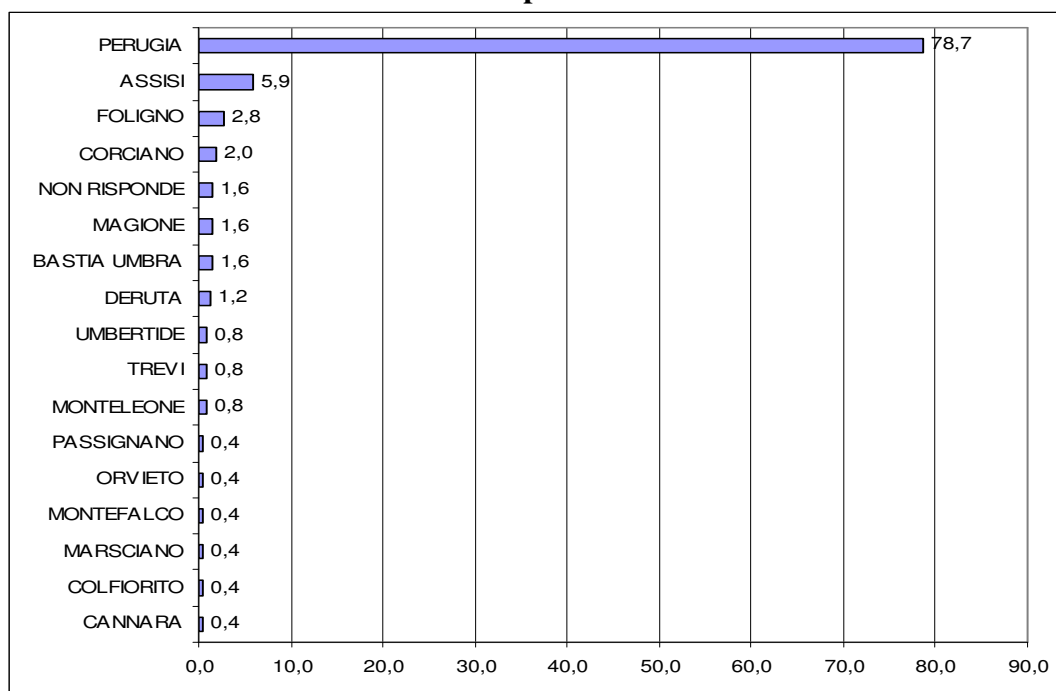


Sceglie di pernottare in Umbria (79% del campione), con una concentrazione dei pernottamenti nel capoluogo regionale (circa l'80%) presso il quale, d'altro canto, sono ospitati la gran parte degli eventi relativi ad Umbria Jazz.

Pernottanti in Umbria

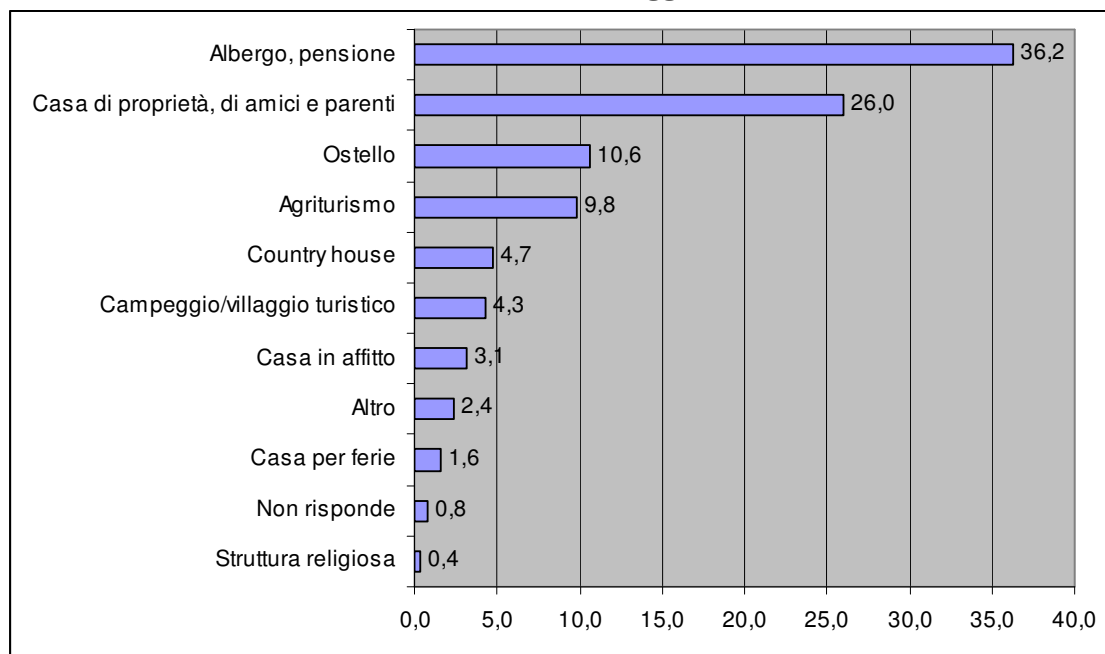


Località del pernottamento



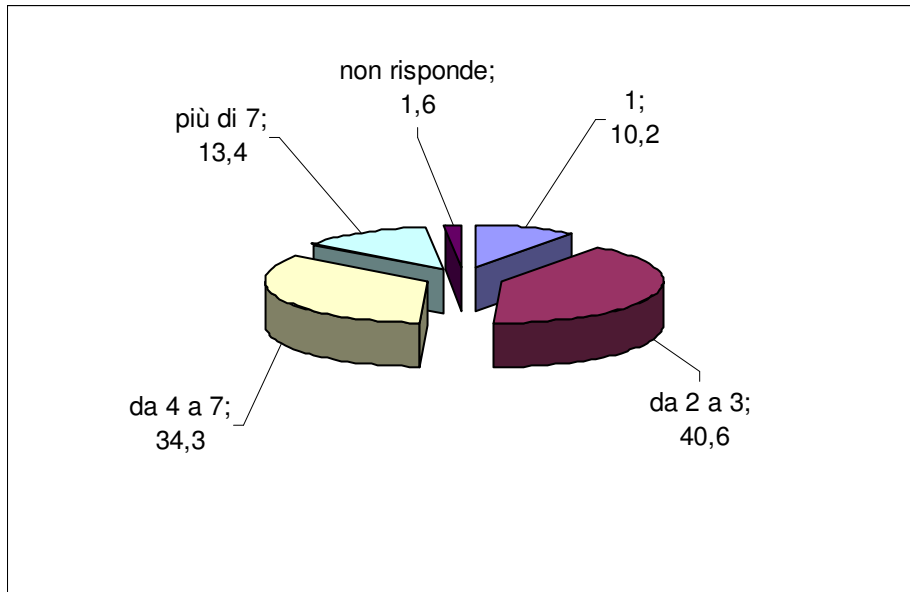
La scelta della tipologia di alloggio ricade in più di un terzo dei casi su strutture alberghiere ma si registra anche un forte grado di utilizzo di abitazioni proprie (seconde case) o di “amici e parenti”. La ricettività cosiddetta “non ufficiale” incide per una quota scarsamente rilevante (3,1%) mentre si registra un buon ricorso (10%) ad una ricettività rivolta ad un pubblico giovane (ostelli). Infatti, la metà del campione si concentra nella fascia d’età da 18 a 34 anni, mentre un ulteriore 20% non raggiunge i 45 anni di età. Gli stranieri, inoltre, preferiscono proporzionalmente più le soluzioni “campeggio” e “ostello”; gli italiani, invece, dimostrano, rispetto al turismo straniero, una maggiore propensione verso le “case in affitto”.

Soluzioni di alloggio



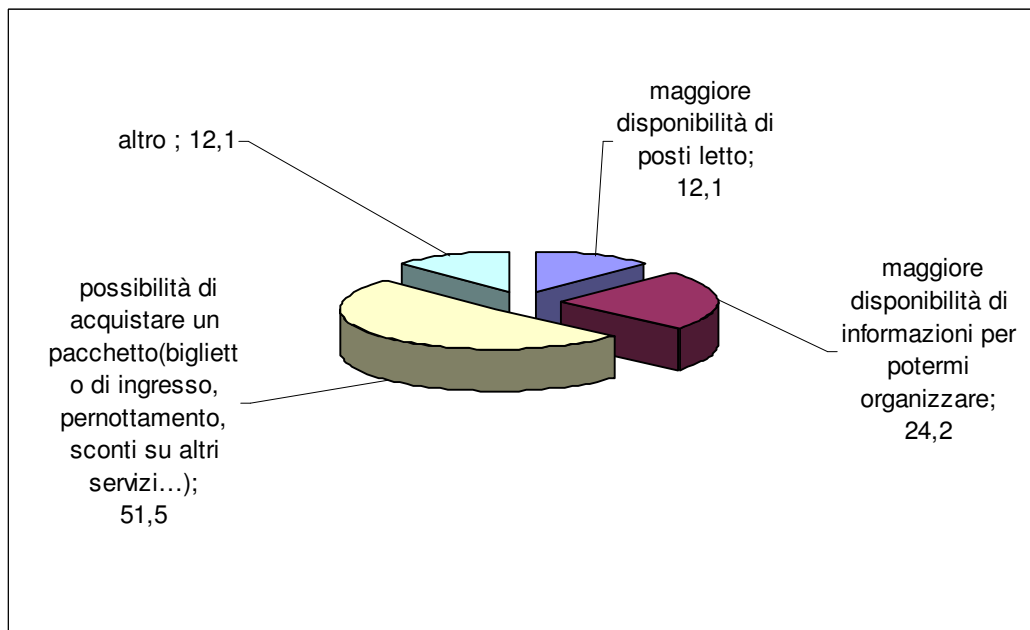
Quanto alla permanenza media, le frequenze si concentrano, per la gran parte, in corrispondenza della fascia “2 – 3 giornate”, conformemente, anche in questo caso, a quello che emerge dalle statistiche ufficiali. Tuttavia, deve notarsi che risulta elevata anche la concentrazione di frequenze registrate in corrispondenza della modalità “da 4 a 7 giorni”; si delinea pertanto il profilo di un turismo dell’evento “Umbria Jazz” fortemente interessato alla manifestazione tanto da essere disposto a permanere nella località per un lasso temporale superiore a quanto solitamente si trattiene mediamente un turista nella nostra regione. La durata da 4 a 7 giorni, infatti, sembra indicare una coincidenza con gran parte dei concerti programmati per Umbria Jazz.

Durata della permanenza



Chi non pernotta subordina la possibilità di alloggiare in Umbria, in occasione di Umbria Jazz, essenzialmente alla possibilità di fruire di un'organizzazione della propria permanenza a tutto tondo, intesa come possibilità di acquistare, sin dall'inizio, un pacchetto composito costituito sia dal pernottamento e servizi connessi che, soprattutto, dai biglietti di ingresso alle manifestazioni previste durante l'evento. L'*appeal* sarebbe ancora maggiore se e qualora a questa pacchettizzazione dell'offerta si accompagnassero sconti sui prezzi dei servizi/prodotti facenti parte di questa stessa.

Condizioni alle quali si pernotterebbe in Umbria in occasione di Umbria Jazz⁴



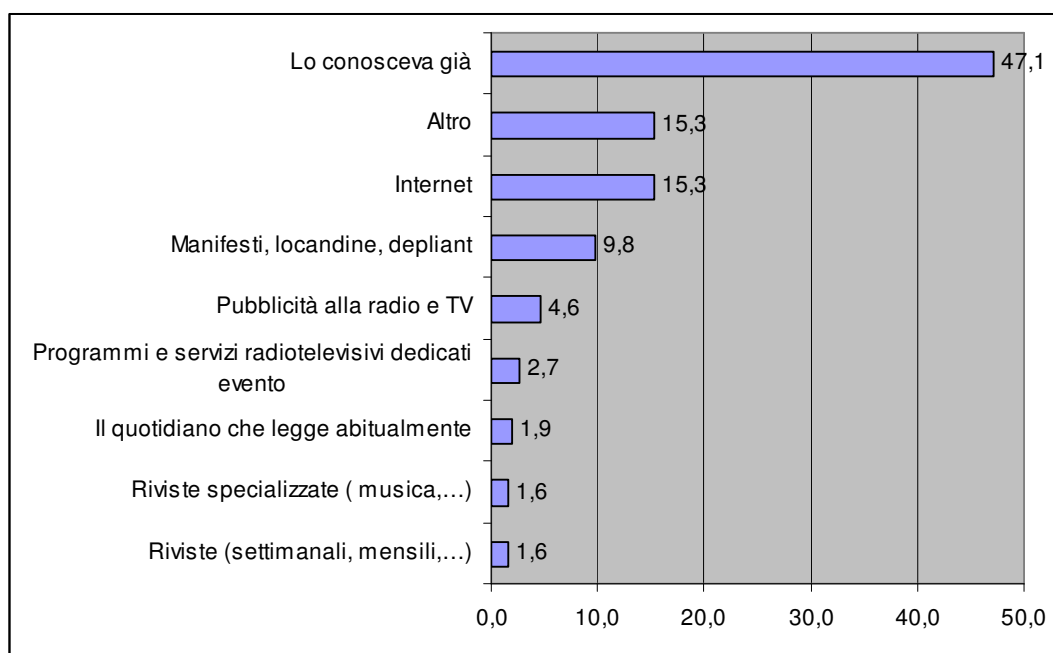
⁴ Si fa presente che le opzioni di risposta a questa domanda erano multiple; nel calcolo delle percentuali si è fatto riferimento al totale delle risposte piuttosto che al totale dei rispondenti.

La diffusione dell'informazione dell'evento è solo in parte da attribuire ai mezzi che tradizionalmente rivestono carattere pubblicitario; infatti, ben il 47% del campione dichiara che la propria conoscenza di Umbria Jazz è legata al fatto di avere preso parte alle precedenti edizioni, mentre, fatta eccezione per "Internet", gli altri strumenti di comunicazione non arrivano a totalizzare il 10% ciascuno. L'opzione "Altro" raggruppa in sé diverse soluzioni di risposta, tra cui prevale il "passaparola" soprattutto ad opera di amici e parenti, quegli stessi che, con ogni probabilità, ospitano il 26% dei pernottanti in Umbria in occasione di Umbria Jazz.

Distinguendo i canali attraverso cui si è venuti a conoscenza dell'evento per italiani e stranieri, si nota come per i secondi sia proporzionalmente più incisiva l'azione di "Internet" nonché il suggerimento/consiglio di amici e conoscenti. Gli stranieri non citano mai la stampa non di settore (quotidiani e riviste) come mezzo di promozione della conoscenza dell'evento, contrariamente a quello che avviene per gli italiani, mentre le riviste specializzate contribuiscono alla diffusione dell'evento anche all'estero (1,8% delle risposte).

I canali promozionali, inoltre, sono diversamente efficaci rispetto alle categorie professionali degli appartenenti al campione: "Internet" è uno strumento più incisivo verso "operai" e "artigiani", "manifesti, locandine e depliant" risultano mediamente più efficaci verso gli "insegnanti", il "quotidiano" sembra rivolgersi esclusivamente ai "liberi professionisti".

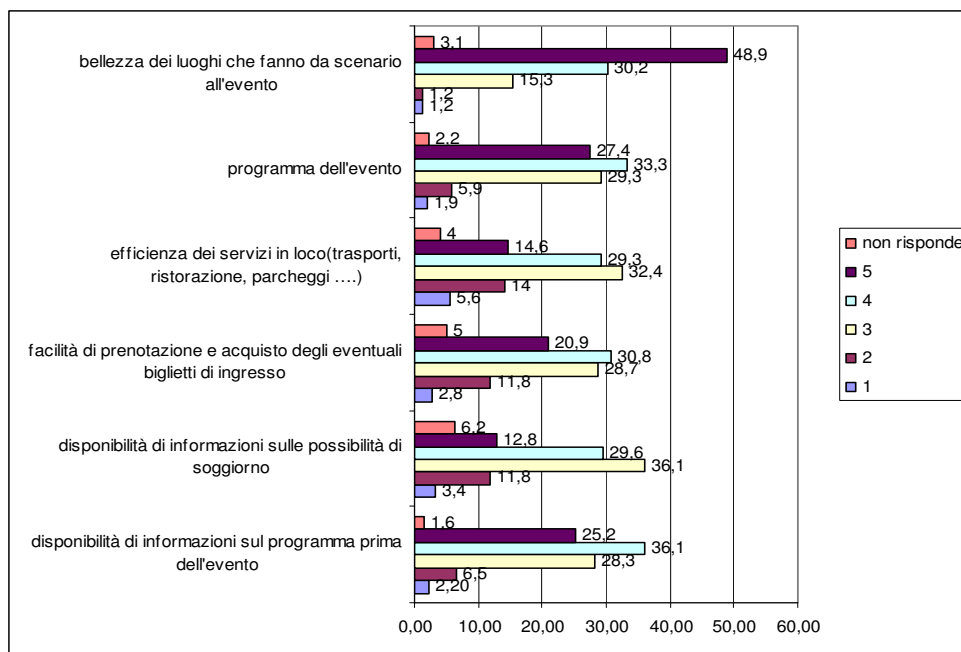
Mezzi di conoscenza dell'evento



Il giudizio sulla vacanza collegata alla fruizione di Umbria Jazz è mediamente molto elevato: in un range da 1 (valore minimo) a 5 (valore massimo) il 76% circa dei rispondenti attribuisce giudizi

pari a “4” e “5” alla vacanza nel suo complesso. Tra gli elementi rispetto ai quali è stato chiesto di esprimere una valutazione, registra la soddisfazione più elevata il “programma dell’evento” con il 30% delle frequenze concentrate sulla modalità “4”, mentre la “disponibilità di informazioni sul programma prima dell’evento” presenta un 15% di frequenze concentrate complessivamente sulle modalità più basse di giudizio (valori “1” e “2”).

Giudizi sulla vacanza



Così come per la vacanza nel suo complesso e per tutti quegli elementi di contesto (“bellezza dei luoghi ...”) o che ne agevolano l’acquisto nonché la fruizione (“disponibilità di informazioni...”), è stato chiesto agli intervistati di esprimere una valutazione specifica anche in merito ad alcuni servizi turistici.

Rispetto a tale questione, i “ristoranti” risultano il servizio che raccoglie maggiori consensi mentre “infrastrutture e collegamenti viari” e “guide ed accompagnatori” rappresentano gli anelli deboli della catena: giudizi in linea con quelli espressi dai panel intervistati anche in occasione di altre rilevazioni effettuate dall’Osservatorio Turistico regionale.

Mediamente, comunque, tutti i servizi oggetto di valutazione raccolgono giudizi “buoni”, anche se rispetto ad alcuni servizi, vista l’età anagrafica e la condizione sociale del campione (maggioranza di studenti e non lavoratori), la gran parte degli intervistati non risponde in quanto non ne ha conoscenza (“spazi ricreativi attrezzati per bambini”).

Valutazione attribuita ai servizi turistici	Insufficiente	Sufficiente	Buono	Ottimo	Non risponde
Ristoranti	2,5	16,2	53,6	20,9	6,9
Negozi	1,2	19,6	59,2	13,7	6,2
Guide ed accompagnatori	9,3	19	23,1	5,3	43,3
Alberghi e servizi ricettivi	2,5	22,1	48,3	7,5	19,6
Gestione Musei, aree archeologiche, monumenti	1,6	26,2	40,8	10,3	21,2
Locali di ritrovo, discoteche	3,1	23,1	38,6	5,3	29,9
Spazi ricreativi attrezzati per bambini	7,5	15,9	14,3	2,2	60,1
Servizi di informazione turistica (info su itinerari turistici, eventi...)	9	27,4	37,4	10,6	15,6
Infrastrutture e collegamenti viari	10,3	30,5	38,9	8,7	11,5
Organizzazione di altri eventi durante lo svolgimento di Umbria Jazz	5,6	24	41,4	8,1	20,9

NOTA METODOLOGICA

Le interviste sono state realizzate a Perugia da 3 rilevatori appositamente formati nel periodo 6-15 luglio 2007. Sono state realizzate 300 interviste complessivamente, di cui 210 a turisti italiani e 90 a stranieri; le interviste sono state realizzate mediante somministrazione diretta di questionario.

I dati raccolti sono stati elaborati dal CST.

N.B. E' stata segnalata la grande disponibilità e partecipazione attiva degli intervistati a rispondere alle domande rivolte. Solo in rari casi i rilevatori hanno ricevuto un rifiuto a rispondere alle domande, in genere attribuibile alla mancanza di tempo e alla necessità di recarsi a un concerto.