

**PREMESSA**

Il progetto “RILEVA CAORLE 2015” è il proseguimento della iniziativa avviata nel 2014. La base dell’iniziativa rimane quella rivolta ad ottenere informazioni finalizzate a migliorare la soddisfazione dei turisti e di conseguenza i servizi e l’immagine percepita dal “turista” di Caorle.

Il gruppo di lavoro del 2015 è stato più numeroso e supportato anche dalla più stretta collaborazione con Veronica Marchesan per le analisi e le fasi di gestione delle rilevazioni.

Il gruppo di lavoro non è costituito solo dai tecnici e dai rilevatori, ma anche dalle persone che si sono rese disponibili per definire il PANEL dei quesiti e per i necessari confronti avvenuti durante l’erogazione del servizio di rilevazione. Vogliamo ringraziare coloro che hanno collaborato e si sono resi disponibili tra cui:

Quindi si vuole ringraziare

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

Tutti i dettagli delle rilevazioni sono disponibili per consultazioni e analisi più approfondite.

**Sommario**

PREMESSA..... 1

METODO DI INDAGINE ..... 2

PRINCIPALI RISULTATI..... 3

SVILUPPI FUTURI..... 23

## METODO DI INDAGINE

Come per il 2014 il metodo di indagine è stato quello delle rilevazioni con intervistatori direttamente sulla spiaggia.

Il questionario è stato elaborato considerando la necessità di essere di breve durata. Si sono inseriti nuovi quesiti anche se di difficile analisi, ma utili per una prima indicazione su alcune future iniziative.

Il questionario (allegato) e il numero di rilevatori ci ha permesso di ipotizzare un numero più elevato di persone intervistate.

Sono state definite delle restrizioni nei giorni e orari di rilevazione. Le attività sono state condotte principalmente al giovedì, venerdì e domenica.

Per le scelte dei giorni e orari valgono le considerazioni fatte nella relazione 2014.

Le risposte sono principalmente di tipo chiuso e con una scala di scelte determinata e confrontabile.

L'uso dei rilevatori (con adeguate competenze linguistiche) ha permesso anche di ridurre i casi derivanti da errata compilazione.

Sono state definite diverse domande con una prima struttura per il mese di luglio e alcune integrazioni per il mese di agosto.

Per le domande aperte sono state registrate diverse risposte che ne riducevano la rappresentabilità statistica. Per questo si è provveduto a riclassificarle.

## PRINCIPALI RISULTATI

**Tutte le rilevazioni e le successive rappresentazioni sono riferite esclusivamente al campione dei turisti intervistati. Tutti i dati possono essere successivamente discussi e oggetto di analisi. Alcune variabili sono state “RICLASSIFICATE” per permetterne una MIGLIORE RAPPRESENTAZIONE GRAFICA, in ogni caso sono sempre disponibili i dati di dettaglio sul registro “excel”.**

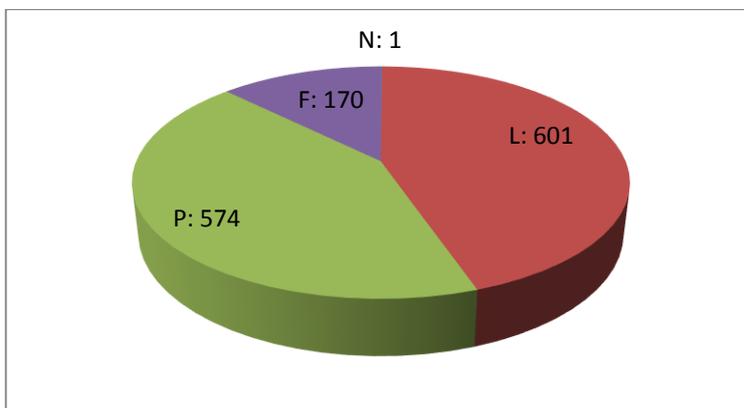
Nelle seguenti sezioni riportiamo i dati e i grafici di alcune elaborazioni statistiche. In questa relazione non verranno integrate le informazioni con commenti statistici/tecnici in attesa di adeguati confronti con il gruppo di lavoro anche per analizzare le prime classificazioni effettuate e/o per definire analisi di dettaglio.

I GRAFICI RIPORTATI NELLE SEZIONI SUCCESSIVE SONO SOLO ALCUNE DELLE “RAPPRESENTAZIONI” POSSIBILI.

Con i grafici seguenti si intende riportare le principali informazioni a titolo riassuntivo.

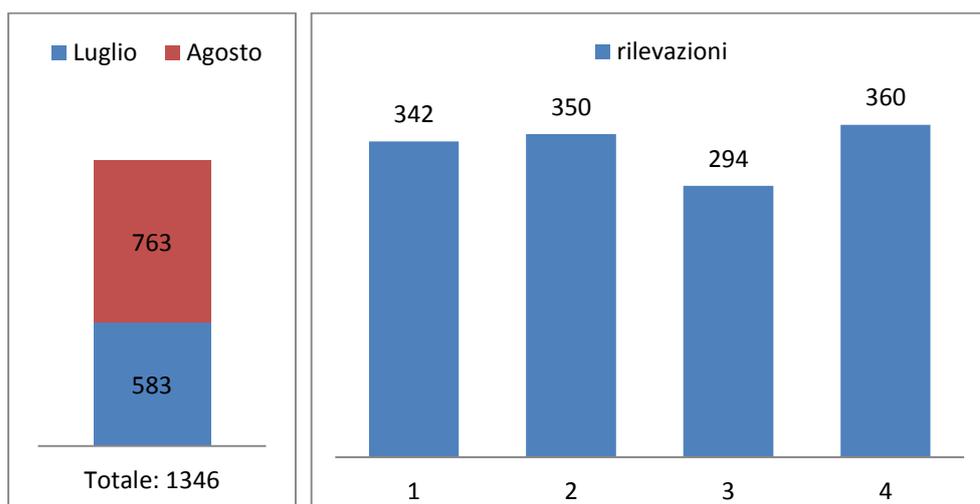
**Questionario Caorle – Analisi 2015**

1) Utenti intervistati per ZONA (L=Levante; P=Ponente; F=Area Libera; N=non indicato)

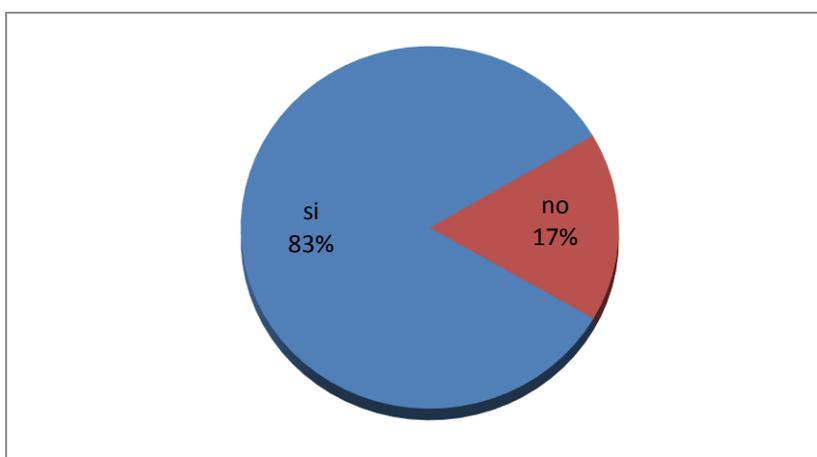


Totale **1346** (NEL 2014 erano poco più di 700)

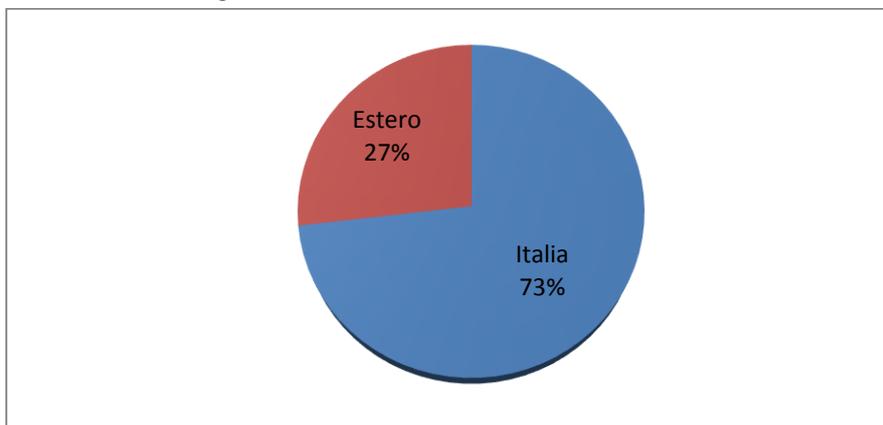
2) Utenti per mese e rilevatori (4 rilevatori per incrementare indipendenza)



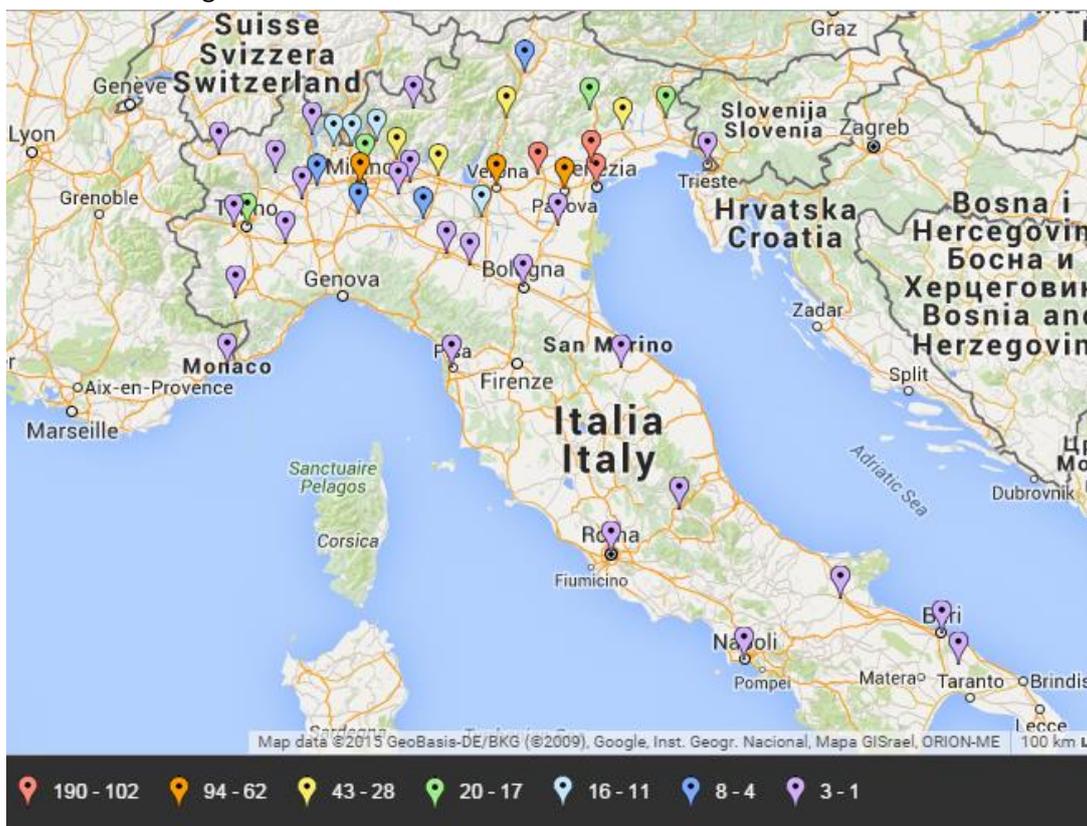
3) Altre volte a Caorle



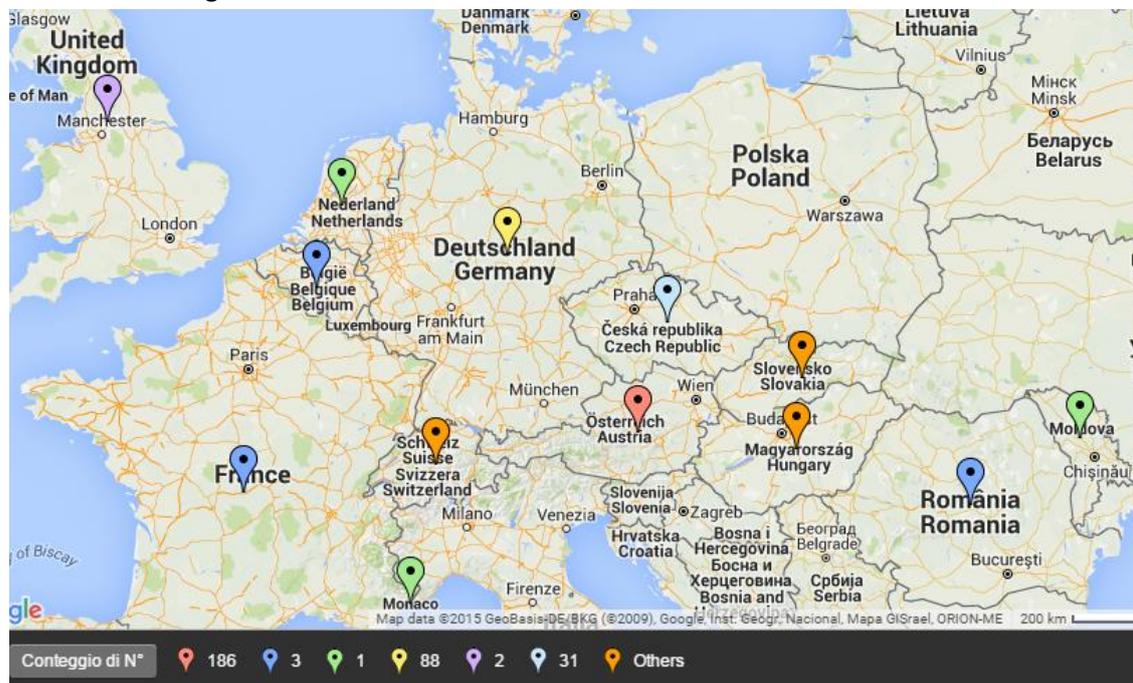
4) PROVENIENZA degli utenti



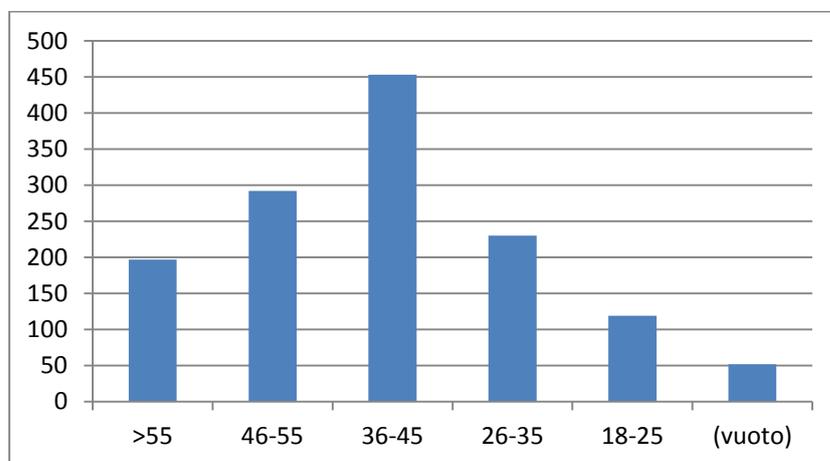
5) Distribuzione degli utenti in ITALIA



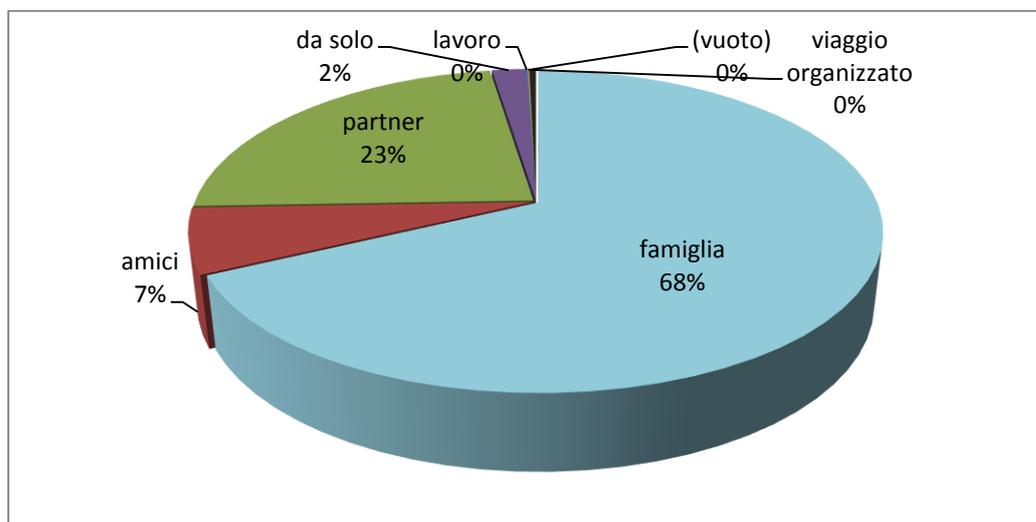
6) Distribuzione degli utenti all'ESTERO



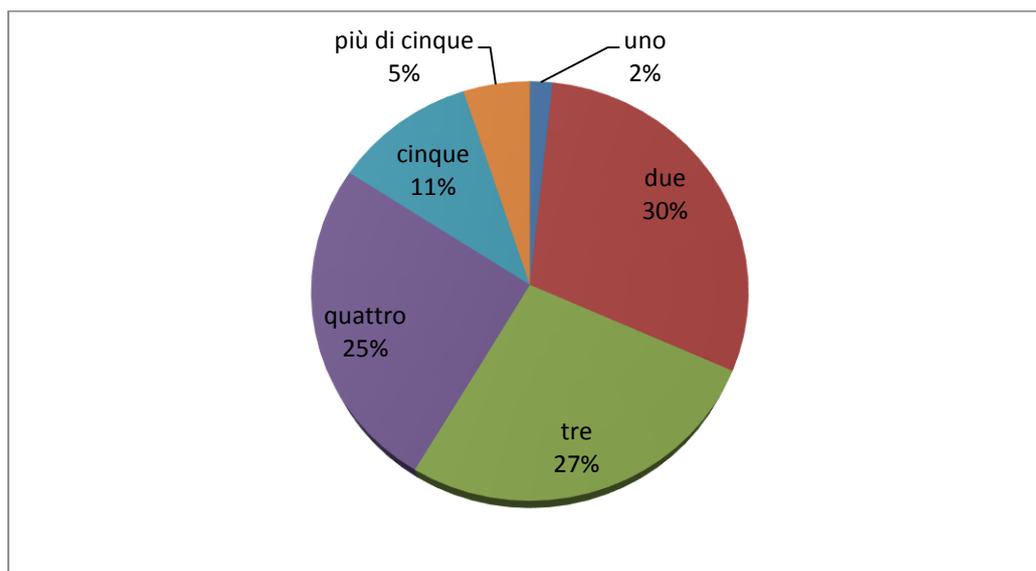
7) Classi di età



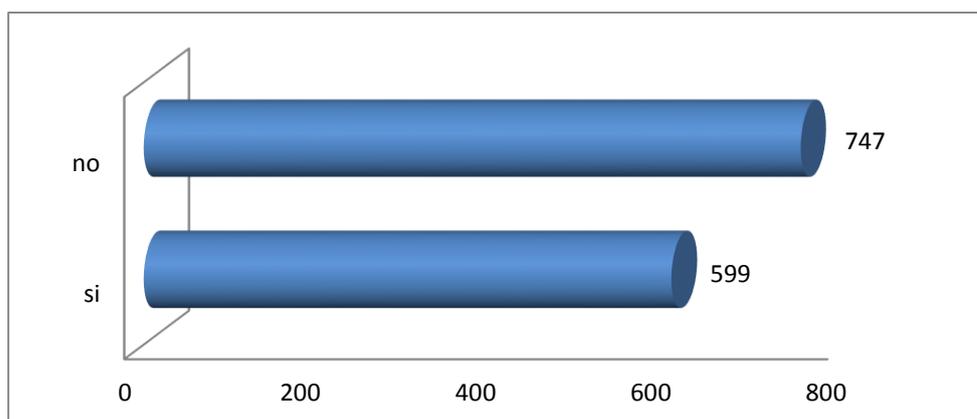
8) Con chi viaggia



9) Numero di persone

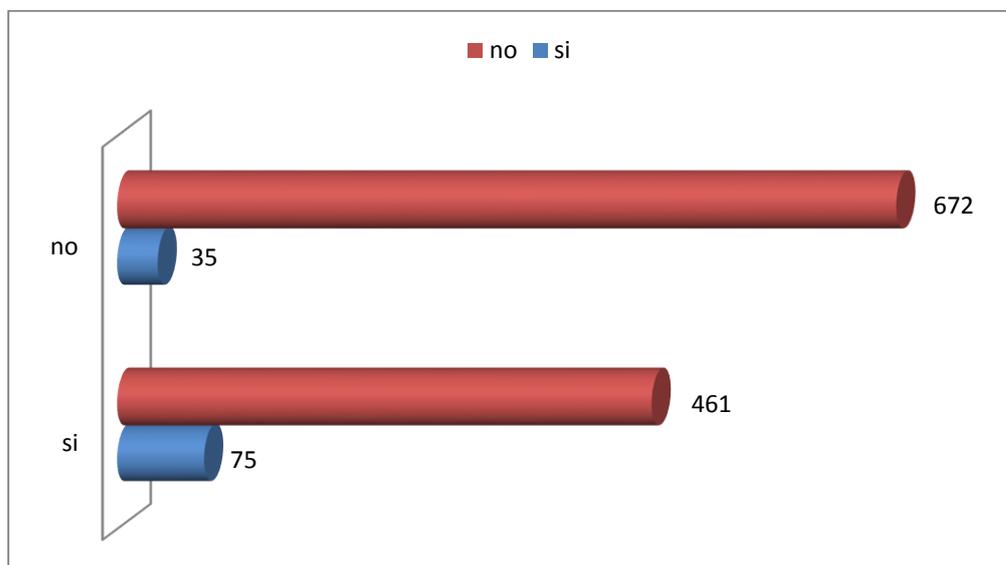


10) Conosce esistenza tourist office

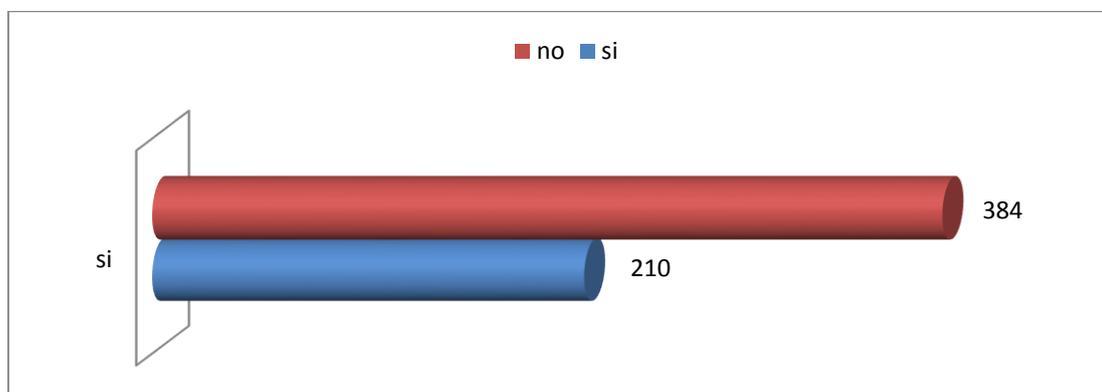




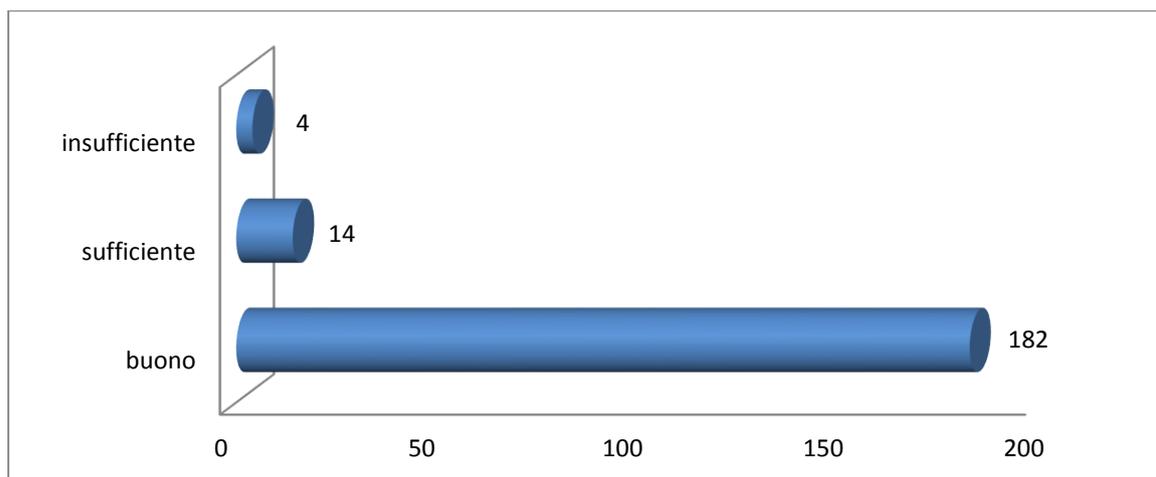
11) Dettaglio con “Conosce differenza con info-point”



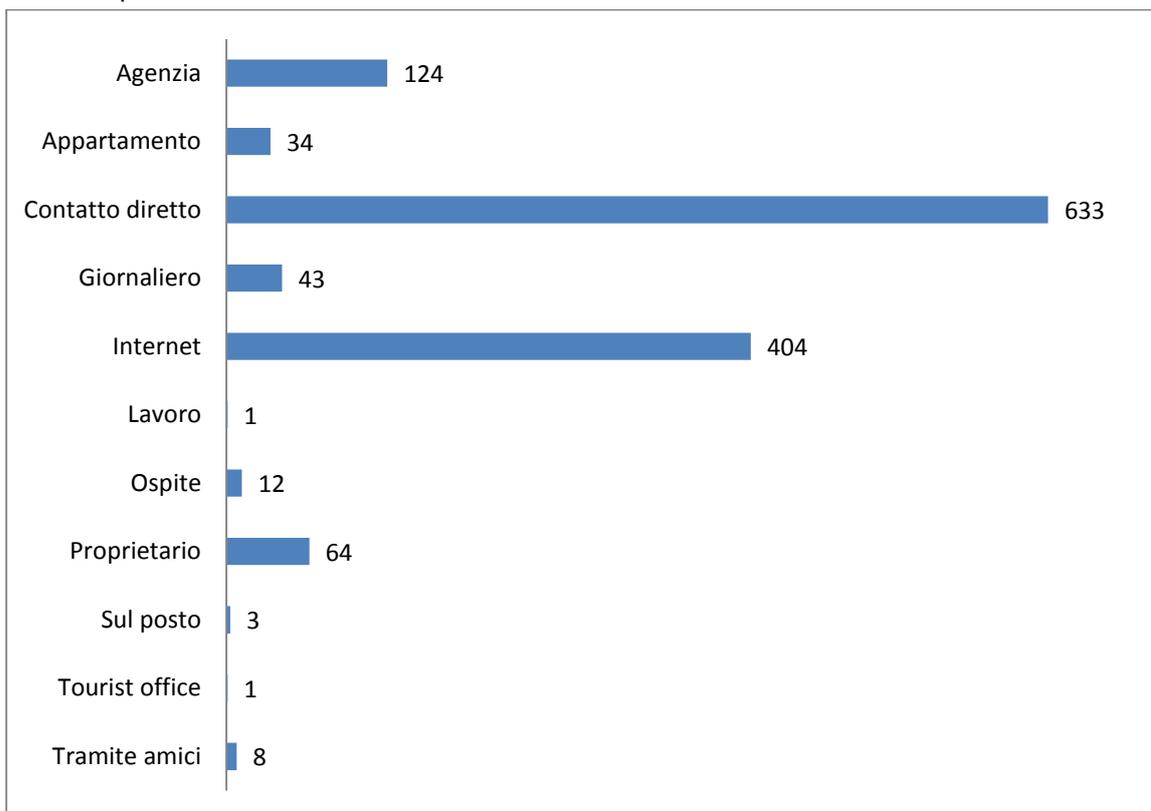
12) Dettaglio su “Conosce l’esistenza del tourist office?” > risposta SI > “Ha utilizzato i servizi dei tourist office in centro a Caorle?”



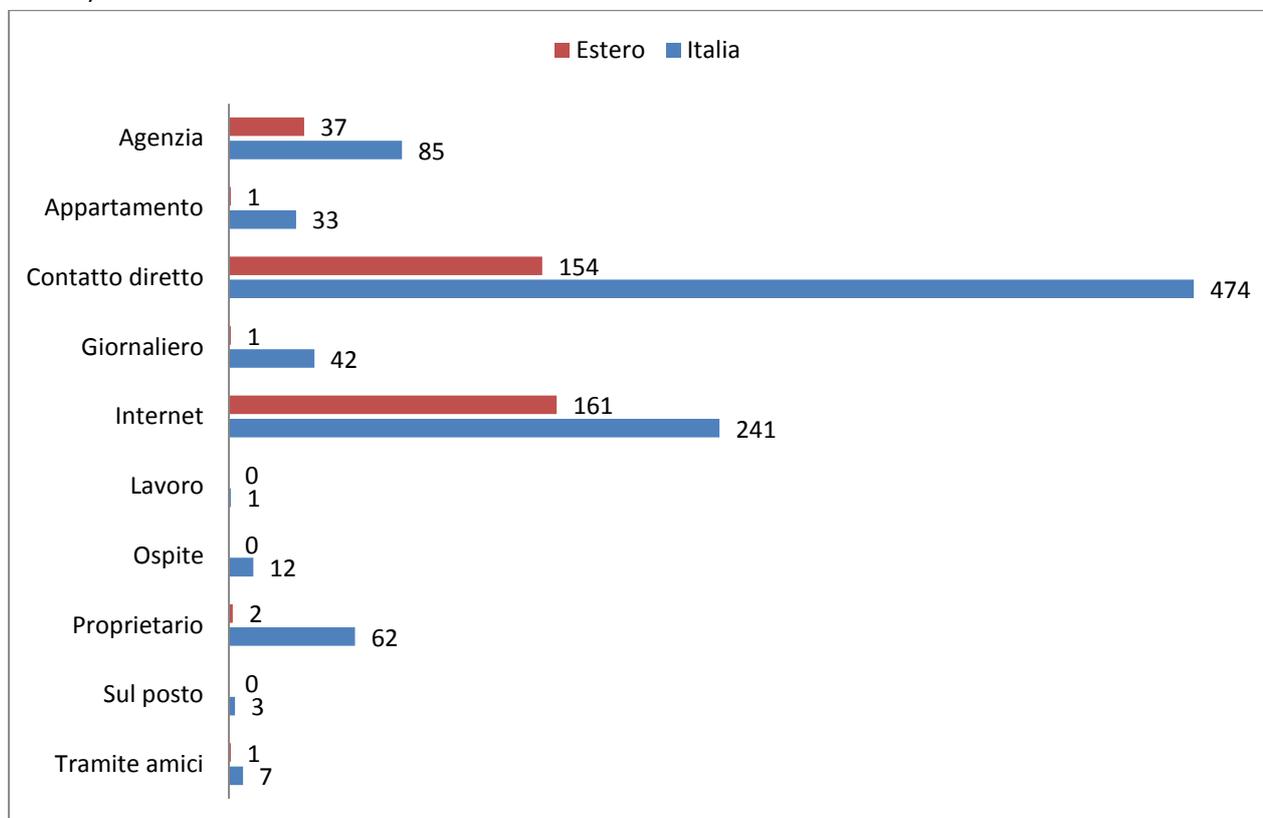
13) Tra quelli che dichiarano una valutazione del Tourist Office



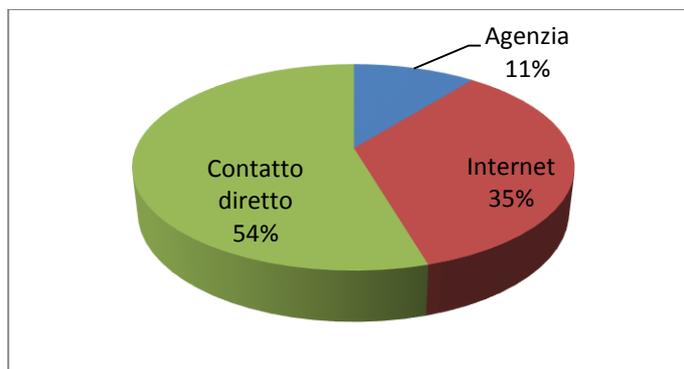
14) Come ha prenotato



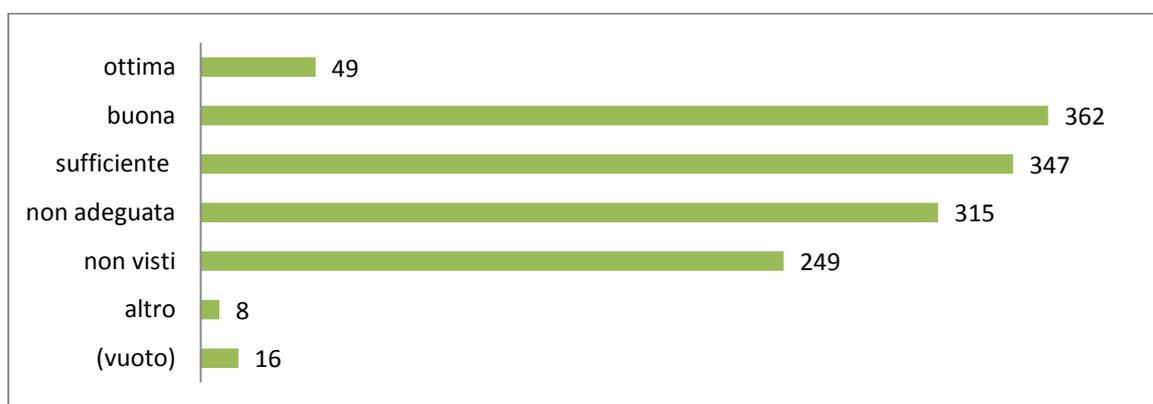
15) Suddivisione con estero



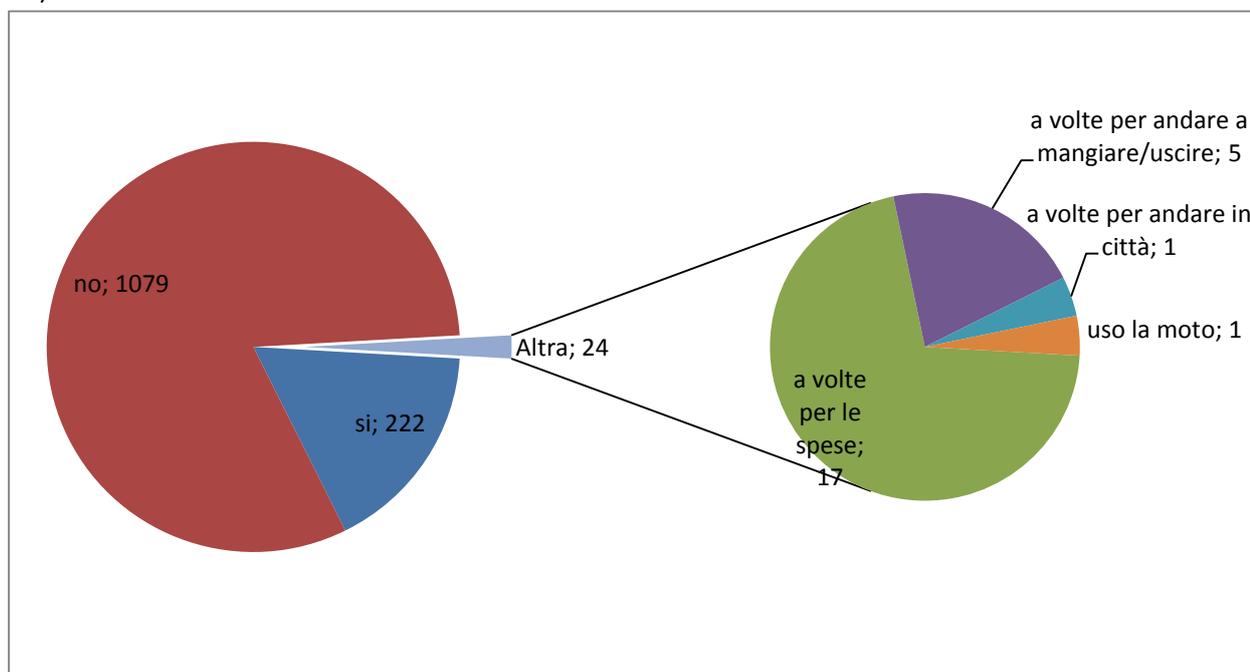
16) Dettaglio solo "internet/contatto diretto/ Agenzia"



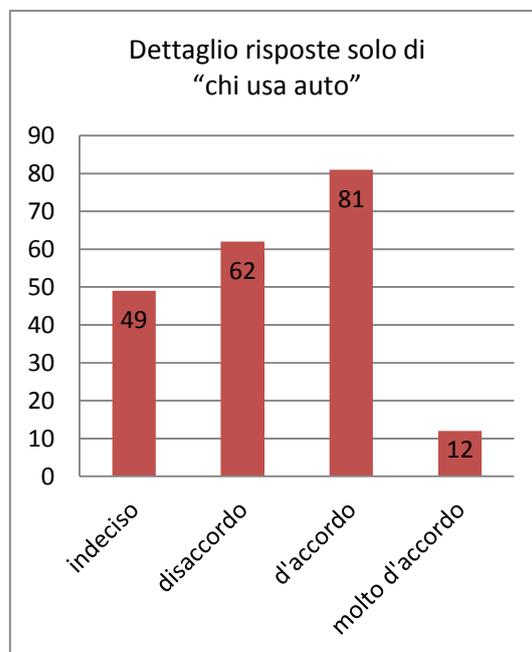
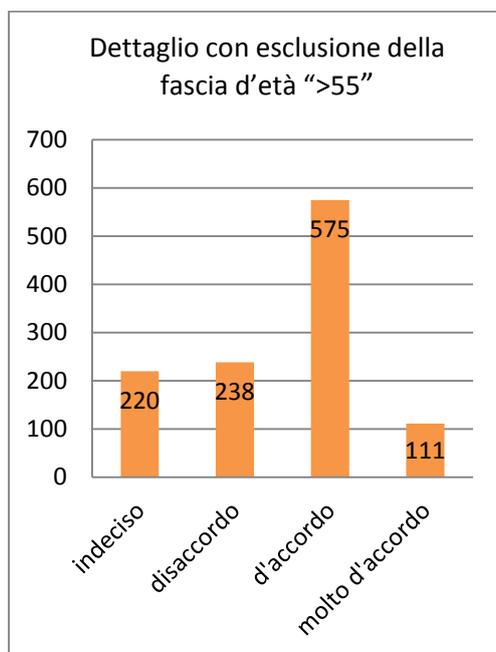
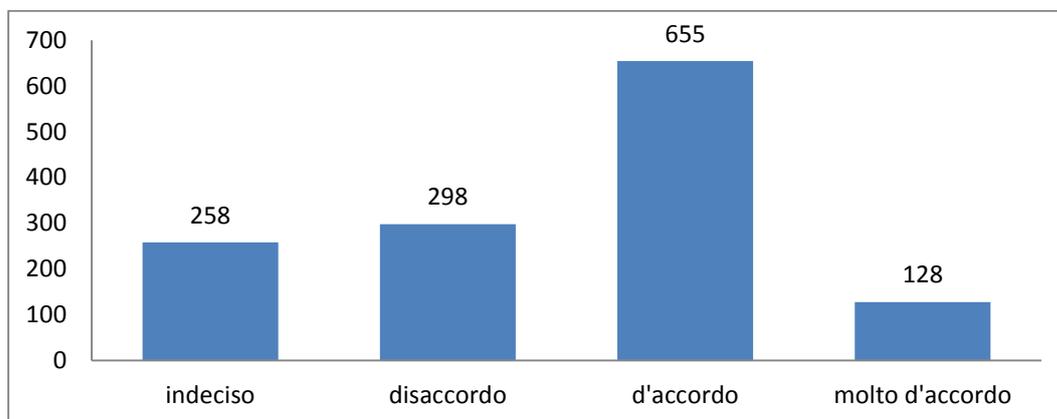
17) Presenza forze dell'ordine in spiaggia



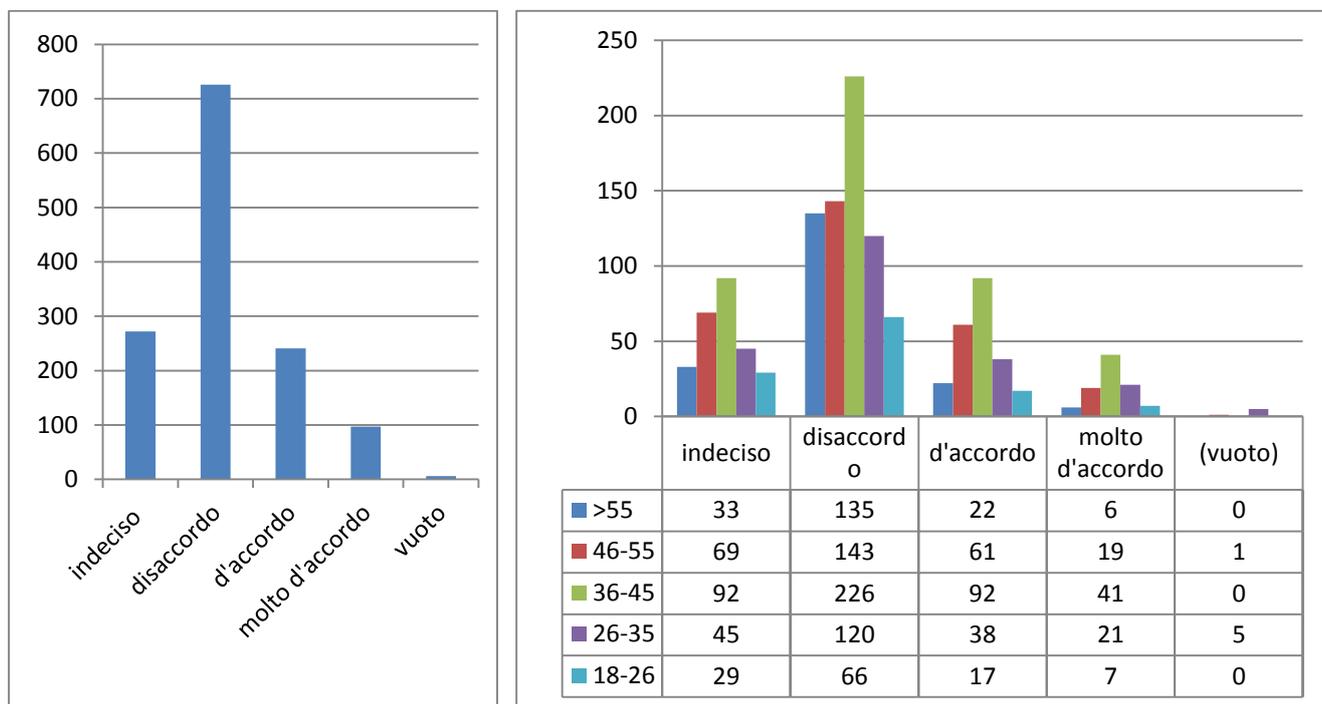
18) Usa auto



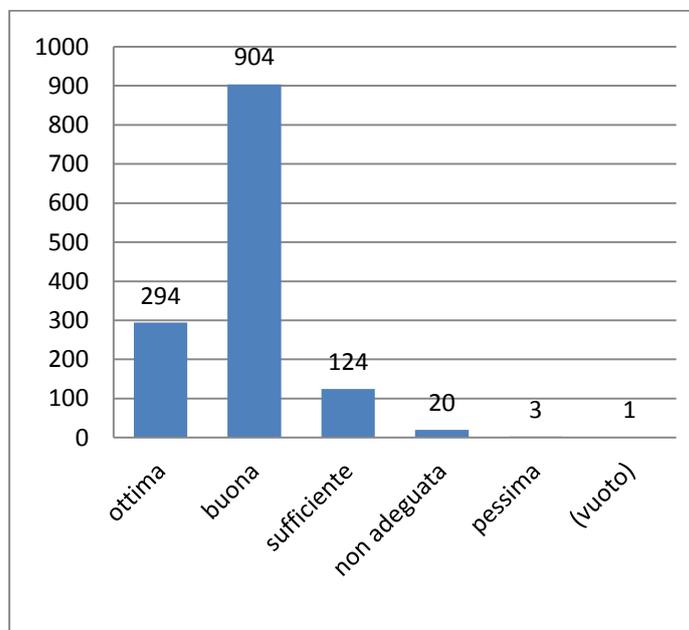
19) Strade chiuse al traffico in zone limitrofe alla spiaggia



20) Accesso limitato a Caorle

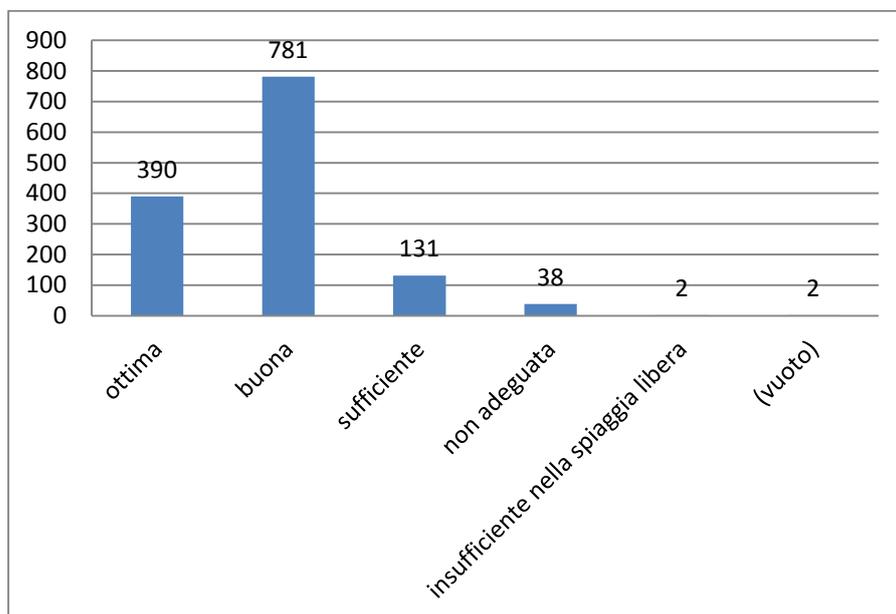


21) Pulizia strade

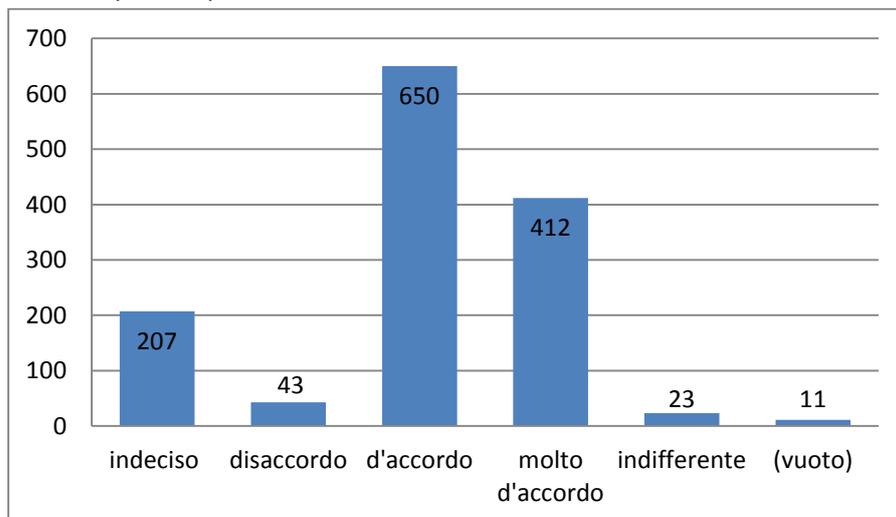


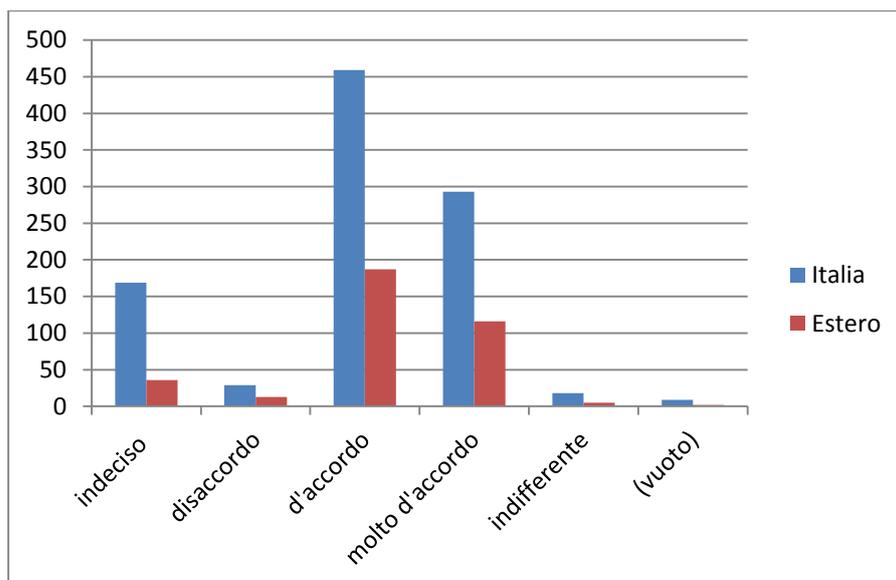


22) Pulizia spiaggia

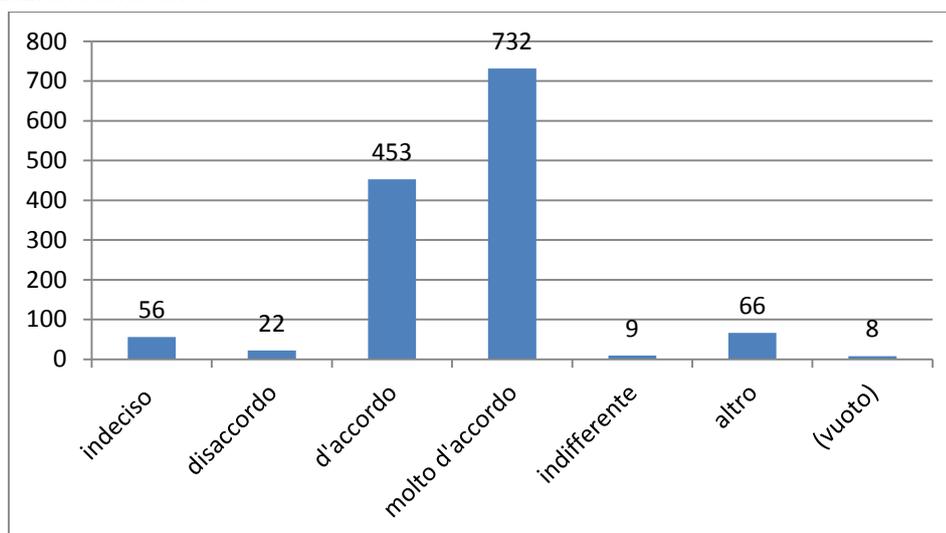


23) Attività sportive per turisti

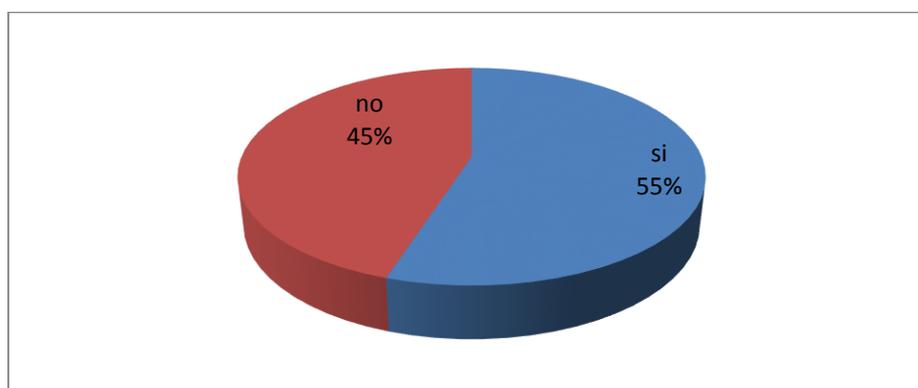




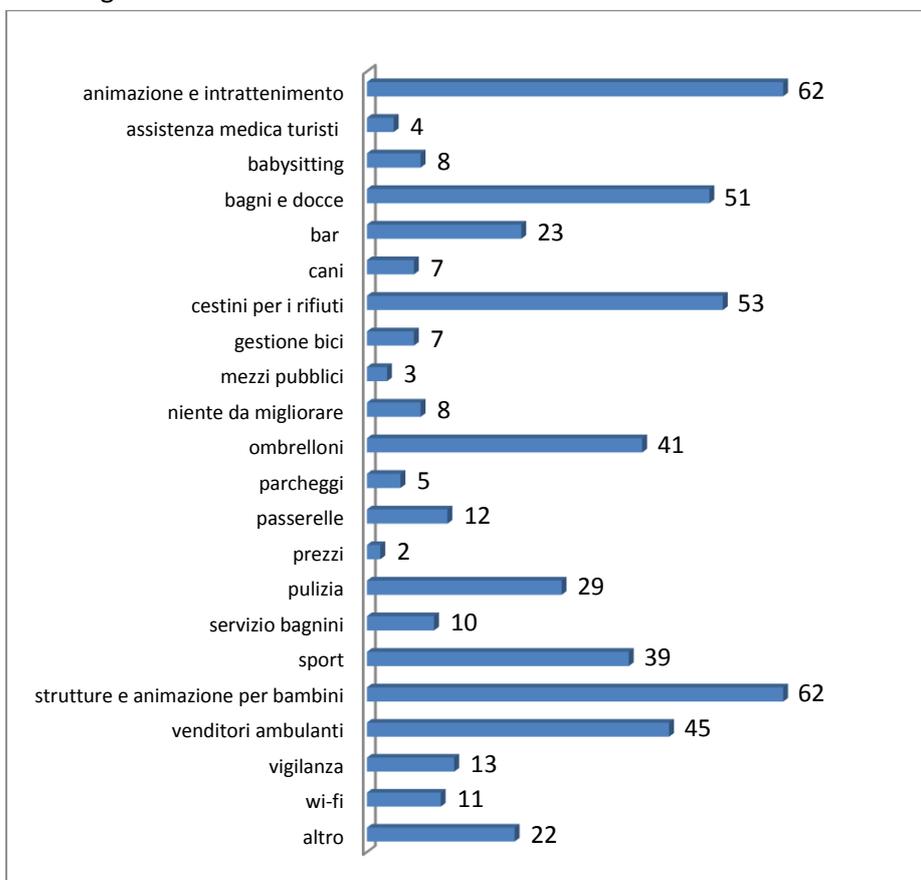
24) Sensibilizzazione ambiente



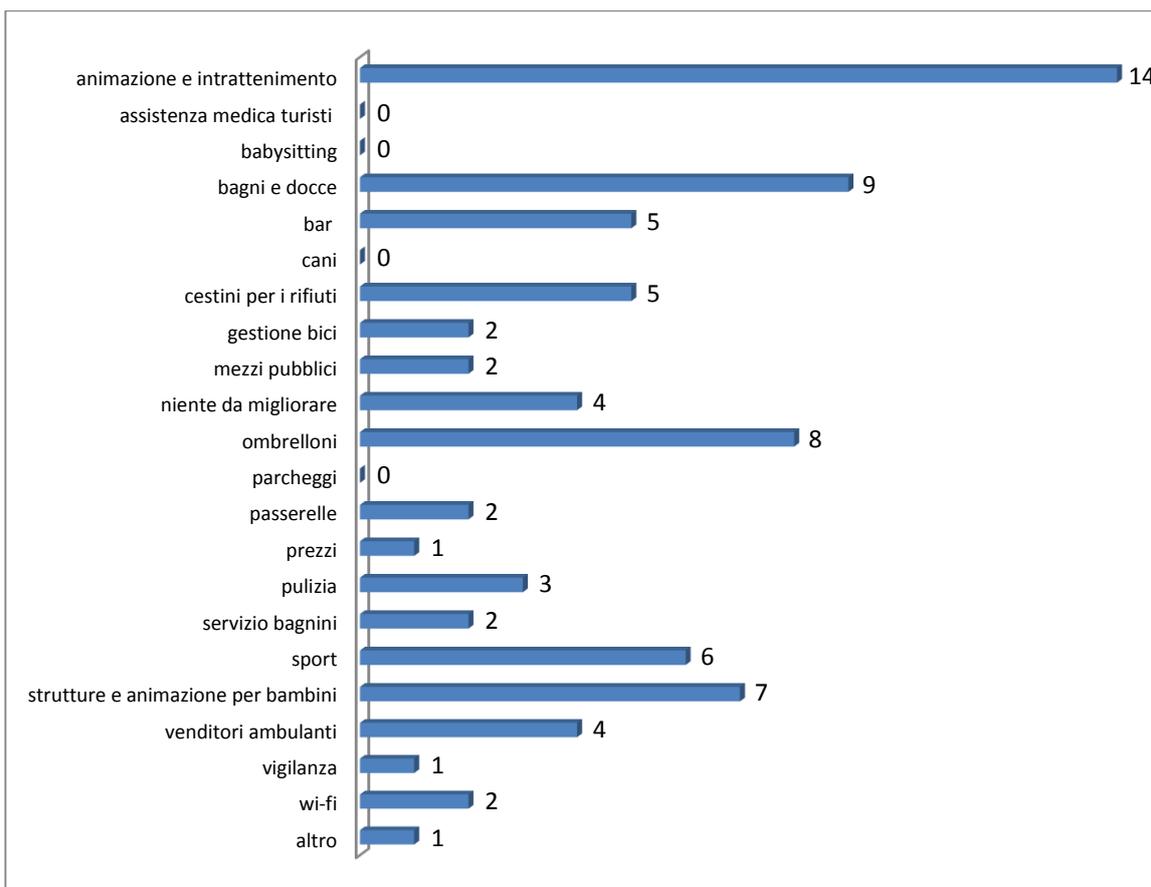
25) È stato altre volte a Caorle > RISP "si" > Ha notato dei miglioramenti?



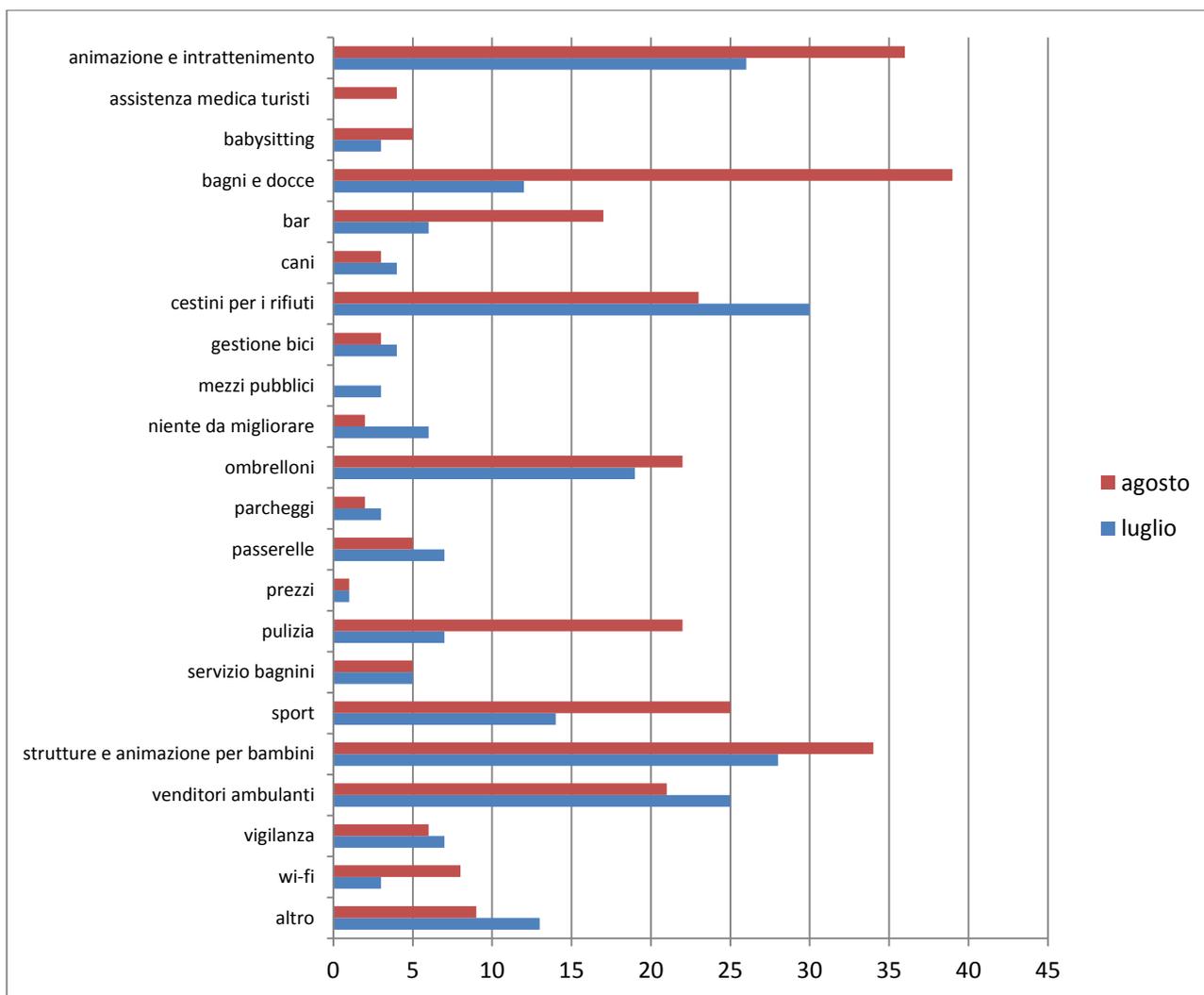
26) Cosa migliorare



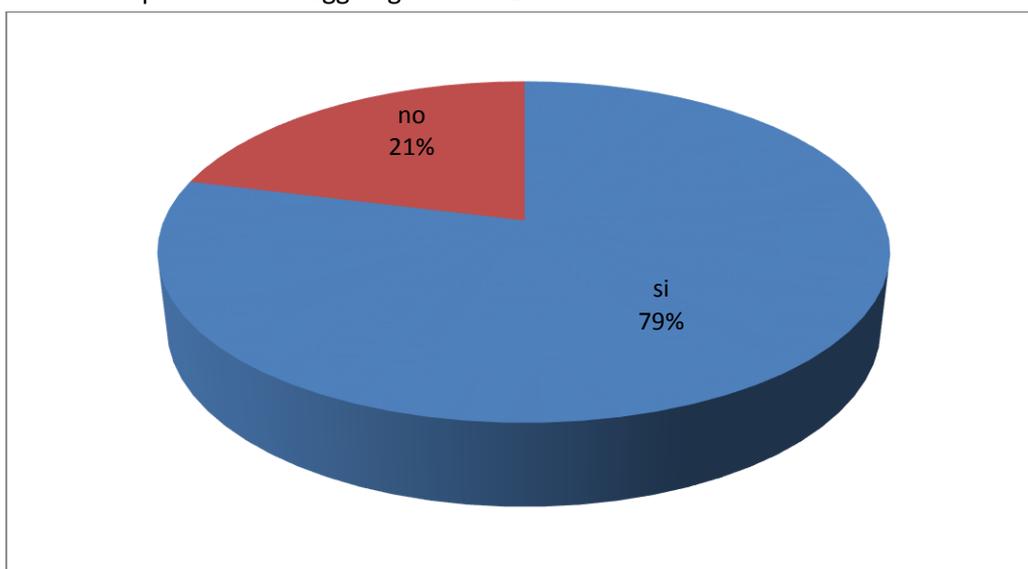
Opinione di chi non era mai stato prima a Caorle



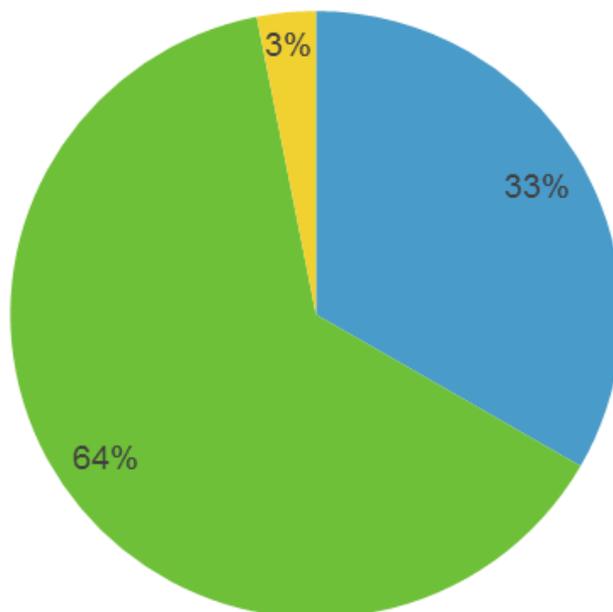
Analisi per mese di rilevazione



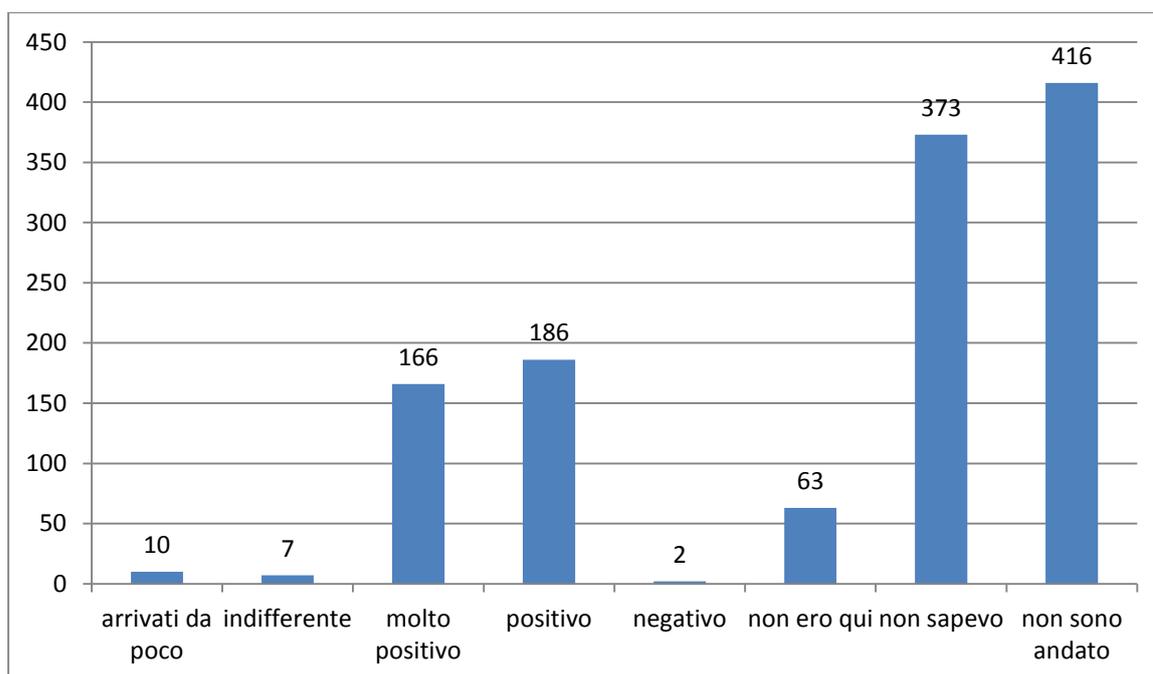
27) Conosce la possibilità di raggiungere Venezia



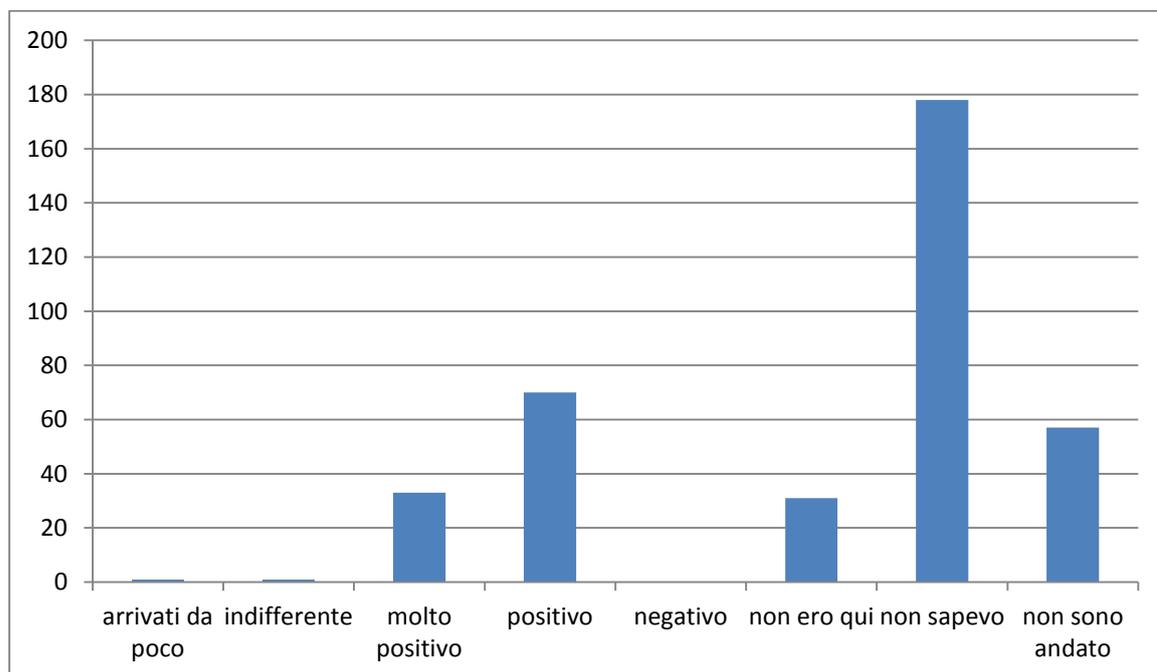
28) RISPETTO A CHI NON ERA MAI STATO A CAORLE



29) Valutazione dell'evento 1



30) Valutazione dell'evento 2



## SVILUPPI FUTURI

Ricordiamo che la presente relazione ha solo lo scopo di riportare gli esiti delle rilevazioni e non quello di effettuare analisi degli scenari e/o interpretazioni dei dati. Questo lavoro potrà essere oggetto di altri incontri.

Nel 2014 si erano individuate delle aree di intervento che potevano determinare azioni con ricaduta su più "fattori" che avrebbero comportato il miglioramento della soddisfazione dei turisti.

Anche le rilevazioni del 2015 hanno portato a confermare quanto analizzato in precedenza. Si suggerisce quindi di aggiornare le azioni suggerite e di avviarle definendo gli obiettivi desiderati da ciascuna.

Riteniamo utile poter suggerire la costituzione di un "comitato" che si incontra periodicamente per definire un piano di azioni e obiettivi anche a seguito delle analisi dei risultati andando ad interpretare nel dettaglio le informazioni ottenute.

In effetti in alcune registrazioni ci sono spunti interessanti per analizzare nuove opportunità (anche se statisticamente non rappresentative). Inoltre alcuni dati rivisti analizzando contemporaneamente più variabili possono portare a considerazioni utili in funzione dell'obiettivo generale del miglioramento della soddisfazione del turista.