

**REPORT INDAGINE SUI FLUSSI TURISTICI A VICENZA**

Agosto 2016

**Progetto:** realizzazione di indagini mirate (soprattutto durante le mostre) riguardanti i flussi turistici della nostra città (da dove vengono i turisti, perché vengono, quanti giorni si fermano, che cosa visitano, da dove hanno appreso della nostra città, ecc.) e permettere di attivare specifiche puntuali politiche turistiche.

A tal fine, è stata attivata da parte di Confcommercio la mappatura dei flussi turistici tramite la redazione di un questionario sottoposto durante la seconda e terza settimana di agosto a 337 turisti arrivati a Vicenza in questo periodo.

**Analisi per domanda:**

**INFORMAZIONI GENERALI**

1. **Da dove proviene?**

|  |
| --- |
| **Provenienza** |
|   |   |
| ITALIA | **28%** |
| ESTERO | **72%** |
| **Totale**  | **100,0%** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Dettaglio Provenienza ESTERO** | **Dettaglio Provenienza** | **ITALIA** |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| **Stato** | **Percentuale** |  | **Provincia** | **Percentuale** |  |  |
| FRANCIA | 33,6% |  | MILANO | 13,7% |  |  |
| SPAGNA | 10,0% |  | ROMA | 12,6% |  |  |
| GERMANIA | 10,0% |  | TORINO | 9,5% |  |  |
| GRAN BRETAGNA | 7,1% |  | BERGAMO  | 4,2% |  |  |
| STATI UNITI | 6,2% |  | VENEZIA | 4,2% |  |  |
| BELGIO | 4,6% |  | FORLI' | 4,2% |  |  |
| OLANDA | 4,1% |  | PADOVA | 4,2% |  |  |
| AUSTRIA | 2,9% |  | GENOVA | 4,2% |  |  |
| CINA | 2,1% |  | BOLOGNA | 3,2% |  |  |
| SVIZZERA | 1,7% |  | PORDENONE | 2,1% |  |  |
| ISRAELE | 1,7% |  | BRESCIA | 2,1% |  |  |
| REPUBBLICA CECA | 1,2% |  | CATANIA | 2,1% |  |  |
| CANADA | 1,2% |  | VARESE | 2,1% |  |  |
| GIAPPONE | 1,2% |  | NOVARA | 2,1% |  |  |
| POLONIA | 1,2% |  | COMO | 2,1% |  |  |
| KOREA | 1,2% |  | VERCELLI | 2,1% |  |  |
| RUSSIA | 0,8% |  | NAPOLI | 2,1% |  |  |
| UCRAINA | 0,8% |  | SIENA | 1,1% |  |  |
| GRECIA | 0,4% |  | TRIESTE | 1,1% |  |  |
| SVEZIA | 0,4% |  | PALERMO | 1,1% |  |  |
| PORTOGALLO | 0,4% |  | MODENA | 1,1% |  |  |
| TAIWAN | 0,4% |  | FANO | 1,1% |  |  |
| GUATEMALA | 0,4% |  | ALESSANDRIA | 1,1% |  |  |
| BULGARIA | 0,4% |  | CATANZARO | 1,1% |  |  |
| SLOVACCHIA | 0,4% |  | REGGIO EMILIA | 1,1% |  |  |
| LITUANIA | 0,4% |  | POTENZA | 1,1% |  |  |
| UNGHERIA | 0,4% |  | SONDRIO | 1,1% |  |  |
| PALESTINA | 0,4% |  | MONZA | 1,1% |  |  |
| HONG KONG | 0,4% |  | ASTI | 1,1% |  |  |
| MOLDAVIA | 0,4% |  | TRAPANI | 1,1% |  |  |
| ROMANIA | 0,4% |  | PARMA | 1,1% |  |  |
| SPAGNA  | 0,4% |  | PAVIA | 1,1% |  |  |
| UNGARIA | 0,4% |  | CASERTA | 1,1% |  |  |
| EGITTO | 0,4% |  | VERONA | 1,1% |  |  |
| AUSTRALIA | 0,4% |  | PISA | 1,1% |  |  |
| PERU' | 0,4% |  | UDINE | 1,1% |  |  |
| ARGENTINA | 0,4% |  | LECCO | 1,1% |  |  |
| VIETNAM | 0,4% |  | BOLZANO | 1,1% |  |  |
| **Totale Provenienza ESTERO** | **100,0%** |  | PERUGIA | 1,1% |  |  |
|  |  |  | **Totale Provenienza ITALIA** | **100,0%** |  |  |

1. **Con chi effettua questa visita?**

|  |
| --- |
| **Tipologia Visitatore** |
| FAMIGLIA | **62%** |
| COPPIA | **24%** |
| GRUPPO | **5%** |
| SINGOLO | **5%** |
| AMICI | **4%** |
| **Totale complessivo** | **100%** |

Interessante è notare che l’età anagrafica dei turisti che arriva in città è molto eterogenea e vi sono parecchi turisti anche di giovane età (20/30 anni).

1. **Con quale mezzo è giunto in città?**
2. **Come è venuto a conoscenza di questa località?**

|  |
| --- |
| **Come è venuto a conoscenza di Vicenza** |
| INTERNET | **46,6%** |  |
| CONOSCENTI | **21,7%** |  |
| PALLADIO | **10,4%** |  |
| GUIDA TURISTICA | **8,9%** |  |
| AGENZIA VIAGGI | **5,0%** |  |
| LIBRI | **3,0%** |  |
| DI PASSAGGIO | **2,4%** |  |
| ALTRO | **1,2%** |  |
| TV | **0,6%** |  |
| FIERA DELL'ORO | **0,3%** |  |

1. **E’ la prima volta che visita Vicenza?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Etichette di ria** | **ESTERO** | **ITALIA** | **TOTALE intervistati** |
| **SI** | 89% | 78% | **86%** |
| **NO** | 11% | 22% | **14%** |
|  | **100%** | **100%** | **100%** |

1. **Quale è il motivo principale della sua visita a Vicenza?**
2. **Quante notti dormirà a Vicenza?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **N° Notti a Vicenza** | **ESTERO** | **ITALIA** | **TOTALE** |
| 0 notti | 41,9% | 50,0% | **44,2%** |
| 1 notte | 30,7% | 24,0% | **28,8%** |
| 2 notti | 12,4% | 9,4% | **11,6%** |
| 3 notti | 3,7% | 6,3% | **4,5%** |
| 4 notti | 2,1% | 2,1% | **2,1%** |
| 5 notti | 1,2% | 1,0% | **1,2%** |
| 6 notti | 1,7% | 0,0% | **1,2%** |
| 7 notti | 3,7% | 6,3% | **4,5%** |
| oltre 7 notti | 2,5% | 1,0% | **2,1%** |

**Media di notti di permanenza a Vicenza** *(per chi resta almeno una notte)*

|  |  |
| --- | --- |
| **Tipologia** | **N° notti** |
| AMICI | 4,5 |
| COMPAGNO/A | 1,9 |
| FAMIGLIA | 2,8 |
| GRUPPO | 2,6 |
| SOLO | 1,6 |
| **Totale complessivo** | **2,6** |

1. **Quanti giorni si fermerà a Vicenza?**

 **Per provenienza**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **N° giorni** | **ESTERO** | **ITALIA** | **Totale** |
| 1 | 63% | 64% | **63%** |
| 2 | 15% | 18% | **16%** |
| 3 | 4% | 5% | **4%** |
| 4 | 2% | 3% | **3%** |
| > 4 | 16% | 10% | **14%** |

**Per tipologia di turista**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **N° giorni** | **AMICI** | **COMPAGNO/A** | **FAMIGLIA** | **GRUPPO** | **SOLO** | **Totale** |
| 1 | 50% | 70% | 61% | 69% | 56% | **63%** |
| 2 | 8% | 18% | 14% | 19% | 25% | **16%** |
| 3 | 8% | 5% | 4% | 0% | 6% | **4%** |
| 4 | 0% | 4% | 3% | 0% | 0% | **3%** |
| > 4 | 33% | 4% | 18% | 13% | 13% | **14%** |

1. **Vicenza è la sua unica destinazione?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **ESTERO** | **ITALIA** | **Totale** |
| **NO** | 93% | 66% | **85%** |
| **SI** | 7% | 34% | **15%** |

* **Le altre destinazioni raggiunte dai turisti che effettuano la visita di Vicenza sono,** per la maggioranza, **città del Veneto**. I turisti stranieri tendono a effettuare un tour del Veneto toccando le città di **Venezia, Padova, Verona e Vicenza**. Molti meno sono i turisti che scelgono di fermarsi anche a Treviso e Rovigo.
* **Dei turisti che non si fermano a dormire a Vicenza** o provincia, **il 40% è in vacanza in luoghi di mare** (lidi veneziani) **o di montagna** (Trentino/Prealpi venete) o **lago di Garda** e dedica a Vicenza la visita di una sola giornata. **Il 55% si ferma a Vicenza e durante il suo “Tour Veneto” ma preferisce fermarsi a dormire a Verona o Venezia. Il 5%** dei turisti che si ferma a Vicenza solo un giorno, **usa invece la città come punto intermedio durante il viaggio di rientro dalle ferie effettuate nei lidi veneti/Croazia**.
* **Gli altri luoghi della provincia di Vicenza visitati** dai turisti presenti in città **sono Marostica e Bassano** ma tali luoghi sono conosciuti solo dai turisti italiani.
1. **Cosa visiterà/ha visitato a Vicenza?**

E PALAZZO

CHIERICATI

1. **I luoghi di suo interesse sono ben indicati?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **STRANIERI** | **ITALIANI** | **TOTALE** |
| **NO** | 10% | 3% | **8%** |
| **SI** | 90% | 97% | **92%** |

1. **Come raggiunge i luoghi di suo interesse?**
2. **Dove ha reperito le informazioni turistiche relative a Vicenza?**

|  |  |
| --- | --- |
| **DOVE** | **%** |
| INTERNET | **65,8%** |
| GUIDE TURISTICHE | **30,9%** |
| AGENZIA VIAGGI | **1,8%** |
| CONOSCENTI | **0,9%** |
| INFO POINT | **0,6%** |

1. **E’ stato facile trovare informazioni?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **ESTERO** | **ITALIA** | **TOTALE** |
| **NO** | 11% | 5% | **9%** |
| **SI** | 89% | 95% | **91%** |

1. **Una volta arrivato a Vicenza, ha dovuto chiedere ulteriori informazioni per raggiungere i luoghi turistici della città?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **ESTERO** | **ITALIA** | **TOTALE** |
| NO | 93% | 94% | **93%** |
| SI | 7% | 6% | **7%** |

**PERNOTTAMENTO**

1. **Dove alloggia?** *(riferito a chi si ferma almeno una notte fuori casa)*

**Percentuale di notti passate a Vicenza rispetto alla durata complessiva viaggio**

|  |
| --- |
| **NOTTI A VICENZA / DURATA VIAGGIO** |
|   | **TOTALE** | **ITALIANI** | **STRANIERI** |
| **Notti passate in Comune** | 17,9% | 24,9% | 16,4% |
| **Notti passate in Provincia** | 5,3% | 5,7% | 5,3% |

1. **In che struttura ricettiva?**

**In quale struttura - per TIPO TURISTA**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Etichette di riga** | **AMICI** | **COMPAGNO/A** | **FAMIGLIA** | **GRUPPO** | **SOLO** | **Totale** |
| HOTEL/ALBERGO | 70% | 61% | 55% | 93% | 64% | **59%** |
| APPARTAMENTO | 20% | 9% | 21% | 7% | 0% | **17%** |
| B&B | 0% | 12% | 9% | 0% | 14% | **9%** |
| CAMPEGGIO | 0% | 5% | 10% | 0% | 0% | **8%** |
| OSTELLO | 10% | 9% | 1% | 0% | 21% | **4%** |
| AGRITURISMO | 0% | 1% | 2% | 0% | 0% | **1%** |
| AREA DI SOSTA | 0% | 3% | 1% | 0% | 0% | **1%** |
| RESIDENCE | 0% | 0% | 1% | 0% | 0% | **0%** |

**In quale struttura - per PROVENIENZA**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Etichette di riga** | **ESTERO** | **ITALIA** | **TOT** |
| HOTEL/ALBERGO | 56% | 70% | **59%** |
| APPARTAMENTO | 19% | 11% | **17%** |
| B&B | 10% | 8% | **9%** |
| CAMPEGGIO | 10% | 1% | **8%** |
| OSTELLO | 4% | 3% | **4%** |
| AGRITURISMO | 1% | 1% | **1%** |
| AREA DI SOSTA | 0% | 4% | **1%** |
| RESIDENCE | 0% | 1% | **0%** |

**Combinazione tipologia alloggio-luogo alloggio**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **COMUNE DI VICENZA** | **FUORI PROVINCIA** | **PROVINCIA DI VICENZA** | **TOTALE** |
| HOTEL/ALBERGO | 69% | 45% | 40% | **59%** |
| APPARTAMENTO | 10% | 24% | 40% | **17%** |
| B&B | 9% | 9% | 16% | **9%** |
| CAMPEGGIO | 5% | 16% | 0% | **8%** |
| OSTELLO | 5% | 2% | 0% | **4%** |
| AGRITURISMO | 1% | 2% | 4% | **1%** |
| AREA DI SOSTA | 1% | 1% | 0% | **1%** |
| RESIDENCE | 0% | 1% | 0% | **0%** |

1. **Qual è il livello di classificazione delle strutture dove alloggia?** *(riferito a chi alloggia in hotel/albergo)*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **di riga** | **HOTEL** | **TOTALE** |
| **2 STELLE** | 2% | **2%** |
| **3 STELLE** | 42% | **42%** |
| **4 STELLE** | 54% | **54%** |
| **5 STELLE** | 2% | **2%** |

1. **Come ha scelto il suo alloggio?**

**Interessante è che la maggioranza dei turisti che hanno prenotato attraverso internet l’ha fatto utilizzando il sito internet booking.com.**

1. **E’ stato facile eseguire la prenotazione?**

Il 97% degli intervistati ha dichiarato che è stato semplice eseguire la prenotazione dell’alloggio.

**FOOD**

1. **Durante il suo soggiorno dove consuma i suoi pasti?**

|  |  |
| --- | --- |
| **RISTORANTE** | **92%** |
| **PASTO "AL SACCO"** | **5%** |
| **BAR** | **3%** |

1. **Come sceglie i luoghi dove mangiare?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Etichette di riga** | **ESTERO** | **ITALIA** | **Tot. complessivo** |
| IN BASE ALL'ASPETTO DEL LOCALE | 53,1% | 46,7% | **51,3%** |
| INTERNET | 13,6% | 23,9% | **16,6%** |
| DOVE ALLOGGIO | 12,7% | 13,0% | **12,8%** |
| CONSULTANDO LE GUIDE | 10,1% | 3,3% | **8,1%** |
| IN BASE AL MENU' ESPOSTO | 4,4% | 6,5% | **5,0%** |
| CHIEDENDO INFO AI PASSANTI | 2,6% | 6,5% | **3,8%** |
| AGENZIA VIAGGI | 2,2% | 0,0% | **1,6%** |
| CHIEDENDO INFO AI NEGOZI | 0,9% | 0,0% | **0,6%** |
| CONOSCENTI | 0,4% | 0,0% | **0,3%** |

1. **Per la sua esperienza nel centro storico, è facile trovare un posto dove mangiare?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **ESTERO** | **ITALIA** | **Totale complessivo** |
| NO | 15% | 14% | **14%** |
| SI | 85% | 86% | **86%** |

Le critiche emerse durante l’indagine riguardavano la chiusura della maggior parte dei locali durante la settimana di Ferragosto. E’ stato difficile per molti turisti riuscire a trovare un ristorante aperto nel quale consumare i propri pasti/cene.

1. **Come giudica il costo di bar/ristoranti?**

Il 95% degli intervistati ha giudicato i prezzi nella media. I turisti stranieri, provenienti da stati in cui il coperto non esiste, hanno lamentato il fatto che nei listini, quasi esclusivamente solo in italiano, non vi fosse ben segnalato tale costo.

**ATTIVITA’ COMMERCIALI**

1. **Come giudica i negozi del centro storico?**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|   | **SCARSO/A** | **SUFFICIENTE** | **BUONO/A** | **ECCELLENTE** |
| **OFFERTA COMMERCIALE** | 3% | 4% | 60% | 33% |
| **ALLESTIMENTO VETRINE** | 0% | 1% | 52% | 47% |
| **CORTESIA** | 0% | 0% | 51% | 49% |

1. **Come giudica il prezzo dei prodotti?**

Il 98% degli intervistati valuta il prezzo dei prodotti venduti nella media. Tale dato è uguale sia per quanto riguarda i turisti italiani che quelli stranieri.

1. **Ha effettuato o pensa di effettuare acquisti nei negozi?**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **AMICI** | **COMPAGNO/A** | **FAMIGLIA** | **GRUPPO** | **SOLO** | **Totale complessivo** |
| **NO** | 50% | 15% | 12% | 27% | 31% | **15%** |
| **SI** | 50% | 85% | 88% | 73% | 69% | **85%** |

**27.a) Se NO, perchè?**

|  |  |
| --- | --- |
| **POCO TEMPO** | 54,9% |
| **NEGOZI CHIUSI** | 17,6% |
| **ALTRO** | 11,8% |
| **PAURA FURTO BICI** | 5,9% |
| **BASSO BUDGET**  | 3,9% |
| **BIMBO PICCOLO** | 2,0% |
| **ACQUISTERA' FUORI VI** | 2,0% |
| **NON INTERESSATA** | 2,0% |

**27.b)** **Se SI, cosa?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Etichette di riga** | **ESTERO** | **ITALIA** | **Totale complessivo** |
| **ABBIGLIAMENTO** | 54,0% | 55,6% | **54,5%** |
| **PRODOTTI TIPICI / CIBO** | 21,8% | 5,6% | **17,1%** |
| **SOUVENIR** | 9,2% | 11,1% | **9,8%** |
| **LIBRI** | 3,4% | 5,6% | **4,1%** |
| **QUELLO CHE CAPITA** | 2,3% | 5,6% | **3,3%** |
| **SCARPE** | 2,3% | 2,8% | **2,4%** |
| **GIOCHI** | 2,3% | 2,8% | **2,4%** |
| **ACCESSORI CICLOTURISMO** | 2,3% | 2,8% | **2,4%** |
| **GIOIELLI** | 0,0% | 2,8% | **0,8%** |
| **PROFUMI** | 1,1% | 0,0% | **0,8%** |
| **MEDICINE** | 0,0% | 2,8% | **0,8%** |
| **AL MERCATO** | 1,1% | 0,0% | **0,8%** |
| **OGGETTI D'ARTE** | 0,0% | 2,8% | **0,8%** |
| **Totale complessivo** | **100,0%** | **100,0%** | **100,0%** |

**DIVERTIMENTI**

1. **Come preferisce trascorrere il “dopocena”?**

|  |  |
| --- | --- |
| **PASSEGGIATA IN CENTRO** | **98,2%** |
| **TEATRO** | **1,5%** |
| **STARE IN HOTEL** | **0,3%** |

1. **E’ a conoscenza degli eventi che si svolgono in città?**

Il 97% degli intervistati ha risposto che non conosce gli eventi che si svolgono in città.

1. **Pensa di ritornare a Vicenza in futuro?**

Tutti gli intervistati hanno detto che ritorneranno a Vicenza in futuro per la sua bellezza e per i tanti monumenti presenti impossibili da essere visti in un periodo limitato di tempo.