



F.I.P.E.

SINDACATO ITALIANO BALNEARI

Rimini, 10 ottobre 2009

TURISMO, SIB: AL MARE PREFERITI GLI STABILIMENTI BALNEARI

Questi i risultati della prima indagine sulla soddisfazione dei clienti presentata oggi a Rimini in occasione del 27° SUN il Salone Internazionale dell'esterno, progettazione, arredamento e accessori

La pulizia della spiaggia, la professionalità e la cordialità degli operatori, la sicurezza in acqua, la tranquillità e la privacy, la possibilità di usufruire di un bar, una tavola calda o un self service: sono questi i principali motivi per cui un turista sceglie lo stabilimento balneare. Quasi il 70% è fedele alla stessa struttura, circa il 22% frequenta solo la spiaggia libera. Le docce e i servizi igienici, le attrezzature per disabili, le zone riservate al divertimento ma anche la comodità del classico lettino e dell'ombrellone sono i servizi irrinunciabili. Tra le classi di età le persone oltre i 60 anni sono quelle più soddisfatte, seguono i giovani fino a 25 anni, tra i 36 e i 40 e tra i 26 e i 30 anni.

“Il turismo balneare italiano vive sulla qualità dei servizi offerti, i risultati di questa indagine ne sono la prova inconfutabile” afferma **Riccardo Borgo, Presidente del S.I.B, il Sindacato Italiano Balneari aderente alla Confcommercio che associa circa 10.000 imprese.**

“Il valore aggiunto del turismo italiano sono gli stabilimenti balneari nella loro connotazione tipica formata nella stragrande maggioranza da imprese familiari che sono diventate il punto di riferimento perché garantiscono quel rapporto umano che rappresenta, oggi, il valore di eccellenza del sistema” continua Borgo.

“Oggi questo sistema virtuoso viene messo in discussione dalla mancata presa di posizione del Governo nei confronti della Commissione Europea - prosegue Borgo - che rischia di mettere nell'assoluta precarietà il turismo balneare. Ci aspettavamo molto di più, così come è stato fatto in altre occasioni, a difesa di una peculiarità tutta italiana che si è creata ed è cresciuta in oltre cento anni di sviluppo turistico balneare”.

La 1a indagine sulla soddisfazione dei clienti negli stabilimenti balneari, realizzata dall'Università La Sapienza di Roma in collaborazione con il S.I.B., è stata condotta nel mese di agosto 2009 attraverso una rilevazione che ha riguardato 3.200 intervistati, più di 20 località balneari in 15 regioni.

I questionari sono stati compilati per il 73% all'interno degli stabilimenti balneari e per il 27% sulle spiagge libere.

Uno degli elementi più importanti emerso dalla indagine è che il costo dei servizi balneari è considerato dalla maggior parte dei clienti congruo e non alto.

Il secondo elemento importante è che i clienti degli stabilimenti balneari preferiscono frequentare i lidi della loro regione e non migrano verso altri litorali od altre località regionali o nazionali.

Tranquillità e un bel mare è quello che i clienti vogliono trovare nelle località balneari. Le caratteristiche delle località di villeggiatura che più frequentemente li attraggono nella scelta sono la tranquillità con il 26% di risposte positive, il mare ed arenili puliti con il 16%, il divertimento serale 12%, la sicurezza 11%, il divertimento diurno 9%, la buona cucina 7%, i prezzi convenienti incidono solo per il 7%. Fanalino di coda con il 4,4% ad attrarre verso una precisa località, sono le bellezze naturali o artistiche della zona.

Vacanze all'insegna della fedeltà sia per chi sceglie uno stabilimento che per chi sceglie una spiaggia libera. Il 61% degli intervistati dichiara infatti di aver trascorso i 15 giorni medi della sua vacanza frequentando sempre lo stesso stabilimento balneare e il 22% di essere stato solo su spiaggia libera. Decisamente meno diffusa infatti è l'abitudine di cambiare stabilimento, 5%, o integrare stabilimento a spiagge libere.

Mentre non appare alcuna differenza significativa confrontando i risultati suddivisi per sesso, è interessante notare come scorporando i dati per età si evinca che il cliente tra i 36 ed i 40 anni sfrutta appieno tutte le potenzialità dei servizi di uno stabilimento. Per quel che riguarda le motivazioni della scelta di usufruire di una spiaggia libera anziché di uno stabilimento, quella sostanziale è la mancanza del costo di ingresso. Sembrano oggi differenziarsi due tipi di popolazioni vacanziere le quali sentono entrambe soddisfatte le loro necessità. Tra i criteri di scelta della spiaggia libera c'è infatti l'affermazione che è meno soggetta ai divieti presenti negli stabilimenti rispetto alla vicinanza con gli altri bagnanti, perché si può giocare ed ascoltare musica liberamente, ecc....

Al primo posto tra i servizi troviamo la pulizia della spiaggia considerata molto importante dal 62% degli intervistati e a seguire la sicurezza in acqua con il 58%. Vengono poi la professionalità e la cordialità degli operatori rispettivamente per il 55 e il 54%, la presenza di docce e servizi igienici puliti e adeguati con il 53%, la tranquillità con il 52%, la possibilità di divertirsi con il 49%, i servizi e le attrezzature per disabili al 48%, la possibilità di usufruire di ombrelloni e lettini al 46%, la presenza di bar, self service e ristoranti al 40%, di parcheggi custoditi il 37%. Tra i servizi considerati importanti ma evidentemente non fondamentali troviamo in ordine l'offerta di cabine, di musica e possibilità di ballare, la presenza

di campi da gioco, l'animazione sia per bambini che per adulti, il centro benessere, la rivendita di quotidiani e riviste ed all'ultimo posto la presenza di una piscina.

La ricerca, evidenzia, poi, che con l'aumentare dell'età aumenta l'importanza attribuita ad alcuni servizi come la tranquillità e privacy e la pulizia degli stabilimenti in generale, mentre con l'aumentare dell'età diminuisce l'interesse verso l'animazione, le strutture sportive e di divertimento che sono molto più gradite dai frequentatori giovani.

In particolare negli stabilimenti le percentuali di gradimento più alte si sono avute per la pulizia e la cura degli arenili, per la cordialità e la professionalità degli operatori, per la sicurezza in acqua, per la tranquillità, per l'adeguatezza dei servizi igienici e per i servizi di tavola calda e ristorazione.

Tra i servizi che non hanno raccolto una soddisfazione elevata ci sono quelli che di solito aumentano il costo dello stabilimento come piscina, centro benessere, animazione e musica per ballare.

La fascia di età tra i 30 ed i 45 anni è quella che appare più attenta alla qualità dei servizi offerti all'interno degli stabilimenti, tra i 51 ed i 55 anni i livelli di soddisfazione sembrano calare per tutti i servizi, anche se in maniera meno evidente.

La fascia di età tra i 40 e i 45 è quella che maggiormente apprezza la presenza di ombrelloni, sdraio e lettini. Quella tra i 40 ed i 50 anni ritiene importante la presenza dei servizi di ristorazione. I giochi e le attività sociali sono naturalmente apprezzati nelle fasce di età tra i 20 - 30 anni e oltre i 45 anni a significare una ritrovata attenzione verso il proprio fisico.

Quasi tutti i servizi considerati molto importanti hanno ottenuto risposte di soddisfazione molto elevate a parte quelle che riguarda parcheggi custoditi, l'offerta di musica e possibilità di ballare.

Per quanto riguarda i costi dei servizi molto adeguati li giudica l'11% degli intervistati, abbastanza adeguati il 50% e poco adeguati il 24%, mentre solo un 8% per nulla adeguati.

Per quanto riguarda la qualità del mare quasi il 30% del campione intervistato si ritiene molto soddisfatto, il 54% soddisfatto e solo un 11% poco soddisfatto.

Raggiungibilità delle località: si rileva che quasi il 72% delle persone intervistate è soddisfatto o molto soddisfatto e solo il 15% poco o per nulla soddisfatto di come tali località si raggiungono.

Oltre l'80% dei villeggianti ritiene di aver ricevuto un'accoglienza che giudica molto soddisfacente o soddisfacente, mentre solo un 11% si ritiene per nulla o poco soddisfatto.

L'indagine ha, poi, evidenziato come soprattutto le famiglie restino fedeli al litorale scelto e come abbiamo visto in precedenza tornano nello stesso stabilimento.

Il 44% del nostro campione dichiara di aver raggiunto almeno una volta un sito di interesse artistico, culturale o naturalistico presente nelle zone limitrofe alle località balneari, il 9% di frequentarlo quotidianamente, il 24% di conoscerlo ma di non averlo mai raggiunto, mentre quasi il 21% dichiara di non conoscerlo affatto.

La soddisfazione che risulta dalla indagine dimostra come le imprese balneari abbiano saputo investire con intelligenza in strutture, servizi, difesa del territorio e sicurezza, garantendo una buona fidelizzazione territoriale dei propri clienti.

Le imprese balneari hanno tutte le potenzialità per offrire un valore aggiunto al viaggio del turista integrando la loro offerta alle mete principali che sono le eccellenze storiche, artistiche, paesaggistiche, archeologiche, termali e naturalistiche del territorio.

Per raggiungere questi risultati è necessario tener presente che quando si discute degli investimenti infrastrutturali necessari alla proposizione dei valori aggiunti sopra citati, la solidità e la durata delle concessioni divengono elementi fondamentali ed irrinunciabili dei progetti di sviluppo.

Uno stabilimento balneare non dovrà, quindi, avere come obiettivo il semplice "affidamento" di una area, ma dovrà ribadire che la sua cultura storica ed imprenditoriale - che oggi garantisce ai cittadini ed ai turisti un ambiente adeguato nel quale poter fruire dei servizi desiderati, efficienti e competitivi - è la risorsa di base per lo sviluppo dell'impresa in termini di frequenza internazionale ed allungamento della stagione.

La soddisfazione che si evince da questa indagine è frutto proprio di questa cultura, gli imprenditori hanno saputo trovare con intelligenza tattica il punto di incontro tra la domanda del mercato e la sua funzione culturale e sociale, riconosciuta da tutti gli intervistati negli stabilimenti balneari.

L'indagine vuole, di fatto, contribuire all'incontro fra la domanda e l'offerta di servizi degli stabilimenti, per identificare i mutamenti del settore e stimolare la ricerca di soluzioni turistiche, politiche e amministrative più vantaggiose ed attente ai problemi dell'ecosistema costiero e marittimo più in generale.

Il 45% degli intervistati ha risposto di essere in vacanza con la famiglia all'interno della quale ci sono bambini di età compresa tra 0 e 14 anni di età, il 22% è in vacanza con amici, il 25% con il partner e il restante 6% viaggia da solo. Si evince come siano soprattutto le famiglie a scegliere di frequentare la stessa spiaggia per la stagione estiva, mentre per le altre tipologie di frequentatori la presenza sono in linea con i dati di affluenza media delle località balneari.

L'età dei bambini è distribuita lungo tutte le fasce di età, con un picco tra i 4 e i 9 anni e poi dai 14 anni in su e la tendenza della famiglia è quella di frequentare stabilimenti e spiagge libere organizzati con strutture adatte ai giochi, centri di animazione e kinder aime.

La durata della vacanza per quasi il 40% del campione è di 3 settimane, per il 22% di 2 settimane, per il 19% di 1 settimana, mentre solo l'8% si è concesso week end o singole giornate di vacanza al mare. La percentuale di frequenze giornaliere molto bassa indica l'esigenza di una migliore promozione/comunicazione, attraente e non incentrata sui bisogni delle famiglie, in grado di convogliare all'interno delle strutture balneari una tipologia di clienti più ampia.

Nella scelta del litorale solo il 10% dei turisti ha scelto affidandosi ad una rete di promozione turistica, mentre il restante 90% preferisce andare "sul sicuro" infatti tende a scegliere sulla base dei consigli di amici, ritorna in località in cui è già stato oppure sceglie il litorale più vicino alla sua residenza.

Prendendo in considerazione gli stabilimenti che ha frequentato quest'anno, in questa località, quanto si ritiene soddisfatto in merito a:	molto	importante	poco	nulla	non so	non risponde
Docce e servizi igienici	13,2%	42,6%	9,7%	2,2%	2,2%	30,2%
Cabine	10,9%	31,1%	10,0%	7,0%	9,5%	31,6%
Ombrelloni, sdraio, lettini	19,5%	40,4%	6,7%	1,4%	1,9%	30,1%
Bar/Tavola calda/Self service	16,6%	35,4%	10,8%	3,8%	2,6%	30,9%
Rivendita quotidiani e riviste	8,8%	22,2%	10,7%	16,4%	9,8%	32,0%
Piscina	8,7%	15,6%	6,7%	24,8%	11,5%	32,8%
Campi da gioco	10,1%	20,8%	10,6%	14,2%	12,2%	32,0%
Animazione per bambini	8,5%	16,6%	10,1%	16,1%	16,4%	32,2%
Animazione per adulti	8,0%	17,6%	11,0%	16,8%	14,5%	32,2%
Centro benessere	7,6%	14,8%	5,8%	26,3%	13,3%	32,3%
Musica, possibilità di ballare	10,1%	23,3%	14,0%	13,6%	7,2%	31,9%
Parcheggio custodito	11,1%	22,5%	8,5%	18,2%	7,8%	31,9%
Servizi e attrezzature disabili	11,7%	23,9%	12,7%	6,4%	13,4%	31,9%
Sicurezza in acqua	22,1%	36,8%	5,7%	1,8%	2,8%	30,9%
Cordialità degli operatori	23,5%	37,0%	5,3%	1,5%	1,9%	30,8%
Professionalità operatori	23,4%	35,5%	6,2%	1,7%	2,2%	31,0%
Pulizia della spiaggia	24,1%	36,5%	6,0%	1,4%	1,5%	30,5%
Tranquillità e privacy	21,3%	37,0%	7,4%	1,5%	1,9%	30,8%
Divertimento	14,5%	30,3%	13,4%	6,8%	3,4%	31,6%

Prendendo in considerazione le spiagge libere che ha frequentato quest'anno, in questa località, quanto si ritiene soddisfatto di:	molto	soddisfatto	Poco	nulla	non so	non risponde
Docce e servizi igienici	8,1%	34,9%	24,6%	29,7%	2,7%	8,1%
Parcheggio	8,0%	28,9%	36,9%	19,9%	6,2%	8,0%
Servizi e attrezzature per disabili	7,4%	19,4%	28,3%	26,1%	18,8%	7,4%
Sicurezza in acqua	15,3%	36,1%	29,4%	16,1%	3,1%	15,3%
Pulizia della spiaggia	15,0%	42,7%	30,4%	9,8%	2,1%	15,0%
Tranquillità e privacy	15,4%	42,3%	30,0%	9,8%	2,5%	15,4%
Divertimento	16,6%	31,8%	27,4%	19,4%	4,8%	16,6%

Quanto si ritiene soddisfatto dell'accoglienza che ha ricevuto in questa località:	< di 25 anni	26-30 anni	31-35 anni	36-40 anni	41-45 anni	46-50 anni	51-55 anni	56-60 anni	> di 60 anni
Molto soddisfatto	31,8%	27,6%	24,7%	29,1%	25,7%	27,3%	27,3%	18,3%	33,1%
Soddisfatto	46,6%	55,8%	57,1%	51,8%	58,7%	61,6%	58,1%	69,7%	23,7%
Poco soddisfatto	13,6%	11,5%	11,6%	12,4%	8,2%	6,3%	8,1%	6,0%	6,2%
Per nulla soddisfatto	2,8%	1,2%	0,6%	1,8%	1,4%	0,6%	2,1%	2,0%	2,3%
Non so	5,2%	3,9%	6,1%	5,0%	5,9%	4,5%	3,9%	4,0%	3,1%

Ha scelto di usufruire di uno stabilimento perchè:	< di 25 anni	26-30 anni	31-35 anni	36-40 anni	41-45 anni	46-50 anni	51-55 anni	56-60 anni	> di 60 anni
Abitudine o tradizione familiare	16,6%	2,3%	11,1%	17,7%	11,8%	11,1%	14,2%	23,0%	17,4%
Offre più comodità	27,2%	19,4%	30,4%	47,1%	28,0%	23,0%	28,9%	24,8%	23,7%
E' incluso nel pacchetto acquistato	4,7%	3,6%	2,9%	6,7%	3,7%	7,5%	5,2%	2,1%	1,3%
Offre una socialità organizzata	14,6%	13,5%	17,5%	29,7%	18,0%	19,7%	17,7%	22,7%	18,2%
Offre maggior sicurezza in acqua	9,7%	5,2%	10,9%	23,4%	13,3%	11,7%	11,5%	9,0%	16,5%
La spiaggia è più pulita	17,6%	9,2%	18,4%	34,2%	19,6%	23,5%	20,1	15,4%	21,6%
Offre la possibilità di fare sport	7,7%	4,9%	7,5%	5,0%	7,5%	3,4%	1,5%	1,7%	0,0%
Altro	2,0%	0,9%	1,3%	3,7%	1,5%	0,2%	0,8%	1,2%	1,3%

Nel determinare la piacevolezza della sua vacanza quanto influisce la presenza dei seguenti elementi?	molto	importante	poco	nulla	non so	non risponde
Docce e servizi igienici	53,6%	32,2%	4,8%	1,3%	1,8%	6,3%
Cabine	31,9%	30,5%	15,5%	7,9%	5,0%	9,1%
Ombrelloni, sdraio, lettini	45,7%	31,6%	8,4%	4,0%	3,0%	7,4%
Bar/Tavola calda/Self service	39,9%	33,7%	10,3%	4,8%	3,1%	8,2%
Rivendita quotidiani e riviste	23,2%	26,6%	18,6%	11,3%	6,5%	13,8%

Piscina	22,0%	24,2%	18,0%	15,2%	6,3%	14,3%
Campi da gioco	27,7%	26,4%	15,4%	12,8%	5,3%	12,6%
Animazione per bambini	28,6%	23,3%	11,5%	16,3%	7,3%	12,9%
Animazione per adulti	26,6%	23,5%	13,5%	17,5%	6,5%	12,5%
Centro benessere	23,2%	23,9%	15,2%	16,8%	7,2%	13,8%
Musica, possibilità di ballare	33,2%	28,2%	10,0%	9,8%	4,7%	14,0%
Parcheggio custodito	37,6%	26,5%	9,2%	7,2%	5,7%	13,9%
Servizi e attrezzature disabili	48,2%	22,2%	3,8%	5,8%	7,0%	13,0%
Sicurezza in acqua	58,0%	25,2%	2,9%	1,4%	2,8%	9,6%
Cordialità degli operatori	54,9%	27,2%	3,9%	1,34%	3,1%	9,5%
Professionalità operatori	55,3%	27,3%	2,9%	1,5%	3,0%	10,0%
Pulizia della spiaggia	62,9%	22,9%	1,8%	0,8%	2,4%	9,2%
Tranquillità e privacy	52,0%	28,9%	3,5%	1,5%	2,8%	11,2%
Divertimento	49,1%	27,3%	6,1%	3,5%	2,8%	11,2%

Info: Andrea Cauli – ufficio stampa S.I.B. cell. 339.4500094