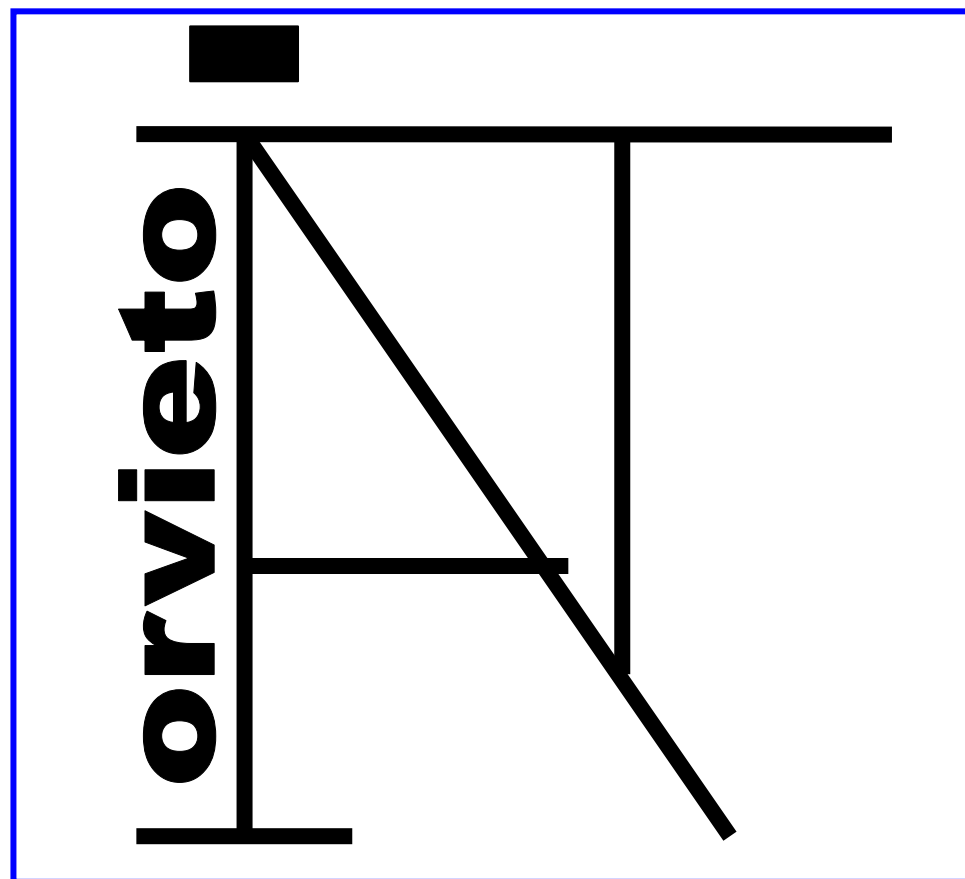


RELAZIONE PUNTO INFORMATIVO PIAZZA CAHEN

2010



FONDAZIONE PER IL CENTRO STUDI *“Città di Orvieto”*

UTENZA TURISTICA DEL PUNTO INFORMAZIONI I.A.T. DI PIAZZA CAHEN.

I dati raccolti nella presente relazione sono stati registrati ed elaborati in forma statistica presso il punto IAT di Piazza Cahen allo scopo di rilevare e tracciare l'andamento turistico della città, oltre che raccogliere importanti indicazioni sulle esigenze del turista che visita Orvieto.

L'utilità delle rilevazioni statistiche in questo settore è molto importante: attraverso questo strumento di indagine si possono ottenere informazioni utili per orientare, da un lato, l'amministrazione cittadina a promuovere progetti di miglioramento della città e del territorio sempre più adeguati ed incisivi, e dall'altro, l'imprenditoria privata interessata ad investire sul turismo.

L'ufficio riveste così anche il ruolo di "osservatorio", monitorando i flussi di visitatori italiani ed internazionali che si sono rivolti allo IAT per ricevere informazioni, accoglienza ed assistenza turistica. Il presente studio è stato avviato il 1° giugno 2010 per proseguire fino al 30 settembre dello stesso anno, mesi in cui questo tipo di utenza ad Orvieto registra il suo picco massimo.

E' opportuno precisare che i dati riportati in questa relazione non devono essere letti come valori assoluti del movimento turistico in città, ma unicamente come relativi all'utenza dello IAT; in realtà, l'ubicazione "strategica" dell'ufficio, situato tra la stazione di arrivo della funicolare e i due parcheggi di piazza Cahen

e della ex caserma Piave, garantisce comunque un'alta attendibilità del monitoraggio dei turisti.

La rilevazione dei dati effettuata durante l'attività di front office prevede due fasi distinte:

- a)** La registrazione giornaliera dei visitatori che hanno usufruito di informazioni e di materiale promozionale della città e del territorio.
- b)** La distribuzione di un questionario, semplificato rispetto agli standard di marketing turistico, consegnato ad un campione di turisti e redatto in 5 lingue comunitarie: italiano, inglese, francese, tedesco e spagnolo.

Analisi delle presenze

a) Analizzando i dati riguardanti gli arrivi della stagione appena trascorsa, si rileva che il movimento turistico totale all'interno dello IAT, nei quattro mesi di indagine, è stato di 23.311 visitatori. Disaggregando questo dato, si legge che il visitatore internazionale costituisce il 52% delle presenze complessive e supera, con 12.026 unità, gli italiani che raggiungono le 11.285 presenze. Questi ultimi sono stati ulteriormente suddivisi per regione di provenienza: da quest'analisi ricaviamo che i turisti più affezionati alla città di Orvieto provengono dal Lazio, con 1.965 presenze registrate nell'arco dell'intera indagine. Seguono la Lombardia con 1.504 turisti, il Veneto e l'Emilia Romagna con circa 1.000 presenze ognuna. Il flusso degli arrivi domestici appare sostanzialmente allineato

con i dati registrati nel 2009, che vedevano ancora queste regioni in cima agli arrivi nazionali con i turisti laziali sempre al primo posto.

Tra gli arrivi internazionali, gli statunitensi e i britannici hanno il peso più rilevante nella domanda turistica di Orvieto: come ogni anno infatti, primeggiano nella graduatoria dei visitatori stranieri in città, con un numero appena inferiore alle 5.000 presenze, dato in lieve perdita rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente. Approfondendo il dato inoltre va specificato che gli arrivi dall'America superano di gran lunga quelli dalla Gran Bretagna. L'area degli "english native speakers" resta, in ogni caso, il settore che funge maggiormente da fulcro del flusso turistico nella nostra città: oltre agli statunitensi e ai britannici sono stati registrati 344 turisti australiani, 312 visitatori canadesi, mentre 108 sono stati i neozelandesi.

Durante il lavoro di rilevazione dei dati sono state censite 59 diverse nazionalità.

Tra gli europei, la nazione capofila per numero di visitatori è, senza dubbio, l'Olanda con 1.416 escursionisti, seguita dalla Germania e dalla Francia, rispettivamente con 1.329 e 902 visitatori. Buona anche la performance dei turisti belgi con 600 presenze; raccogliendo le opinioni di questi ultimi visitatori si è scoperto che Orvieto gode di un'ottima reputazione nel paese fiammingo.

I visitatori israeliani, così come i danesi e i coreani rappresentano un movimento turistico oramai consolidato ad Orvieto. Tra i mercati che si vanno rafforzando per gli arrivi internazionali, merita una segnalazione il settore scandinavo, con 200 visitatori provenienti soprattutto dalla Finlandia, ma anche da Svezia e

Norvegia. In costante affermazione i mercati turistici provenienti dall'est europeo: si mantiene abbastanza regolare l'arrivo di turisti russi, mentre continua la "scalata" della Polonia che, con 144 visitatori, si colloca al decimo posto nella speciale classifica delle provenienze straniere stilata nel corso dell'indagine. Con un punto di distacco troviamo la Turchia, una *new entry* rispetto alle rilevazioni degli anni passati. Infine, per gli arrivi d'oltreoceano Orvieto si dichiara una meta molto apprezzata anche dai turisti brasiliani con 134 presenze registrate.*

Analisi dei questionari

b) La rilevazione dei dati ha riguardato anche la distribuzione ai turisti di un questionario a risposta aperta basato su 5 punti di indagine: 1) regione o nazione di provenienza, 2) luogo di pernottamento, 3) tipo di struttura utilizzata per il pernottamento, 4) motivazioni per la visita ad Orvieto, 5) suggerimenti, consigli ed osservazioni per migliorare i servizi in città.

I turisti sono stati coinvolti e stimolati nella stesura di questo breve modulo e alla fine dei quattro mesi di studio sono stati raccolti 2.150 questionari. Questa "testimonianza cartacea" ci ha permesso di avere un'aggiornata percezione della città da parte del turista, che esamina Orvieto da una prospettiva molto diversa rispetto a chi la vive e contribuisce a creare una sistematica raccolta di proposte che potrebbero risultare utili per ottimizzare alcuni servizi.

* Va precisato che in alcune giornate non è stato possibile effettuare la rilevazione statistica data la grande affluenza turistica.

Va precisato che il questionario, nella maggior parte dei casi, non è rappresentativo di una singola persona, ma piuttosto di un nucleo turistico (famiglia o gruppo di amici) che viaggia insieme e che spesso ha interessi di visita diversi ed articolati.

Dati relativi alle località di pernottamento

Analizzando 2.150 questionari, da ben 1.889 è risultato il pernottamento fuori sede; ma dove alloggiano i turisti che inseriscono Orvieto nel loro itinerario di visita? Le risposte al quesito sono state raggruppate in 9 aree principali che rispettano sostanzialmente le zone limitrofe al nostro territorio: oltre all'area orvietana, trattata come un distretto a se stante, troviamo Perugia, Viterbo, Roma, Terni, Siena, Arezzo, Grosseto, Firenze e le relative province. E proprio Orvieto ed il suo distretto conquistano il vertice delle preferenze dei turisti per la scelta del pernottamento: 668 sono stati i questionari compilati a favore degli esercizi ricettivi della nostra città e del comprensorio, con il 36% del totale delle dichiarazioni raccolte. Troviamo poi Perugia e la sua provincia con il 27% di turisti che hanno scelto il territorio perugino come punto di partenza per le escursioni giornaliere nella nostra città.

Per quanto riguarda il territorio orvietano, un breve commento va speso per il “successo” di presenze turistiche registrato nella frazione di Civitella del Lago che, se messo a paragone con le altre località dell'orvietano, svetta nell'elenco dei luoghi di pernottamento scelti dai turisti. Presumibilmente la sua ubicazione a

metà strada tra Orvieto e Todi, la sua posizione dominante sul lago di Corbara e la presenza di uno dei pochissimi campeggi esistenti nel circondario, l'hanno resa una meta interessante in 20 questionari compilati. Il trait d'union tra Orvieto e Todi come naturale itinerario turistico, è convalidato anche nel dato che riguarda i pernottamenti nella provincia di Perugia: il territorio tuderte, insieme alla stessa Perugia, primeggiano sulle altre località con 86 preferenze.

Segue la zona del lago Trasimeno e la città di Assisi. Ma Orvieto lega bene anche con il territorio senese da dove sono state registrate 140 escursioni verso la nostra città, provenienti principalmente dalla stessa città di Siena e, a seguire, da Montepulciano, Chiusi e Chianciano.

Il confine naturale con la provincia di Viterbo crea un altro "pacchetto escursionistico" per i visitatori del territorio orvietano e raccoglie l'8 % dei pernottamenti censiti, naturalmente con Bolsena a guidare l'elenco. Per quanto riguarda Roma, data la facilità delle comunicazioni ferroviarie con il nostro territorio, così come il collegamento autostradale, sono stati registrati il 10,5 % degli arrivi escursionistici ad Orvieto.

Per ulteriori approfondimenti sulla rilevazione dei pernottamenti si rimanda alle tabelle in allegato.

Dati relativi alle motivazioni di visita

Come accaduto lo scorso anno, salta subito all'occhio che la percentuale più alta tra le ragioni che spingono i turisti ad un'escursione nella nostra città è

quella del passaparola: il 13% dei turisti visita Orvieto perché gli è stata consigliata da amici, conoscenti, ma anche da personale di strutture ricettive di altri luoghi di soggiorno in territori limitrofi; con una stessa percentuale, il 9%, troviamo poi chi sceglie di venire per interesse storico –artistico - culturale, per il Duomo, perché ha seguito le indicazioni delle guide e perché Orvieto ha la fama di essere una bellissima cittadina, tranquilla e a misura d'uomo; il 6% degli intervistati dichiara invece di essere di passaggio in direzione di altri luoghi, il 5% torna per rivedere la città ancora una volta, mentre il 4% è venuto per una semplice visita turistica e perché Orvieto è stata una tappa obbligata di un tour comprendente tutta la regione, organizzato da alcuni anche in bicicletta. In effetti, il fenomeno del cicloturismo sembra essere in crescita tra i forestieri che arrivano nella nostra città. Ancora, per il 3% dei turisti, il paesaggio è la motivazione principale che li ha spinti a visitare una città collinare come Orvieto e con la stessa percentuale troviamo chi è venuto per motivi personali (parliamo di motivi religiosi, visita a parenti e amici, motivi di studio lavoro e sport), per il vino e la visita alle cantine, per la caratteristica di città medievale e per il pozzo di San Patrizio. Il 2% ha invece seguito le indicazioni trovate su internet, è venuto per una gita fuori porta, perché attratto dai monumenti e dai sotterranei, per l'enogastronomia e l'artigianato e perché ha inserito la nostra città all'interno di un tour dell'intera penisola italiana anche per la sua posizione centrale; infine, a pari merito con l'1%, troviamo coloro che hanno

visitato Orvieto perché vicino alla zona di alloggio, perché incuriositi dalla vista delle rupe dall'autostrada, perché si tratta di una città facilmente raggiungibile con il treno e per la sua caratteristica di sito etrusco; l'1% restante riguarda invece motivazioni inserite sotto la voce altro perché numericamente inferiori ma comunque indicative: abbiamo chi per esempio si è trovato ad Orvieto per caso, perché ha sbagliato l'uscita dell'autostrada, chi aveva bisogno di un internet caffè, chi è venuto per un evento in particolare (ad esempio la Sagra del Bosco ad Orvieto e tutte le altre sagre paesane del comprensorio, l'Umbria folk Festival, Cantine e Chef alla Ribalta), chi per il collegamento autobus con Bagnoregio e quindi Civita; ancora c'è stato qualcuno a cui è stato regalato un soggiorno nella nostra città, chi ha sentito notizie di Orvieto alla radio o in TV, chi è venuto per avere informazioni sui mercati settimanali del circondario e chi faceva un tour della zona del viterbese e data la vicinanza territoriale ha deciso di visitare anche Orvieto; infine c'è chi ha visto la nostra maestosa rupe passando in treno e ha deciso di tornarci successivamente e chi invece era interessato all'acquisto di una casa nella nostra zona.

Dati relativi alle strutture ricettive

La statistica dell'anno 2010 si arricchisce poi di un'ulteriore rilevazione: la struttura che i turisti hanno scelto per soggiornare ad Orvieto e circondario. Dai dati raccolti emerge che il 39% dei visitatori opta per il soggiorno in

albergo, il 23% decide di affidarsi ai B&B e il 13% sceglie invece di prendere in affitto una casa o appartamento per vacanze; ancora, il 12% dorme in agriturismo, il 7% in campeggio (da intendersi sia come camper che tenda), il 2% dorme presso parenti o amici e l'1% sceglie invece l'ospitalità religiosa. Il restante 3% non specifica la struttura scelta per il pernottamento.

Suggerimenti e lamentele espressi dai turisti

L'ultimo dato raccolto riguarda poi le osservazioni dei visitatori volte a migliorare l'accoglienza, i servizi e le strutture della nostra città. In primis, va segnalato, come gli anni passati, la carenza d'igiene dei bagni pubblici all'interno della fortezza Alborno. In secondo luogo, è importante sottolineare che moltissime persone hanno espresso disappunto sulla segnaletica presente sia in città che al di fuori delle mura; in particolare hanno riscontrato scarse indicazioni sui diversi monumenti, gli uffici turistici, i parcheggi, gli hotel, la funicolare e la mancanza di traduzione inglese soprattutto per i segnali relativi alle zone a traffico limitato. Alcuni si sono poi lamentati della chiusura della maggior parte dei ristoranti alle 14,30 così come della chiusura degli esercizi commerciali nelle ore centrali del giorno. Un'altra rimostranza che i turisti continuano a segnalare è la mancanza di macchinette cambia monete per i parcheggi; altri invece hanno suggerito un miglioramento dei collegamenti autobus con le zone limitrofe (ad esempio Bolsena e Viterbo) e la creazione di apposite mappe con indicazioni

riguardanti i percorsi degli autobus, sia urbani che extra urbani. Inoltre, gli appassionati di storia dell'arte ci hanno fatto notare che le numerose chiese segnalate sulle guide per la loro importanza, osservano un orario di apertura al pubblico troppo limitato.

Tra le esigenze e le aspettative disattese del turista citiamo anche l'impossibilità di conoscere in tempo reale la disponibilità delle strutture ricettive sia in città che nel territorio.

Infine dalle dichiarazioni raccolte risultano anche prezzi troppo alti sia per la ristorazione che per la visita ai monumenti e a questo proposito alcune persone non hanno gradito l'ingresso a pagamento della cattedrale.

Analisi statistica durante l'evento "Umbria Jazz"

Nell'ambito di questo progetto si è voluto fotografare l'affluenza turistica presso il punto IAT in concomitanza con un evento importante quale "Umbria Jazz Winter", manifestazione che, oltre ad accrescere la visibilità della nostra città a livello nazionale, crea positive ricadute economiche sia per Orvieto che per il suo territorio.

Il sistema di rilevazione è identico a quello utilizzato per il quadrimestre estivo: alla fase di registrazione giornaliera degli utenti dell'ufficio informazioni, si è affiancata l'indagine a campione, utilizzando lo stesso modello di questionario che, anche in questo caso, è stato somministrato ad un numero casuale di turisti.

Sotto la lente d'ingrandimento è stata messa la settimana dal 27 dicembre 2010 al 2 gennaio 2011, periodo in cui allo IAT sono stati registrati 1426 visitatori: 1020 sono stati gli italiani e 406 i viaggiatori dall'estero.

Commentando il dato che riguarda i turisti italiani, c'è una sostanziale convergenza con quanto già rilevato nel periodo estivo: il Lazio rimane la regione che ci visita di più (23%), seguita dalla Lombardia con il 14% , dalla Toscana e dal Veneto entrambe con il 12% rispetto al totale.

Nella sfera degli arrivi stranieri, rimane confermato il primato dell'area anglo-americana (40%) sulle altre nazionalità. Nella settimana di indagine sono stati inoltre censiti turisti provenienti da 18 diversi paesi stranieri. Tra questi,

evidenziamo, in particolare, la presenza di 26 turisti israeliani, 23 turisti sudamericani, 21 cittadini croati e 9 austriaci.

Per quanto riguarda l'elaborazione dei questionari, alla domanda circa il luogo di pernottamento scelto dai turisti, si conferma il dato evidente per cui la maggior parte di essi opta per soggiornare nella nostra città. È stato rilevato inoltre che moltissime altre persone, soprattutto i viaggiatori "last minute", avrebbero voluto pernottare ad Orvieto, ma hanno dovuto invece ripiegare su altre località non proprio limitrofe (per esempio Fabriano), per mancanza di disponibilità ricettiva.

Altro dato che conferma il trend della stagione estiva 2010 riguarda, appunto, la scelta della struttura dove soggiornare; dai questionari elaborati risulta che la preferenza va agli hotel, seguiti dai B&B e dal "popolo dei camperisti".

Infine, le motivazioni che spingono il turista a visitare una città come Orvieto sono diverse ed articolate; nella settimana presa in esame, indubbiamente, l'evento Umbria Jazz occupa la percentuale più importante (20%). Va segnalato, per inciso, che coloro che hanno motivato la presenza ad Orvieto unicamente per l'evento jazzistico sono stati solo turisti di nazionalità italiana: tra questi, c'è chi dichiara di partecipare all'edizione invernale di Umbria Jazz fin dalla prima edizione. Abbiamo poi il 13% degli intervistati che è venuto per una visita turistica e un 11% che approfitta delle vacanze natalizie per ammirare le bellezze dell'Umbria ed inserire Orvieto nel tour della regione. La conoscenza pregressa e il passaparola (entrambi con il 7%

sul totale delle motivazioni dichiarate) rimangono comunque dei canali di comunicazione sempre validi ed efficaci.

Il dato positivo che emerge dal nostro studio, in riferimento al periodo suddetto, è che pochissimi hanno dichiarato di essere solo di passaggio e altrettanto pochi sono stati coloro che hanno soggiornato nei territori limitrofi. Questo dimostra dunque che manifestazioni di un certo rilievo, sono motivo di grande richiamo e rendono la nostra città una meta appetibile non solo per la classica gita fuori porta del primo dell'anno, ma anche per un soggiorno all'insegna di una visita storico-culturale, unita al piacere della buona musica.

Conclusioni

Il risultato che emerge dai dati sul turismo 2010 registrati allo IAT, fa segnalare una leggera flessione delle presenze rispetto alla scorsa stagione turistica; il calo ha riguardato in particolare i mesi di luglio ed agosto. Al contrario, il mese di settembre con 6721 passaggi, ha fatto registrare un aumento di turisti che supera le 1.000 unità se paragonato allo stesso periodo del 2009 in cui erano stati monitorati 5719 turisti.

Per quanto riguarda invece i dati relativi ai luoghi di pernottamento, la rilevazione risulta in controtendenza rispetto alla passata stagione turistica: Perugia e la sua provincia rappresentavano, nel 2009, la zona da cui partire per l'escursione ad Orvieto con il 35% dei pernottamenti; nel 2010 invece il

primato spetta ad Orvieto e al suo comprensorio mentre Perugia slitta alla seconda posizione con il 27%.

Grazie alla compilazione dei questionari i turisti hanno potuto esprimere pareri e lamentele riguardanti Orvieto ma soprattutto apprezzamenti. Infatti, l'impressione generale che si ha da una lettura veloce è quella di una città che risponde bene alle aspettative dei turisti, con un sistema di accoglienza buono sia per gli italiani che per gli stranieri: un numero rilevante di visitatori ha dichiarato di apprezzare l'utilità dei punti informativi e la presenza di personale multilingue. La visita e/o il soggiorno ad Orvieto viene giudicata dalla maggior parte degli intervistati un'esperienza valida sotto molti profili: culturale, artistico, paesaggistico e gastronomico. Altro dato interessante: la nostra città è risultata essere una meta ad alta "fidelizzazione" con una considerevole percentuale di turisti che dichiara di aver già visitato la città ed il territorio. Orvieto è infine il luogo del mangiar bene: moltissimi infatti hanno gradito le specialità gastronomiche e non solo; numerosi infatti sono stati i pareri favorevoli sulla disponibilità e la cordialità delle persone addette ai servizi e della popolazione in generale.

Ilaria Santi e Emanuela Visciola