

# **Indagine sul Turismo nel Comune di Belvedere Marittimo**



Scopo di un'impresa è creare e mantenere clienti soddisfatti e redditizi. I clienti vengono attratti e mantenuti quando i loro bisogni sono soddisfatti. Essi non solo ritornano, ma in più parlano ad altri, in termini positivi della propria esperienza. I manager capaci comprendono che i profitti vanno correttamente interpretati come il risultato di una buona gestione dell'azienda ma non come il suo unico scopo.

L'industria del turismo e dell'accoglienza è una delle più importanti del mondo. La competenza nel marketing delle grandi imprese ha creato un ambiente di marketing alquanto competitivo. Il marketing rappresenta una filosofia necessaria per tutti i manager.

I Comuni oggi giorno sono da considerare alla stessa stregua di un'impresa, ed i suoi potenziali clienti nel settore turistico sono i turisti stessi. In questa ottica, anche una Amministrazione Locale necessita di mettere in atto, in collaborazione con gli operatori turistici del territorio, una serie di interventi, al fine di cogliere i bisogni, le esigenze e le richieste dei propri clienti/turisti, ed offrire un valore migliore ai propri servizi e raggiungere così la qualità attesa.

Dunque, per un comune che ha tra i propri punti di forza, la vocazione turistica, si rende necessario, mettere in campo tutti gli strumenti utili del marketing, al fine di raggiungere la piena soddisfazione della propria clientela (customer satisfaction).

La politica economica di un territorio nel settore turistico ha come presupposto necessario la conoscenza delle variabili e delle componenti che lo caratterizzano sia sul versante della domanda che dell'offerta e confrontate nel tempo. Risulta infatti evidente che in mancanza di dati affidabili, di adeguate misure e di modelli interpretativi opportuni, le politiche di gestione di una data destinazione difficilmente potranno raggiungere gli obiettivi prefissati.

A livello nazionale le principali informazioni in ambito turistico, com'è noto, sono rese disponibili dall'ISTAT, mentre a livello regionale è l'Osservatorio Turistico Regionale della Regione Calabria ad offrire una panoramica del turismo nella regione, ma con dati accorpate e non fruibili dal singolo comune. L'insufficiente dettaglio territoriale di riferimento hanno fatto sì che le principali informazioni impiegate per l'analisi del turismo a livello sub-regionale siano spesso quelle

---

Così facendo, ci si è concentrati sulle motivazioni, le scelte e gli atteggiamenti del mercato nei confronti della destinazione: l'obiettivo è infatti di valutare, su un campione rappresentativo, le caratteristiche dei turisti potenziali e le opportunità che le mete turistiche nel territorio di Belvedere Marittimo possono giocare sul mercato turistico nazionale ed internazionale.

Il questionario ha avuto l'obiettivo di reperire alcune informazioni sul turista medio.

La prima parte del questionario è servita a raccogliere le informazioni sulla persona, come l'età, il sesso, la provenienza e la professione.

La seconda parte ha riguardato la villeggiatura e le informazioni raccolte sono state il luogo, della villeggiatura, la composizione del gruppo di soggiorno, il motivo della villeggiatura, da quando tempo veniva a Belvedere, il motivo della scelta, la durata del soggiorno, il mezzo di locomozione, gli spostamenti ed i cambiamenti riscontrati rispetto agli anni passati sia in generale che a riguardo delle manifestazioni.

La terza parte ha riguardato la valutazione del turista ad alcuni fattori, come l'Accoglienza e cordialità degli abitanti, la Viabilità, il traffico, i parcheggi, la segnaletica del territorio, i trasporti pubblici, i Divertimenti, il Verde pubblico, le Strutture balneari, la pulizia delle spiagge, la qualità e la bellezza del mare, i Ristoranti, i Bar e chioschi in spiaggia, lo Shopping, l'Adeguatezza delle strutture e dei servizi per bambini, il Servizio offerto dall'ufficio turistico, gli eventi e gli intrattenimenti, il rapporto qualità/prezzo e la qualità delle strutture ricettive (hotel, residence e appartamenti).

I luoghi in cui sono stati somministrati i questionari sono stati:

- ❖ Lungomare
- ❖ Spiaggia Libera Marina
- ❖ Spiaggia Libera: Castromurro
- ❖ Spiaggia Libera: Calabro
- ❖ Lido Il Bizzarro Beach Club

derivate indirettamente dall'indagine sulla capacità ed il movimento degli esercizi ricettivi, relative cioè agli arrivi ed alle presenze dei clienti presso le strutture ricettive.

Analizzare la domanda e l'offerta di un territorio e l'analisi del cliente e delle sue esigenze è alla base di una qualsiasi analisi di marketing.

Il progetto di Marketing Turistico del Comune di Belvedere Marittimo è il prosieguo delle indagini sul Turismo, svolte nel territorio comunale nell'anno 2015/2016.

In questo aspetto, l'obiettivo principale di questo lavoro consiste nell'analizzare lo sviluppo del fattore Turismo e l'approfondimento della soddisfazione del Turista/Cliente che villeggia nel Comune di Belvedere Marittimo, per vedere se, nel corso degli anni, l'immagine di Belvedere Marittimo sia più vicina o meno alle aspettative del Turista e che ne soddisfi le esigenze (Customer Satisfaction).

Le caratteristiche oggetto di studio di questa analisi sono le voci che identificano ed analizzano la figura del turista medio, in particolare sono stati approfonditi i seguenti aspetti:

- caratteristiche socio-demografiche dei turisti;
- caratteristiche ed attività svolte durante il soggiorno;
- aspettative e soddisfazione;
- propensione al ritorno.

La conoscenza dei turisti, delle loro aspettative, dei loro comportamenti, delle loro valutazioni rappresenta il primo passo di un processo di "orientamento al cliente" che è alla base del marketing moderno.

Vedere le cose con gli occhi del cliente aiuta a programmare meglio gli interventi da realizzare, ad attuare iniziative che, mentre servono alla popolazione residente, vanno incontro ai desideri dei turisti, rendono più gradevole e memorabile il loro soggiorno e li invogliano a ritornare.

Questa filosofia di lavoro è ormai diventata prassi consolidata in tutte le destinazioni che fanno del turismo uno dei settori forti del sistema economico locale. Una conoscenza, quindi, non finalizzata a presentare i risultati in qualche

convegno, ma una conoscenza per decidere, per progettare, per programmare uno sviluppo turistico locale che tenga conto contemporaneamente dell'esigenza del turista, dell'ambiente naturale, delle sensibilità della popolazione residente.

## Le Strutture Ricettive

Sul territorio di Belvedere Marittimo, esistono 8 Attività Alberghiere, per un totale di 944 camere ed una capacità ricettiva di 2.287 posti letto, e 7 Attività Extra-Alberghiera con capacità di 150 posti letto.

Quello che si evince è che le strutture preferite a Belvedere Marittimo sono quelle di qualità. Infatti, il 60% delle strutture ricettive presenti sulla zona sono relative ad Alberghi di 4 stelle, se prendiamo il dato dei comuni limitrofi, troviamo che a Diamante, gli alberghi di 4 stelle sono il 33%, mentre a Sangineto sono il 38%.

## LA DOMANDA TURISTICA A BELVEDERE MARITTIMO

Esiste nel rapporto tra presenze ed arrivi e conteggio, in media, quanti giorni soggiorna il turista nella località di riferimento.

Il numero di presenze ed arrivi che andremo di seguito a studiare, sono quelli ufficiali raccolti dall'ISTAT.

La rilevazione "Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi" è un'indagine totale che viene svolta con periodicità mensile. Unità di rilevazione sono gli esercizi ricettivi ripartiti tra strutture alberghiere e complementari.

Gli esercizi alberghieri includono oltre che gli alberghi in senso stretto, classificati in cinque categorie contrassegnate da stelle in ordine decrescente, anche i villaggi albergo e le residenze turistico-alberghiere.

Gli alloggi complementari comprendono: gli alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale, i campeggi ed i villaggi turistici, gli alloggi agro-turistici, gli ostelli per la gioventù, le case per ferie, i rifugi alpini, le altre strutture ricettive; viene inoltre rilevato il movimento relativo ai Bed & Breakfast.

I dati sul movimento giornaliero dei clienti, comunicati dagli esercenti attraverso i modelli ISTAT C/59 o Tavole di spoglio A1 e A2, vengono raccolti e riepilogati mensilmente tramite il modello ISTAT CTT/1 dagli enti periferici del turismo che provvedono al loro inoltro all'Istat per via postale, fax o mediante strumenti telematici.

Si noti come il Tirreno cosentino catalizzi quasi la metà dei turisti della provincia durante l'estate, subendo un notevole calo durante gli altri mesi. Questo a spiegare che il tirreno cosentino è un'area di turismo prettamente balneare.

A Belvedere Marittimo, l'andamento delle presenze turistiche negli anni delle prime indagini è stato il seguente:

**Tabella 1 Arrivi e Presenze Belvedere Marittimo - dati mensili - anno 2015**

Anno	Arrivi	Presenze	Perim. Media
<b>2004</b>	8.655	52.830	6,10
<b>2005</b>	13.540	82.045	6,05
<b>2015</b>	13.916	79.199	5,69

Si evince da questa tabella, come il numero degli arrivi è rimasto pressoché costante, riducendo il numero di presenze e, conseguentemente la permanenza media, che passa da 6,10 del 2004, al 6,05 del 2005 fino a 5,69 del 2015. Cioè, vengono lo stesso numero di persone, ma ci stanno di meno.

Sono stati somministrati i questionari su un campione di 208 turisti, su tutto il territorio di Belvedere Marittimo. I Questionari sono stati somministrati nei luoghi di massimo afflusso dei turisti, quindi nei lidi, sulle spiagge pubbliche, nei locali pubblici, nelle zone di passeggio, come il lungomare, ed in altri luoghi dove era possibile rintracciare il turista. L'universo di riferimento preso in considerazione per questa indagine si basa su:

- turisti che hanno pernottato almeno una notte nell'area; sono esclusi quindi gli escursionisti ovvero coloro che non soggiornano nell'area;

Tali criteri di selezione hanno permesso di concentrare l'indagine sui turisti che hanno scelto liberamente queste località come destinazione finale della vacanza.