

Newsletter n.1 – gennaio 2024

Il Garda Racconta

Buon Anno a tutti, salutiamo il 2024!

Apriamo il secondo anno dell'attività dell'OTG con la nostra prima newsletter, con aggiornamenti e novità che cercheremo di fornirvi per tutto l'anno in corso. La nostra missione è quella di mantenere vivo il dibattito sulle tematiche affrontate dall'Osservatorio del turismo gardesano (OTG) e più in generale stimolare il confronto e la ricerca per rafforzare l'immagine turistica del nostro bacino, senza trascurare le criticità che inevitabilmente coinvolgono tutte le aree turistiche, nessuna esclusa.



Il gruppo dell'OTG, che ricordiamo ha rappresentanti della Comunità del Garda e dell'Università Cattolica, continua a riunirsi per ragionare sui temi che stanno a cuore ai gardesani e siamo disponibili ad accogliere suggerimenti e contributi da tutti voi che ci seguite. Che siate operatori, studenti, insegnanti, amministratori, rappresentanti di associazioni, semplici cittadini attenti a quanto avviene nel nostro territorio, saremmo lieti di ascoltare le vostre idee, commenti, osservazioni, qualsiasi cosa vogliate segnalarci. Pur non avendo potere decisionale, in qualità di osservatorio, ci piacerebbe sentire la voce dei gardesani e di chi opera e studia in campo turistico.

Tema di questo numero è la presentazione dei risultati della **ricerca di mercato condotta nell'estate 2023**.

Ma prima di fornirvene una sintesi vorremmo ricordare l'importante incontro avvenuto a Riva del Garda il 20 gennaio scorso. Un'**Assemblea della Comunità del Garda** che oltre ai sindaci gardesani e non solo ha visto la partecipazione di Garda Uno, Depurazioni Benacensi, Consorzio Lago di Garda Lombardia, Provincia e comune di Mantova, comune di Verona, che hanno guardato con favore all'ingresso nella Comunità ed altre associazioni e rappresentanze.



Di estremo interesse la relazione della senatrice nonché Presidente della Comunità del Garda **Sen. Avv. Mariastella Gelmini**. Sono stati toccati argomenti di estrema importanza, come lo stato dell'arte sul progetto depurazione, l'annoso problema della viabilità, le problematiche legate alla ciclovia del Garda e tanto altro. Chi fosse interessato ad approfondire può visitare il sito della Comunità (www.comunitadelgarda.it).

Crediamo di poter dire, che il progressivo allargamento delle adesioni alla Comunità del Garda, evidenzia la capacità della stessa a farsi carico con serietà delle problematiche del bacino e ad essere riconosciuta come un interlocutore credibile nelle istituzioni che di volta in volta si avvicinano al lago di Garda.

Questo anche a dimostrare la forza propulsiva che nasce nell'unire tante istituzioni, come i comuni piccoli e grandi, i capoluoghi, le province e magari in futuro anche le regioni. Noi siamo fiduciosi.

Di seguito alcune immagini, anche esplicative di alcune iniziative che sono stati presentate a Riva del Garda.



Nel corso dell'assemblea si è anche parlato dell'OTG e della sua attività presente e futura. In questo numero ci limitiamo a presentare, come anticipavamo, la sintesi della ricerca sulla domanda turistica, condotta nella scorsa estate.

TENDENZE DELLA DOMANDA TURISTICA SUL LAGO DI GARDA

L'Osservatorio sul Turismo Gardesano, frutto del patto di collaborazione tra Università Cattolica e Comunità del Garda, attraverso un'equipe di professori e giovani laureati ha condotto da giugno a settembre 2023 una ricerca sul campo, sui turisti presenti sul lago. Coordinatore della ricerca è stato il **prof. Valerio Corradi**, dell'Università Cattolica.

Obiettivo della ricerca era analizzare le diverse sfumature e le caratteristiche della domanda turistica del lago di Garda.

Alla base della rilevazione vi è l'esigenza di trattare con metodi scientifici i dati raccolti per mettere nelle condizioni tutti i soggetti coinvolti nella filiera turistica, sia pubblici che privati, di comprendere meglio gli orientamenti e il modo di vivere il Garda da parte del turista, il suo livello di soddisfazione per i servizi ricevuti. Le informazioni raccolte permettono altresì di individuare nuove e originali e finora inesplorate potenzialità per lo sviluppo turistico futuro.

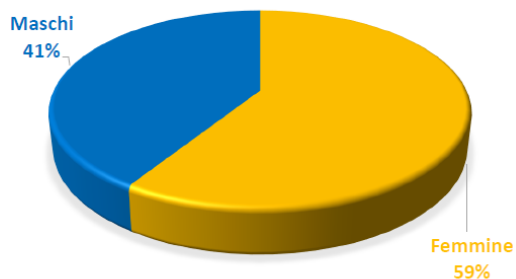
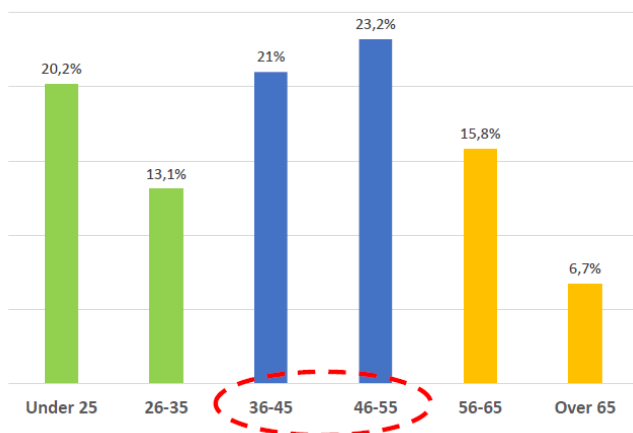
L'indagine ha riguardato l'intero bacino gardesano sulle tre diverse sponde ed ha toccato tutte le località turistiche del lago. Il questionario, tradotto in inglese e tedesco, è stato compilato da circa 400 turisti, un campione significativo per cogliere gli orientamenti della domanda turistica sia per la varietà delle tipologie dei soggetti intervistati, sia per la distribuzione equilibrata delle variabili indagate.

Hanno risposto più le donne degli uomini, 59% contro il 41%.

Di seguito alcuni grafici che permettono di individuare la composizione della provenienza, tra italiani e stranieri, e se stranieri da quale paese di provenienza.

Numerosità, Età e Genere

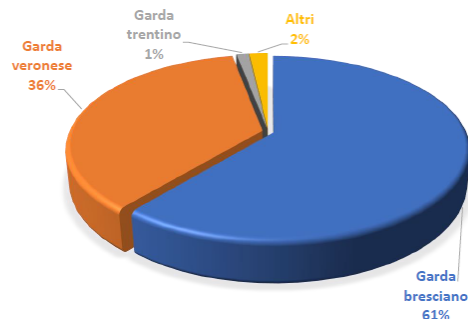
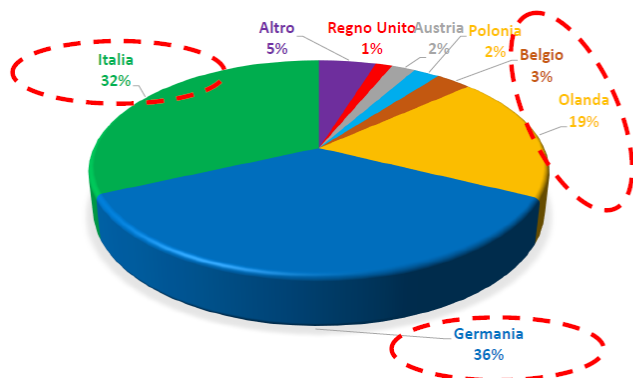
Hanno risposto al questionario circa **400 turisti**



PROFILI EMERGENTI DEL TURISTA GARDESANO

L'analisi dei dati permette di evidenziare alcuni profili.

Provenienza e Area di soggiorno

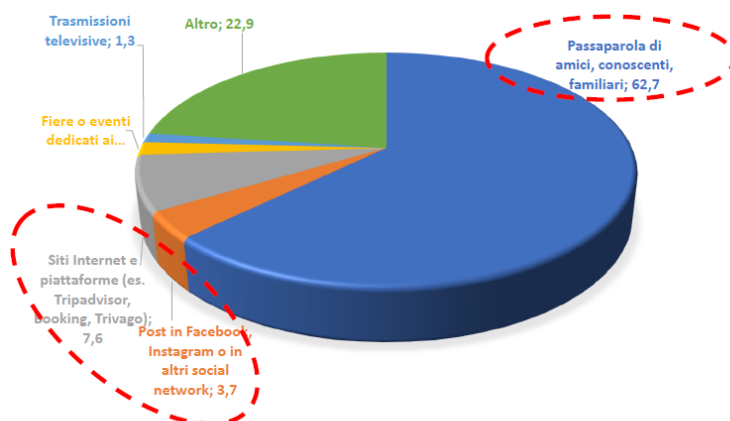


Turisti alla ricerca di un'informazione diretta e affidabile

Il passaparola, da sempre considerato un veicolo efficace nella scelta della vacanza, risulta essere ancora molto attuale, il 66,8% degli intervistati ha scelto il Garda attraverso proprio il passaparola.

Un turista che cerca l'informazione diretta e affidabile

Modalità attraverso le quali i turisti hanno conosciuto per la prima volta il Garda



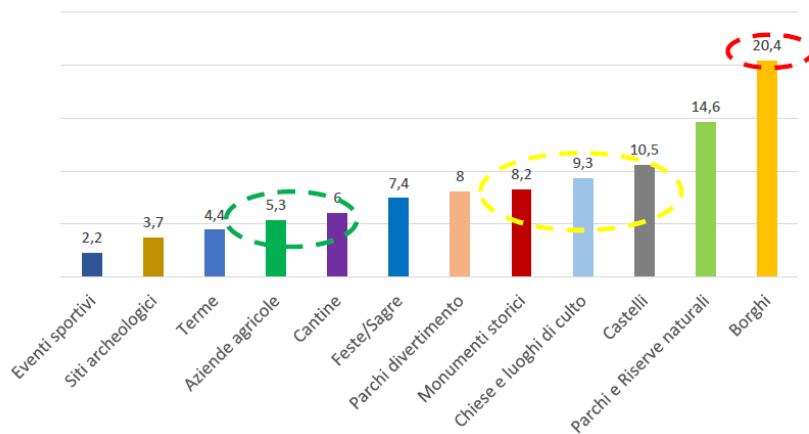
Oltre il 60% dei rispondenti ha affermato che nell'avvicinarsi e nello scegliere il Garda come meta turistica è stato fondamentale il passaparola di amici, conoscenti e familiari.

Turisti mobili

I turisti sul Garda non rimangono stanziali nella località prescelta ma si muovono in località vicine o anche a lungo raggio. Verona, Brescia, Venezia, Milano vengono citate come mete aggiuntive da visitare durante la vacanza sul Garda.

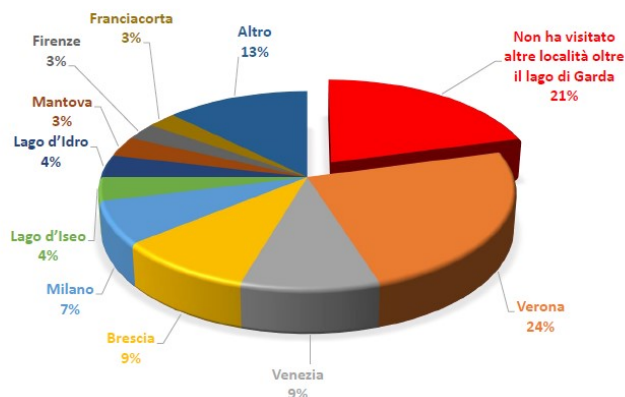
Un turista curioso e mobile/1

Luoghi/monumenti/eventi ecc. visitati nel corso della vacanza
 (% sul totale delle indicazioni)



Un turista curioso e mobile/2

Località visitate nel corso della vacanza (% totale località indicate)

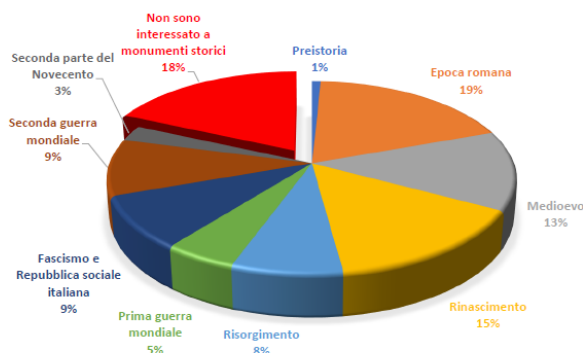


Turisti interessati al Garda storico

L'82% degli intervistati ha mostrato interesse verso i monumenti storici del lago di Garda, con la suddivisione che appare nel grafico.

Un turista interessato al «Garda storico»

Interesse verso i monumenti dei diversi periodi storici sul lago di Garda



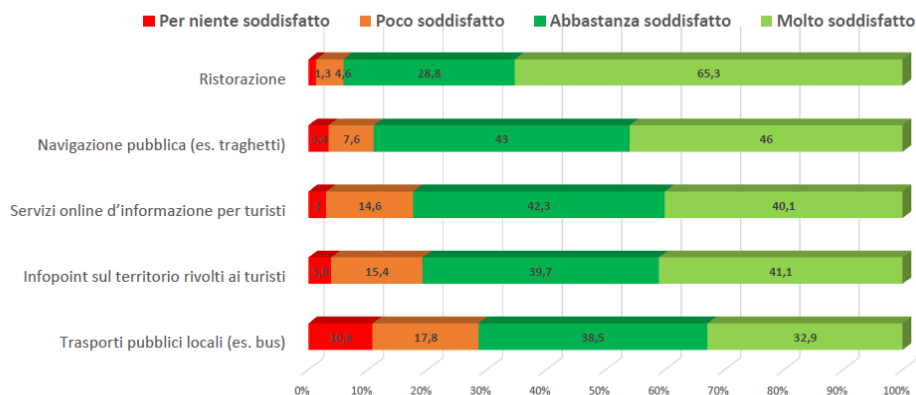
Turisti soddisfatti dei servizi

Il maggior grado di soddisfazione si registra per i servizi di Ristorazione (65,3% molto soddisfatto e 28,8% abbastanza soddisfatto). L'area di insoddisfazione si riferisce ai trasporti pubblici (per niente e poco soddisfatto 28,6%) e al servizio offerto dagli Infopoint (per niente e poco soddisfatto 19,2%)

Il Garda Racconta

Un turista soddisfatto dei servizi utilizzati

Livello di soddisfazione di alcuni servizi utilizzati nel corso della vacanza



Nel complesso, considerando la media della soddisfazione dei 5 aspetti indagati, l'**83,5% degli intervistati è Abbastanza-Molto soddisfatto dei servizi utilizzati**. Per niente-Poco soddisfatto è il 16,5% dei rispondenti

Il maggior grado di soddisfazione si registra per i servizi di **Ristorazione** (65,3% Molto soddisfatto + 28,8% Abbastanza soddisfatto) e la **Navigazione pubblica** (46% Molto soddisfatto + 43% Abbastanza soddisfatto).

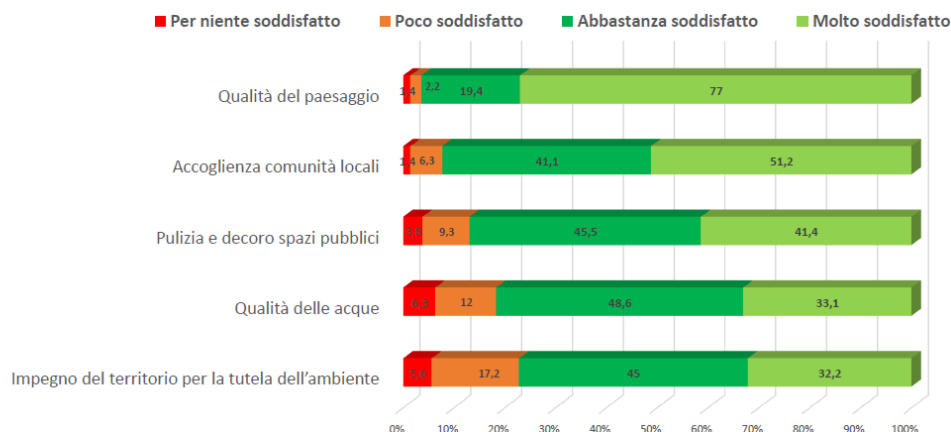
L'area dell'insoddisfazione è invece più estesa per i **Trasporti pubblici locali** (Per niente-Poco soddisfatto 28,6%) e gli **Infopoint sul territorio** (Per niente-Poco soddisfatto 19,2%).

Turisti filoambientali

Tutte le categorie di rispondenti mostrano elevati livelli di soddisfazione per la qualità ambientale delle zone visitate (86,9% degli intervistati) anche se si evidenzia l'auspicio di un ulteriore impegno per la tutela dell'ambiente da parte di tutti gli attori che hanno il potere di farlo.

Un turista filoambientale

Livello di soddisfazione di alcuni aspetti "ambientali" della vacanza sul Garda



L'**86,9% degli intervistati è Abbastanza-Molto soddisfatto della qualità ambientale** (39,9% Abbastanza soddisfatto e 47% Molto soddisfatto). Solo il **13,1%** degli intervistati si è dichiarato Per niente-Poco soddisfatto.

Interessanti i commenti che permettono di spaziare su alcune considerazioni utili per scelte future, peraltro in alcuni casi da tempo sul tavolo per trovare soluzioni come la viabilità e lo sviluppo della mobilità dolce.

Il Garda Racconta

Altre richieste sono:

il potenziamento dei punti di informazione sul territorio;

il perfezionamento della comunicazione online;

la promozione di più eventi, in particolare per i giovani;

impegno per un generale upgrade del Garda sulla sostenibilità

Tutti i risultati sono stati presentati a Salò, presso la Sala dei Provveditori, il 16 Dicembre scorso. L'incontro è stato molto partecipato, presenti le classi quarte e quinte dell'Istituto Battisti di Salò con le insegnanti e da alcuni rappresentanti di associazioni di categoria e da pochi amministratori locali. Presente quasi al completo l'Amministrazione di Toscolano Maderno e pochi altri. L'auspicio che in futuro ci possano seguire maggiormente, perché riteniamo che le nostre iniziative possano offrire un qualche contributo alle politiche turistiche locali.

Durante la presentazione dei Professori Giovanni Gregorini, Valerio Corradi e Maria Paola Pasini abbiamo colto la possibilità che i dati raccolti dall'indagine potranno essere approfonditi e offrire nuove utili informazioni sul profilo del turista gardesano, attraverso nuove e molteplici correlazioni tra le variabili raccolte, ben evidenziate dall'intervento del dott. Matteo Gregorini.

Si coglie l'occasione per ringraziare l'equipe di lavoro di predisposizione dei questionari, di raccolta e somministrazione e elaborazione dei dati raccolti costituita da Diego Lucini, Valentina Maccabiani, Anna e Giulia Orizio, Emilia Raggi, Matilde Taffurelli e Lorenzo Zani.

ALTA FORMAZIONE

Chiudiamo questo primo numero con l'annuncio del prossimo progetto dell'OTG, la SUMMER SCHOOL che si svolgerà a Desenzano dal 16 al 20 giugno 2024.

Il progetto, denominato: **LUXERY TOURISM: BRANDING, COMMUNICATION, SUSTAINABILITY**, verrà presentato l'8 febbraio alle ore 11, presso l'Hotel Aquaviva a Rivoltella di Desenzano.

Buon anno ancora a tutti e continuate a seguirci!

Privacy: Gli indirizzi e-mail presenti nel nostro archivio provengono da adesioni istituzionali, ricerche, contatti, segnalazioni, vostri accrediti ai nostri eventi. Se preferisce non ricevere più i nostri messaggi può richiedere la rimozione della sua e-mail in qualsiasi momento. Newsletter a cura dell'O.T.G., sede operativa presso la Comunità del Garda, Via F. Calzone, 5 25087 Salò (BS) tel. 0365 290411 - mail: info@lagodigarda.it