

SIB/FIPE/CONFCOMMERCIO IL RAPPORTO DEGLI ITALIANI CON GLI STABILIMENTI BALNEARI 2017

**Pulizia, cordialità, professionalità e sicurezza i punti di forza
Alto livello di soddisfazione dei servizi offerti
Gestione familiare e attenzione al cliente fidelizzano il turista
Al mare il 50% delle presenze turistiche estive, 90% al Sud**

Lo **stabilimento balneare** è preferito dalle **famiglie del nord e delle grandi aree metropolitane**, il **cliente medio** ha **tra i 35 e i 54 anni**. **Sdraio, lettino, ombrellone, servizi igienici, docce e ristorazione i servizi più utilizzati**, con un livello di **soddisfazione superiore all'80%**. **Manutenzione del lido e delle strutture, cordialità e professionalità del gestore, elevato livello di sicurezza** e soprattutto la **gestione familiare i punti di forza** di uno stabilimento balneare, secondo il giudizio dei clienti che dichiarano di: **"Sentirsi a casa"**. Seguono la **capacità di fornire informazioni, la tutela della privacy, l'assistenza costante, il controllo e la limitazione dei venditori abusivi. Pulizia, accoglienza e sicurezza i primi 3 motivi** per i quali si sceglie uno stabilimento balneare. Gli italiani sono abitudinari e non cambiano, tra le ragioni: **ottimo rapporto con il gestore, sensazione di sentirsi 'coccolato', vicinanza alla propria abitazione, convenienza economica e tradizione familiare**.

In tema di **presenze turistiche**, poi, quelle **balneari rappresentano il 50% del totale rilevate nei mesi estivi** (giugno, luglio, agosto e settembre), il dato è sensibilmente **più alto nel Mezzogiorno dove arriva a sfiorare il 90%**.

Questi, in estrema sintesi, i risultati della **ricerca** volta a conoscere il **rapporto degli italiani con gli stabilimenti balneari**, presentata a metà della stagione estiva 2017, dal **Sindacato Italiano Balneari FIPE/Confcommercio**.

"Questa ricerca **nasce dalla nostra esigenza di sapere di più**, di capire cioè come siamo percepiti dai tanti turisti che frequentano le spiagge e gli stabilimenti balneari" afferma **Riccardo Borgo**, presidente del S.I.B.

"I risultati confermano che **lo stabilimento balneare**, modello del turismo italiano, **continua ad essere apprezzato con percentuali ancora maggiori rispetto a ieri** – continua Riccardo Borgo. Di più: **veniamo percepiti per alcuni servizi, come quello sulla sicurezza in mare, quali prestatori di tipo pubblico, in sostituzione dello Stato**. Con questa convinzione possiamo affrontare qualsiasi difficoltà, presente e futura,

consapevoli, noi e chi ha la responsabilità primaria di trovarle, che le soluzioni ci sono e si possono perseguire in quanto strumenti e ragioni non mancano. Occorrono determinazione e volontà, e noi le abbiamo”.

DA CHI?

Stabilimenti balneari, un mondo di servizi

Il **62%** degli intervistati **ha frequentato**, in vacanza o in altre occasioni, **una località di mare** nel corso degli ultimi tre anni. Il **76,2%** **ha usufruito dei servizi di uno stabilimento balneare**.

Il dato è più accentuato presso le **famiglie**, presso coloro che hanno tra i **35 ed i 54 anni**, presso coloro che risiedono nelle **regioni del Nord Italia e nelle grandi aree metropolitane**. Ad aver **usufruito meno** degli stabilimenti balneari sono stati i **giovannissimi** e coloro che risiedono nelle **regioni del Sud Italia**.

Tra i fattori alla base della preferenza per le località marine emergono in prevalenza: l'idea di **vivere il mare come distacco dal lavoro** stressante e dalla vita frenetica di tutti i giorni per il **56%** dei rispondenti, l'idea che il mare e il sole siano **sinonimo di benessere** per il **55,1%** degli intervistati, per il **49,1%** il **contatto con la natura**, per il **37,7%** le **emozioni** che suscita il mare, per il **25%** l'idea del **divertimento** sia sulla spiaggia che nella vita notturna.

Leggermente inferiori le percentuali di coloro che preferiscono il mare per **praticare sport acquatici e/o pescare** in riva al mare, **15,8%** e di coloro che si recano al mare per **ritrovare gli amici** degli anni passati, **13%**.

I **servizi più utilizzati** da chi frequenta uno stabilimento balneare sono in prevalenza: **sdraio, lettini e ombrelloni, servizi igienici e docce, ristorazione**. Alto il livello di soddisfazione degli utenti verso la **qualità** di gran parte dei servizi utilizzati, in molti casi superiore **all'80%** dei casi osservati.

Il **ruolo dello stabilimento** nella **manutenzione del lido e delle strutture**, ossia la capacità di tenerlo pulito facendone un luogo bello ed accogliente, la **cordialità e la professionalità del gestore**, l'elevato **livello di sicurezza** della struttura, sono solo alcuni dei punti di forza degli stabilimenti balneari secondo i clienti.

I MOTIVI

Il gestore, garanzia di identità e qualità

Oltre il **95%** degli utenti degli stabilimenti balneari ritiene che **l'identità dello stabilimento** e la **qualità dei servizi** dipendono dalla presenza del **titolare** dello stabilimento e dal ruolo attivo che egli svolge all'interno della struttura e **otto intervistati**

su dieci ritengono che proprio la **gestione familiare** dello stabilimento sia il punto di forza dello stabilimento che frequenta.

Il **titolare** emerge come **figura chiave** non soltanto in termini di mantenimento dei requisiti di qualità dei servizi, grazie alla combinazione del **suo ruolo di imprenditore e lavoratore**, ma anche nel ruolo di figura 'famigliare' che permette alle persone di 'sentirsi a casa dentro lo stabilimento' e di vivere quest'ultimo come un 'pezzo di casa' anche quando si è in vacanza. Un aspetto quest'ultimo, per nulla scontato, che evidentemente i titolari degli stabilimenti hanno saputo guadagnarsi in termini di riconoscimento e stima da parte dei clienti in tanti anni di attività.

PERCHE'

Lo stabilimento balneare è (anche) un servizio pubblico

Secondo sette rispondenti su dieci il servizio offerto dal gestore è assimilabile ad un 'servizio di tipo pubblico'. Al gestore dello stabilimento viene, quindi, riconosciuto il grande lavoro svolto in termini di mantenimento della **sicurezza**, della **pulizia**, della **lotta all'abusivismo**.

Per la quasi totalità dei rispondenti è 'molto' o 'abbastanza' importante, (97,8%), che questo ruolo venga svolto all'interno dello stabilimento e il dato è confermato dal fatto che i primi tre motivi per i quali i consumatori scelgono gli stabilimenti sono proprio: la **pulizia**, la sensazione di **'sentirsi a casa'** e la **sicurezza**.

SI CAMBIA?

Lo stabilimento balneare fa la destinazione

Alta la percentuale dei rispondenti (**62,9%**) che nel corso degli ultimi anni **non ha cambiato stabilimento balneare**, questo a dimostrazione della capacità delle imprese balneari di **fidelizzare il cliente** garantendo le migliori condizioni per un soggiorno piacevole.

Tra questi il **61,5%** dei rispondenti si reca **nello stesso stabilimento da più di tre anni**, soddisfatto del rapporto con il gestore.

Chi ha cambiato stabilimento lo ha fatto come conseguenza della frequentazione di nuove destinazioni turistiche. Ma per il **65%** circa di coloro che scelgono il mare è il **desiderio di tornare nello stesso stabilimento** a determinare la scelta della destinazione.

NOTA TECNICA

Disegno del campione

Indagine basata su un campione statisticamente rappresentativa della popolazione italiana di età superiore ai 18 anni stratificato per sesso (maschi, femmine), classe di età (18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64 e oltre 64 anni) e residenza (Nord Ovest, Nord Est, Centro, Sud e isole). Il campione rispondeva alle seguenti caratteristiche: esclusivamente coloro che nel corso degli ultimi tre anni si sono recati in vacanza o in altre occasioni al mare e hanno/non hanno usufruito dei servizi erogati dagli stabilimenti balneari.

Numerosità campionaria

Numerosità campionaria complessiva: 1.379 casi (1.379 interviste a buon fine). Anagrafiche "non reperibili": 1.211 (33,8%); "Rifiuti": 998 (27,8%); "Sostituzioni": 2.209 (61,6%). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 3,2\%$). Fonte delle anagrafiche: Elenco degli abbonati al servizio telefonico nazionale.

Metodo di contatto

Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (*Computer assisted telephone interview*) e Cawi (*Computer Assisted Web Interview*)

Tecnica di rilevazione

Questionario strutturato.

PERIODO DI EFFETTUAZIONE DELLE INTERVISTE

Dal 20 al 28 giugno 2017