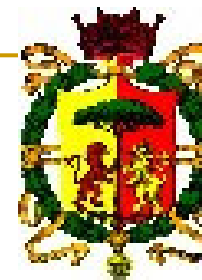


COMUNE DI RAVENNA
SERVIZIO RISORSE UMANE E QUALITA'
U.O. Organizzazione, Qualità e Formazione



Indagine di Customer satisfaction



“RAVENNA BELLA DI SERA”
Estate 2019

PREMESSA

- Il Comune di Ravenna, in base a quanto previsto dalla L.R. 10/12/1997, n. 41 ha realizzato una customer satisfaction, rivolta ai fruitori delle programmazioni “Ravenna Bella di Sera” che si è svolta nel corso dell’estate 2019, dopo che era già stata realizzata nell’estate 2017.

OGGETTO E DESTINATARI

- L'indagine è mirata alla verifica della qualità percepita rispetto alla programmazione del calendario estivo degli eventi rientranti nella edizione “Ravenna Bella di sera” 2019 (concerti, spettacoli teatrali, spettacoli di danza, presentazione di libri, mostre, spettacoli per bambini, performance varie).
- E' rivolta ai fruitori degli eventi, sia cittadini ravennati che turisti.

OBIETTIVI DELL'INDAGINE

- individuare “il profilo” dei fruitori
- verificare la conoscenza della programmazione complessiva e la fonte della conoscenza stessa
- verificare il grado di soddisfazione generale rispetto alla programmazione complessiva
- verificare il grado di soddisfazione attribuito alle diverse componenti
- individuare gli elementi di forza e di criticità
- fotografare “l’idea del futuro della Ravenna Bella di Sera”
- individuare ipotesi di percorsi di miglioramento concretamente percorribili per le edizioni successive.

STRUMENTO

- Lo strumento di rilevazione utilizzato è un breve questionario tradotto anche in inglese.
- Il questionario, prevede alcune domande:
 - sulla conoscenza del programma complessivo;
 - sul gradimento complessivo della programmazione generale
 - su aspetti positivi, criticità e suggerimenti/proposte
 - sull' intervistato (es., fascia di età, titolo di studio, provenienza)
- Ai turisti inoltre, sono state sottoposte alcune domande rispetto alla loro permanenza a Ravenna

CAMPIONE

- I questionari sono stati somministrati ad un campione di 223 persone, individuate in modo casuale, tra i presenti alle diverse serate.
- I questionari sono stati somministrati da personale, appositamente formato, in qualità di intervistatori, individuato all'interno della graduatoria dei rilevatori Istat.

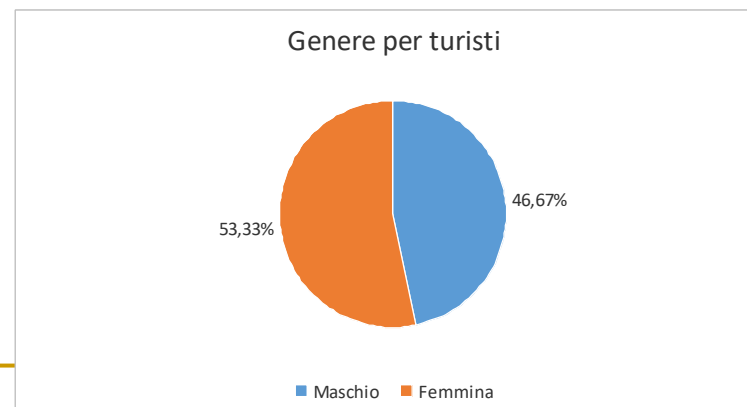
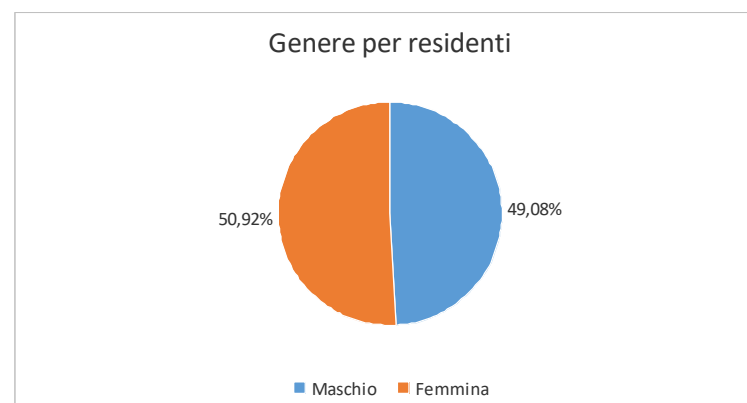
Analisi dei questionari



Chi ha compilato il questionario: il genere e la residenza

- Sono state realizzate complessivamente 223 interviste casuali
- Il 52% donne ed il 48% uomini;
- Il 73% è residente a Ravenna e circa il 27% è turista

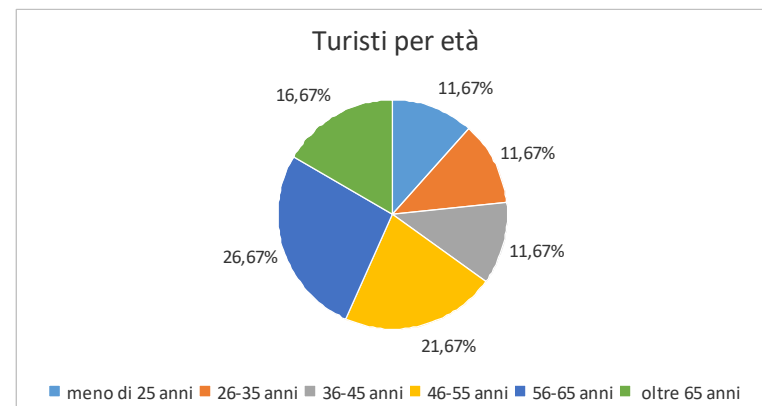
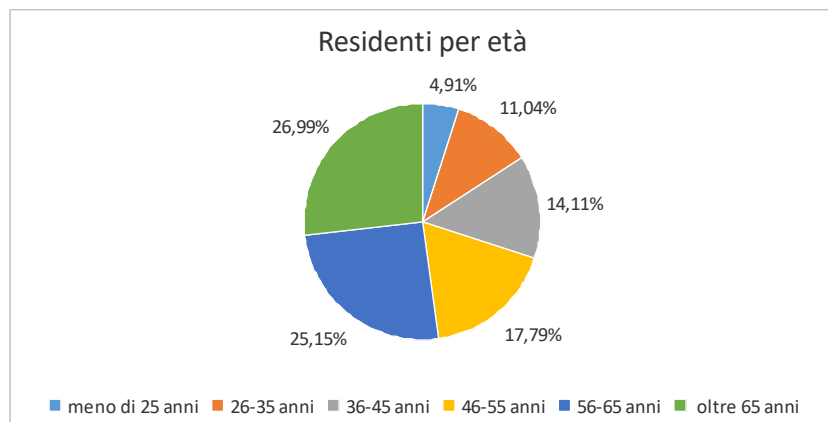
	N [^]	%	F	%	M	%
RESIDENTI	163	73,1	83	37,2	80	35,9
TURISTI	60	26,9	32	14,3	28	12,6
Totale	223	100,0	115	51,6	108	48,4



Chi ha compilato il questionario: l'età

- Sono rappresentate tutte le fasce di età;
- Circa al 10% le fasce di età più bassa e più alta;
- Circa al 20% tutte le altre fasce di età

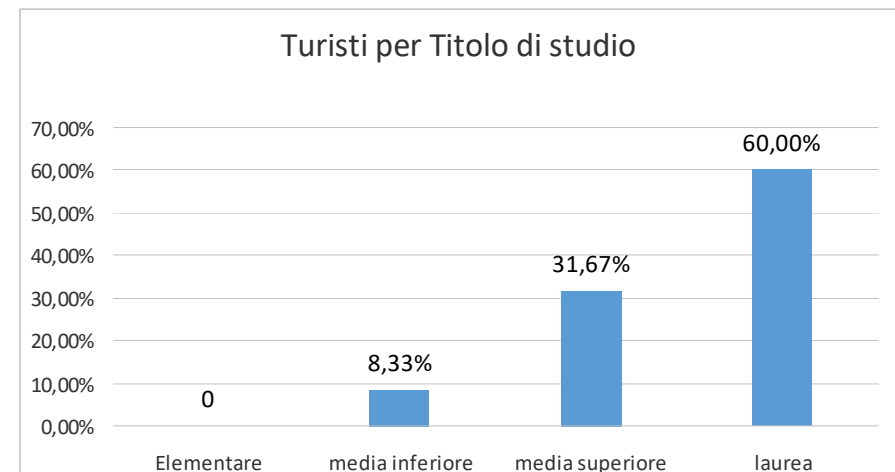
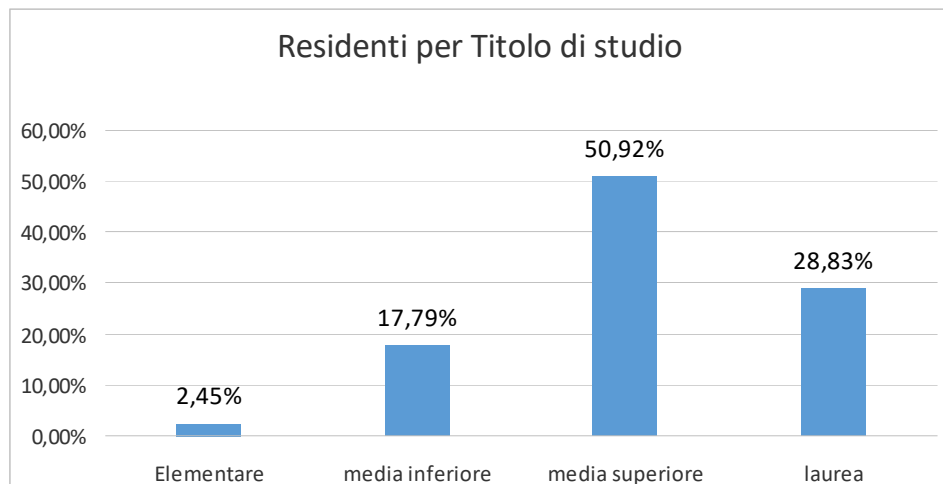
	complessivo	%	residenti	%	turisti	%
Meno di 25 anni	15	9,5	8	4,91	7	11,67
26-35 anni	25	20,5	18	11,04	7	11,67
36-45 anni	30	18,4	23	14,11	7	11,67
46-55 anni	42	19,4	29	17,79	13	21,67
56-65 anni	57	21,2	41	25,15	16	26,67
oltre 65 anni	54	10,7	44	26,99	10	16,67
TOTALE	223	100,0	163	100,00	60	100,00



Chi ha compilato il questionario: scolarità

- Chi ha compilato il questionario ha una **alta scolarizzazione**: l'83% ha almeno il diploma superiore e tra questi, oltre il 37% ha la laurea.

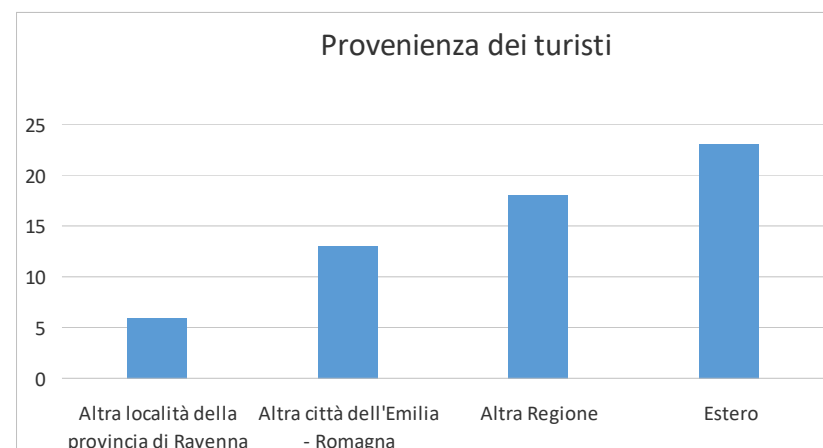
	complessivo	%	residenti	%	turisti	%
Elementare	4	1,8	4	1,8	0	0
media inferiore	34	15,2	29	13,0	5	2,2
media superiore	102	45,7	83	37,2	19	8,5
laurea	83	37,2	47	21,1	36	16,1
totale	223	100,0	163		60	



Chi ha compilato il questionario: turisti

- I 60 turisti che hanno compilato il questionario provengono **per il 38% dall'estero**: Germania, Inghilterra, Francia Spagna, Belgio, Russia, Irlanda, Olanda, Austria;
- **per il 30% dalle altre Regioni d'Italia**: (dal Lazio, dalla Lombardia, dalla Calabria, dal Piemonte, dalla Campania, dall'Abruzzo, dal Veneto e dalla Puglia);
- Per il 21% dalle altre città dell'Emilia Romagna (Bologna, Forlì, Reggio Emilia, Modena, Cesena);
- **Il 10%** proviene dalla **provincia di Ravenna** (Russi, Bagnacavallo, Lugo, Voltana, Cervia).

	n	%
Altra località della provincia di Ravenna	6	10,00%
Altra città dell'Emilia Romagna	13	21,67%
Altra Regione	18	30,00%
Estero	23	38,33%
Totale	60	100

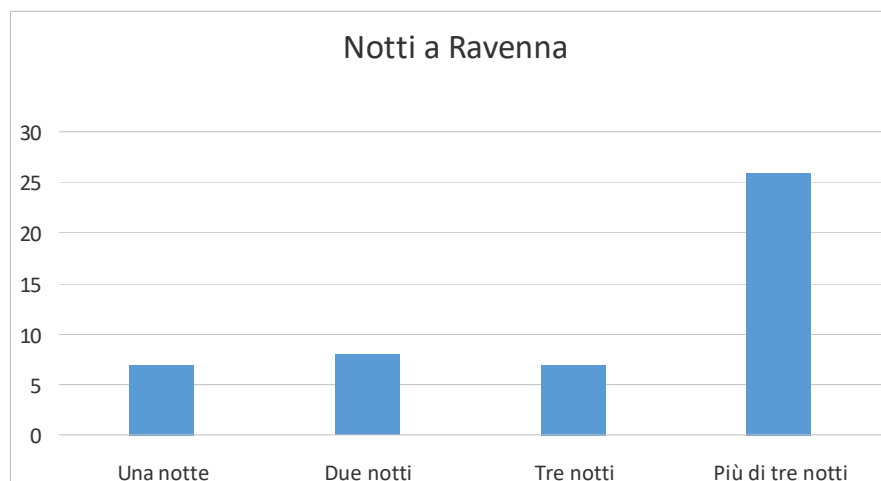


Dove e quanto soggiornano i turisti?

- 48 turisti (80%) soggiornano a Ravenna, mentre 12 (il 20%) sono di passaggio;
- Tra chi soggiorna a Ravenna, il 54% ha una permanenza per più di 3 notti; il 31% soggiorna per due o tre notti;
- Il 14% resta a Ravenna una sola notte.

	n°	%
sì	48	80,0%
no	12	20,0%
	60	100,0%

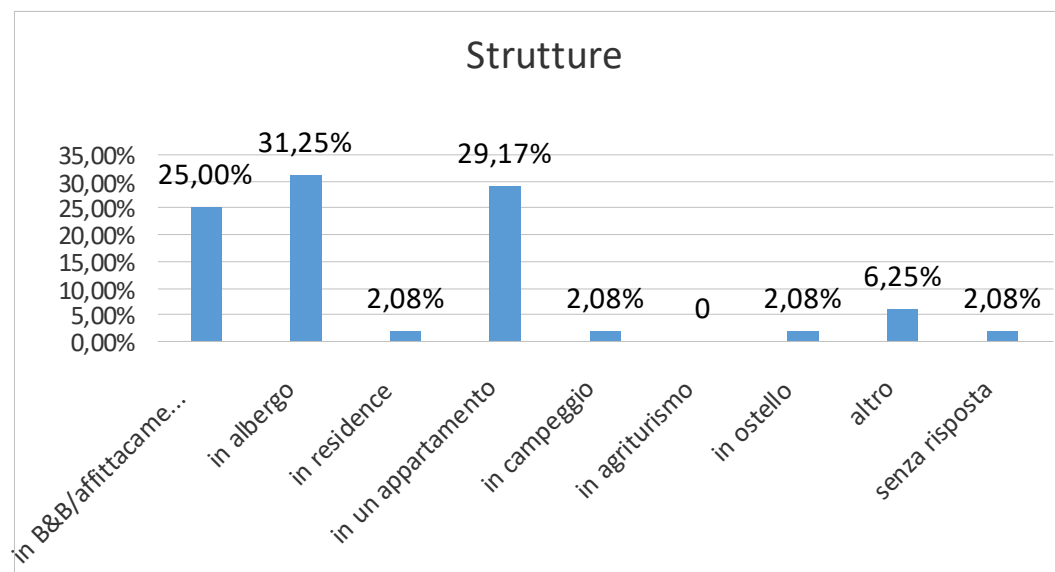
	n°	%
una notte	7	14,6
due notti	8	16,7
tre notti	7	14,6
più di tre notti	26	54,2
	48	100,0



Dove alloggiano i turisti?

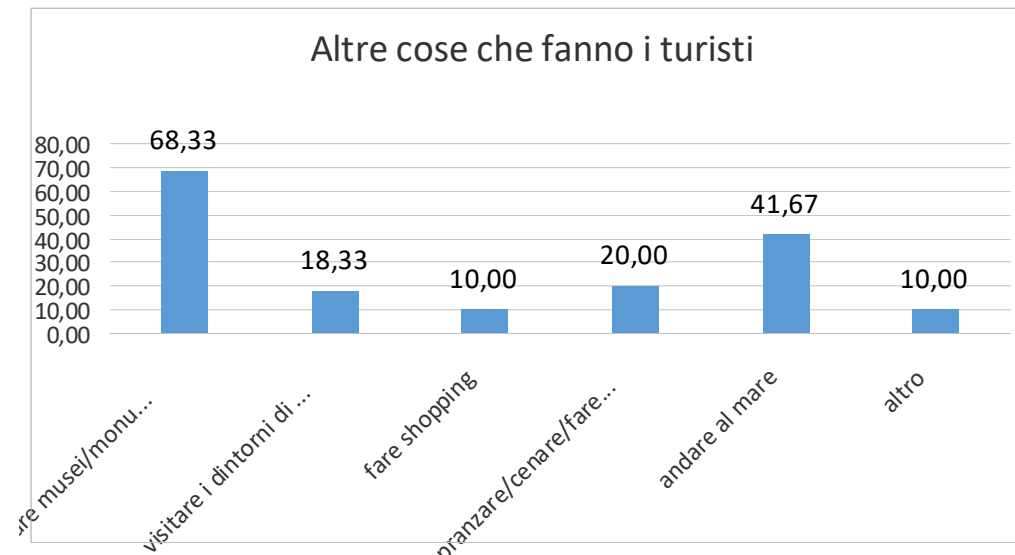
- Il 77% dei 48 turisti che soggiornano a Ravenna, alloggiano in città e quasi il 19% al mare;
- Il 31% dei turisti alloggia in albergo e il 29% in appartamento;
- Il 25% dei turisti alloggia in B&B/affittacamere/R&B.

	n°	%
in città	37	77,08%
al mare	9	18,75%
in campagna	1	2,08%
senza risposta	1	2,08%
	48	100,00%



Cosa altro fanno i turisti a Ravenna?

- Oltre ad assistere allo spettacolo di Ravenna Bella di sera, il 68% dei turisti **visita anche i monumenti e i musei** della città e poco meno del 42% va anche al **mare**;
- Poco più del 18% poi **visita i dintorni** e il 10% usufruisce dei **ristoranti** della zona;
- Tra chi ha risposto “altro”, 3 hanno detto di essere venuti appositamente per l’evento.



Perché è venuto a questo evento?

- Complessivamente la maggioranza degli intervistati ha dichiarato di essere andato all'evento per un interesse specifico per la serata (quasi 40%);
- Il 26% circa invece è capitato per caso facendo un giro in centro città.

	totale	% su 223	residenti	%su 163	turisti	%su 60
per caso/per fare un giro in centro	58	26,0	25	15,3	33	55,0
per accompagnare amici/ conoscenti	34	15,2	27	16,6	7	11,7
per interesse specifico per il tema della serata	89	39,9	71	43,6	18	30,0
per trascorrere una serata diversa	9	4,0	8	4,9	1	1,7
perché è una opportunità che la città mi offre	10	4,5	8	4,9	2	3,3
per rilassarmi e divertirmi	23	10,3	21	12,9	2	3,3
per incontrare persone	2	0,9	2	1,2	0	0,0
per sentirmi integrato nella città	2	0,9	1	0,6	1	1,7
come parte di una visita turistica		0,0	0	0,0	1	1,7
altro	22	9,9	19	11,7	3	5,0

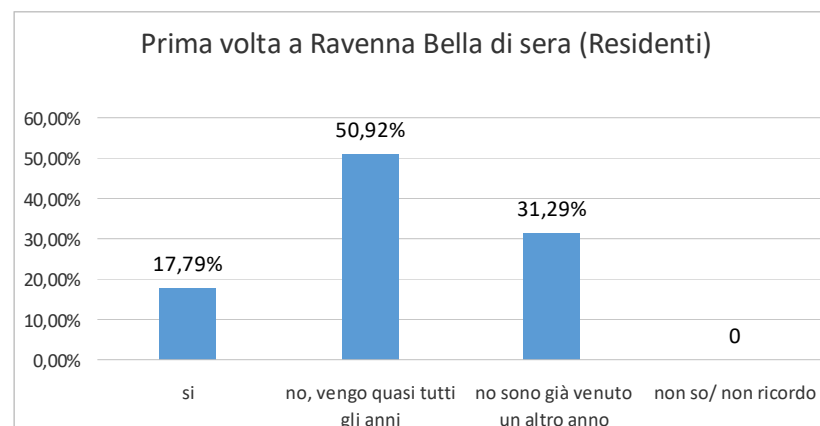
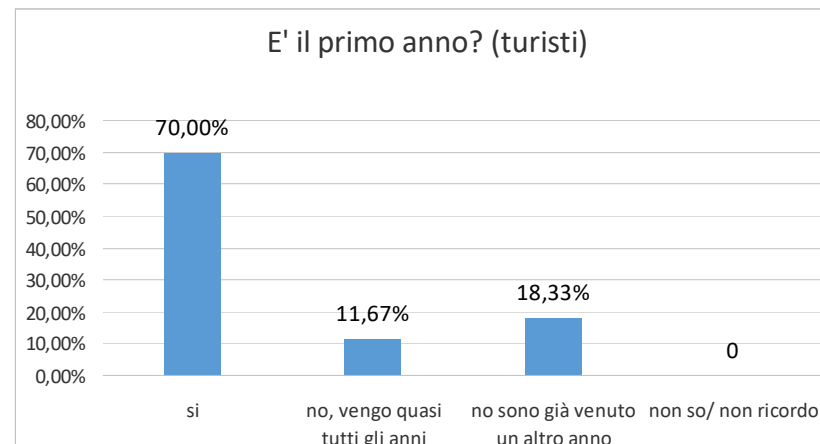
Come è venuto a conoscenza di questo evento e delle altre iniziative estive di Ravenna Bella di sera?

- Dato atto che potevano essere date più risposte, complessivamente oltre il 22% degli intervistati ha dichiarato di esserne venuto a conoscenza “da internet, sito del Comune o sito del turismo”, quasi il 21% “da amici e conoscenti” e poco meno del 20% da “depliant/brochures/Welcome to Ravenna”;
- Il 10% ne è venuto a conoscenza dai canali social;
- Tra chi ha risposto altro, la grande maggioranza ha detto di esserne venuto a conoscenza “per caso”.

	totale	%	residenti	%su 163	turisti	%su 60
da articoli su quotidiani	18	8,1	15	9,2	3	5,0
da amici/parenti/conoscenti	46	20,6	36	22,1	10	16,7
da depliant/brochures/Welcome to Ravenna	42	18,8	34	20,9	8	13,3
da internet/sito Comune/sito Turismo	50	22,4	39	23,9	11	18,3
da canali social (Facebook/Twitter)	23	10,3	21	12,9	2	3,3
da manifesti/totem	14	6,3	11	6,7	3	5,0
da sedi comunali di informazione (IAT, URP)	18	8,1	14	8,6	4	6,7
non so/non ricordo	1	0,4	1	0,6	0	0,0
altro	57	25,6	33	20,2	24	40,0

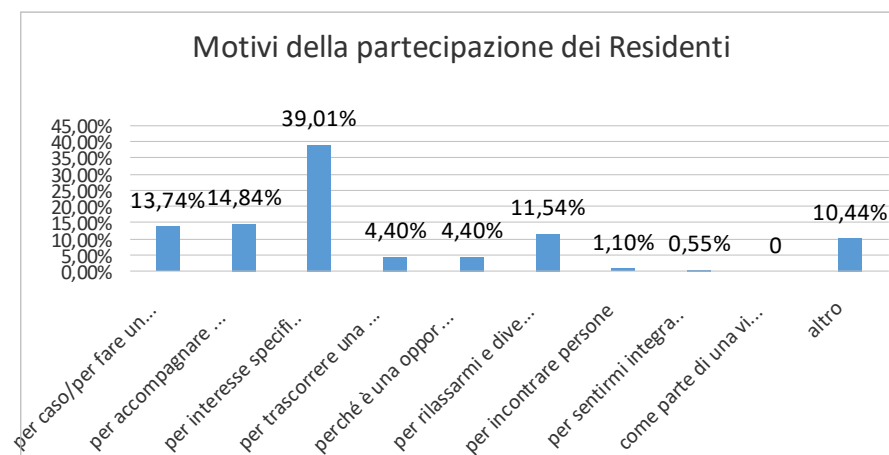
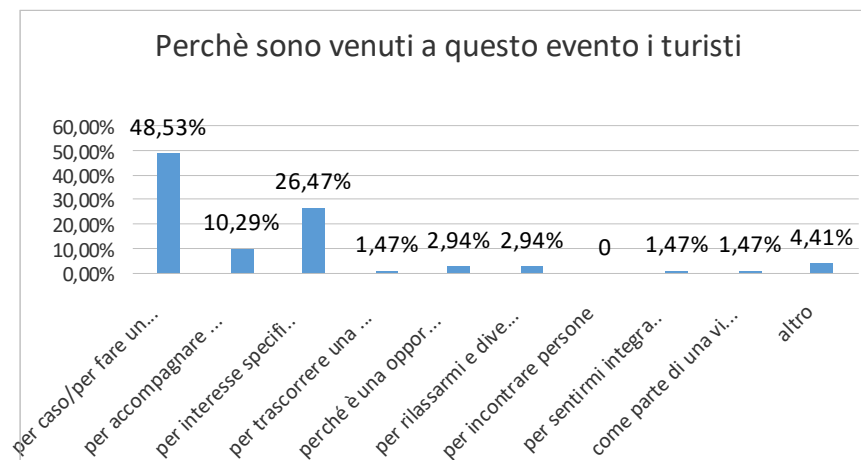
E' il primo anno che viene alle iniziative di Ravenna Bella di sera?

- Complessivamente, per il 31,83% degli intervistati era la prima volta che partecipavano a Ravenna bella di sera (il 70% dei turisti ed il 18% dei residenti);
- Il 40,35% invece viene tutti gli anni (tra i turisti quasi il 12% e quasi il 51% dei residenti);
- Il 27% è già venuto un altro anno (tra i turisti il 18% e quasi il 28% tra i residenti).



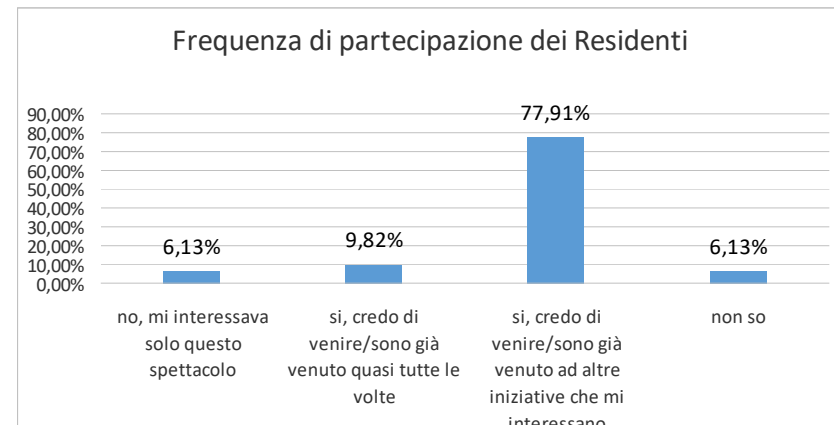
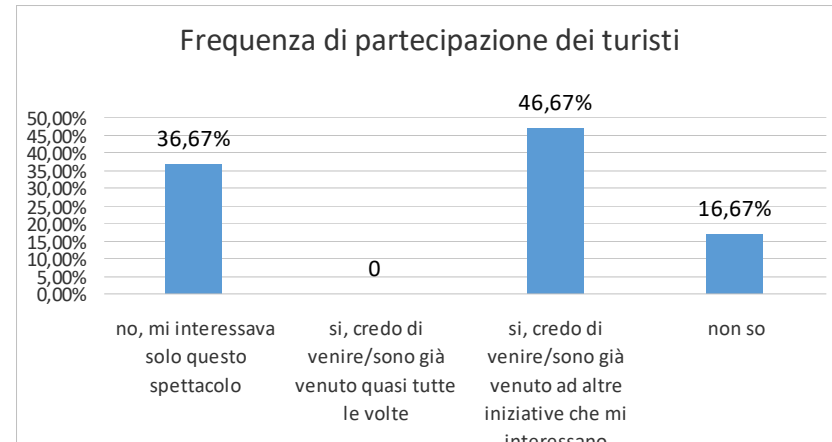
Perché è venuto a questo evento?

- Quasi il 40% degli intervistati è venuto all'evento per l'interesse specifico al tema della serata (più i residenti dei turisti (43% contro 30%);
- Il 26% degli intervistati è capitato per caso all'evento facendo un giro in centro città (Più i turisti dei residenti (55% contro il 15%).



Questa estate è venuto/pensa di venire ad altre iniziative di Ravenna bella di sera?

- Complessivamente, il 14% degli intervistati ha dichiarato di partecipare solo a quell'evento per interesse specifico; il 36,6% dei turisti e solo il 6% dei residenti;
- Complessivamente quasi il 66% ha dichiarato di partecipare anche ad altre iniziative di interesse specifico; il 47% dei turisti ed il 78% dei residenti;
- Va evidenziato infine che c'è poco meno del 10% di residenti affezionati che intende partecipare a tutte, o a quasi tutte le iniziative.



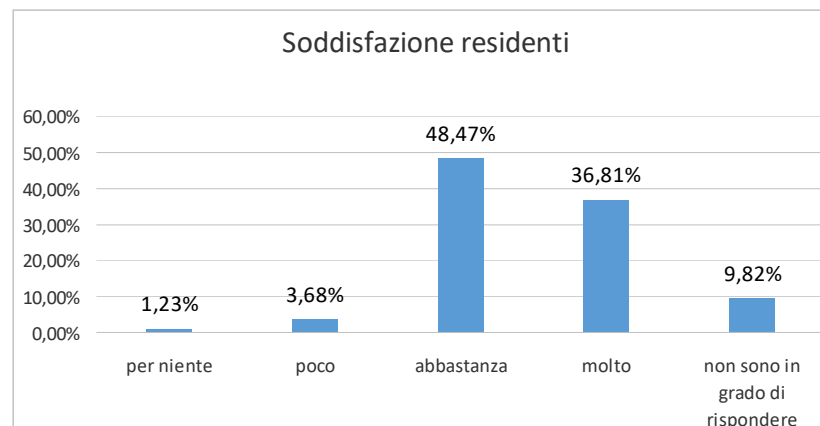
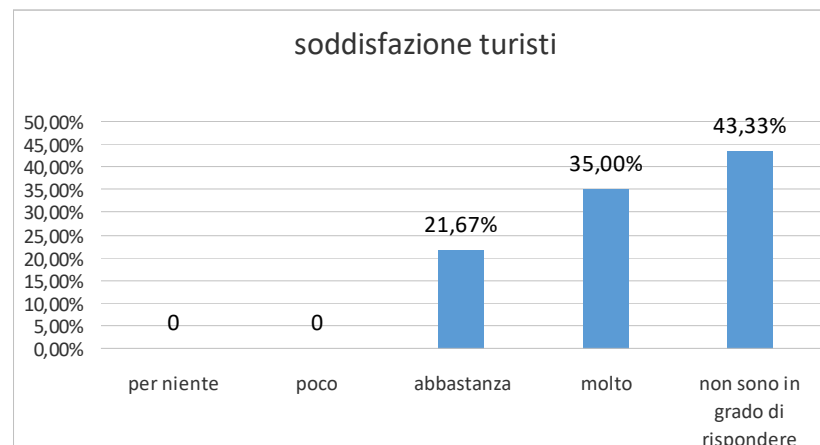
La soddisfazione dell'offerta culturale di Ravenna Bella di sera

- Quasi il 19% degli intervistati, e più i turisti dei residenti, non è stato in grado di rispondere alla domanda sulla soddisfazione complessiva della rassegna;
- Chi ha risposto, ha espresso comunque in larga maggioranza un **giudizio positivo** dell'offerta culturale nel suo complesso (oltre il **77%** di molto/abbastanza soddisfatto);
- Contrariamente, solo appena l'1,3% ha espresso un **giudizio negativo** (poco/per niente soddisfatto).

	R		T		tot	
	n°	%	n°	%	n°	%
per niente	2	1,23	0	0,0	2	0,89
poco	1	3,68	0	0,0	1	0,45
abbastanza	79	48,47	13	21,67	92	41,25
molto	60	36,81	21	35,00	81	36,32
non sono in grado di rispondere	16	9,82	26	43,33	42	18,83
	163	100	60	100	223	100

La soddisfazione

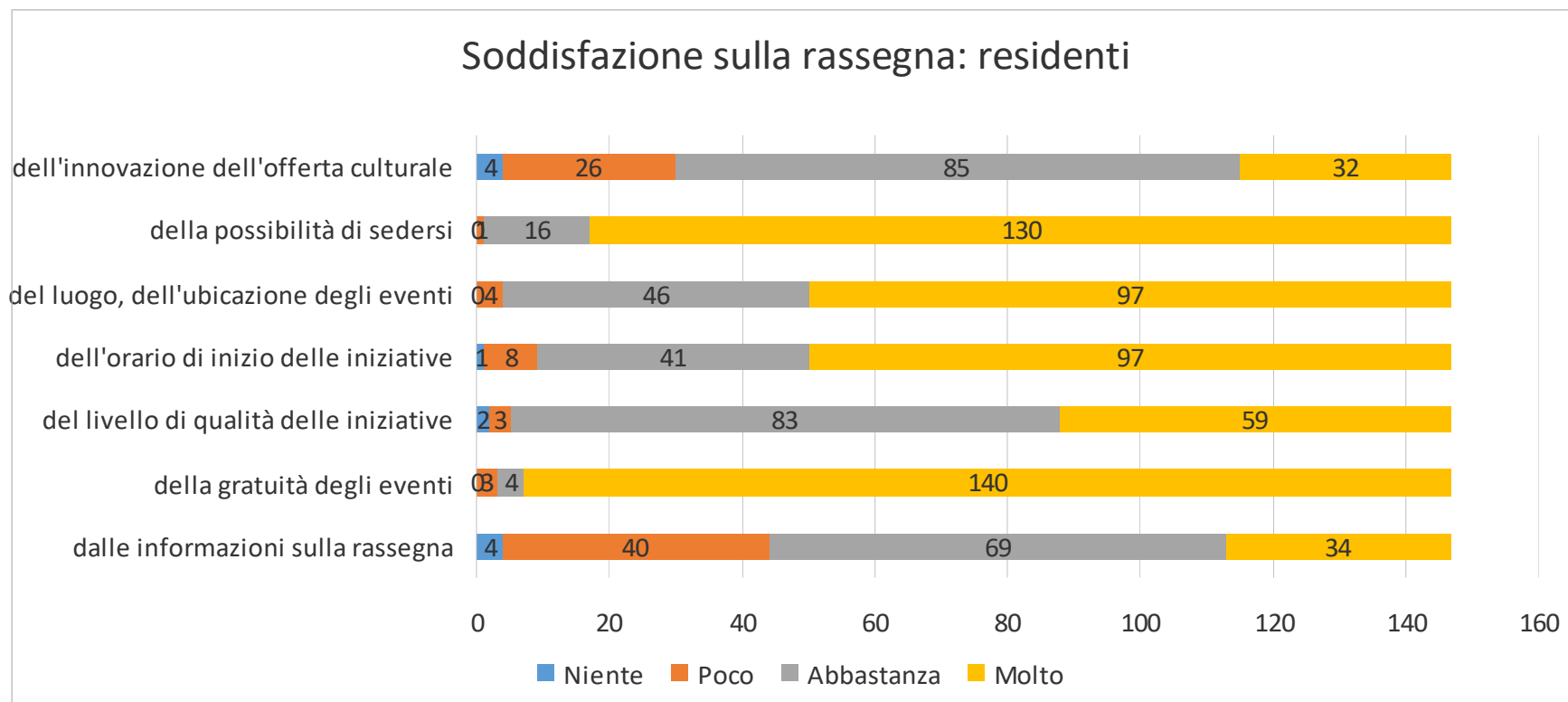
- Considerando che oltre il 43% dei turisti non è stato in grado di rispondere a questa domanda, disaggregando il dato tra residenti e turisti, i residenti risultano più soddisfatti dei turisti;
- Infatti, l' **85,28% % dei residenti** ha espresso un giudizio positivo di Ravenna Bella di sera (molto/abbastanza soddisfatto), contro il **56,67% dei turisti**;
- Tuttavia, **nessun turista** ha espresso un giudizio negativo (poco/per niente soddisfatto) contro il **4,91% dei residenti**.



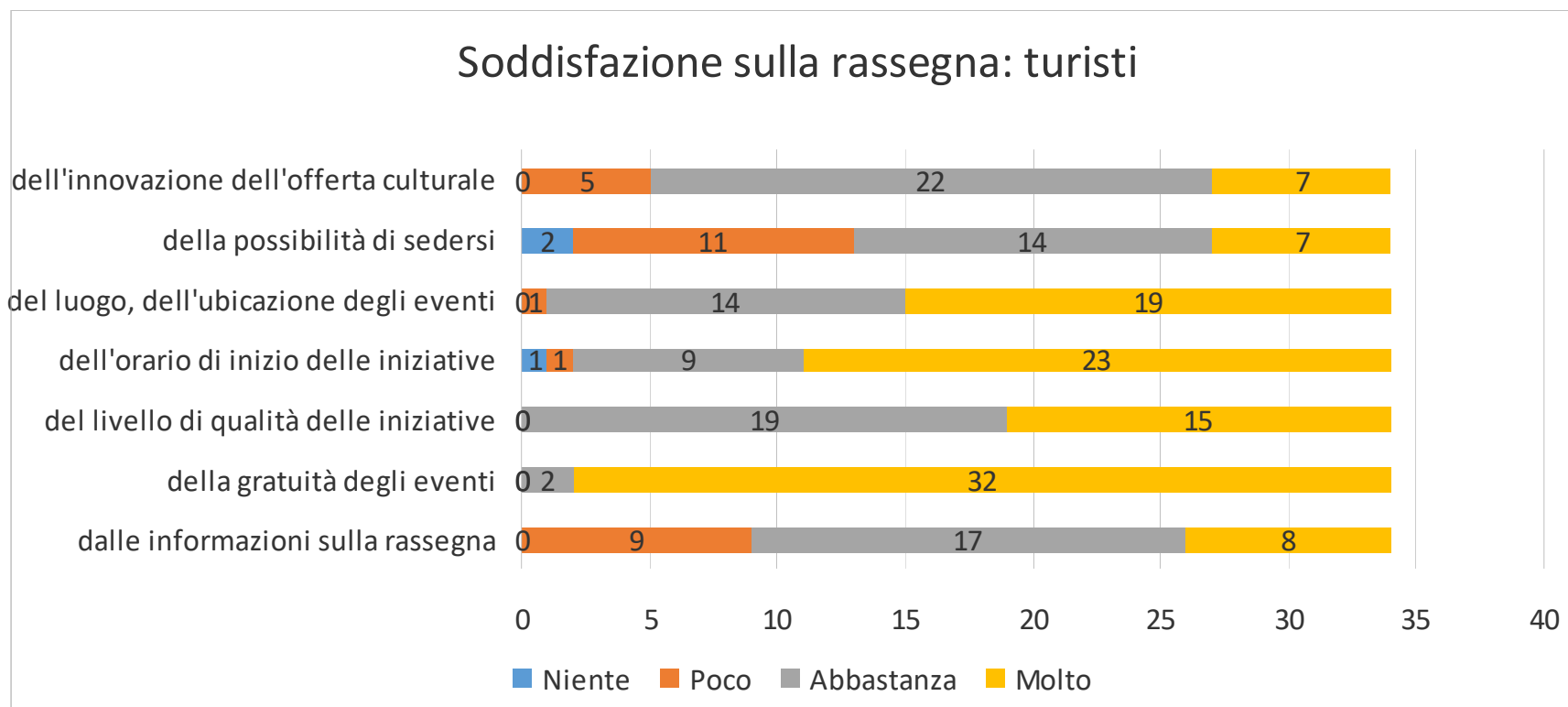
Identikit degli insoddisfatti

- Anche se rappresentano un numero molto basso, incrociando i dati emerge il seguente identikit degli 8 intervistati per niente o poco insoddisfatti:
 - sono più maschi che femmine (5 contro 3);
 - rappresentano le fasce di età più elevate (dai 46 anni in poi), ed in particolare rientrano nella fascia 46/55 anni;
 - sono prevalentemente diplomati (2) e laureati (4)
 - la maggioranza (5) è venuta a vedere l'evento per "interesse specifico" per l'evento stesso
-

La soddisfazione di Ravenna Bella di sera per le diverse componenti della Rassegna:



La soddisfazione di Ravenna Bella di sera per le diverse componenti della Rassegna:



La soddisfazione per le diverse componenti

- Dall'analisi dei dati si evidenzia una sostanziale soddisfazione per tutti i diversi aspetti, ma con evidenti differenze tra i fattori.
- Vi è una grandissima soddisfazione con percentuali molto alte di **“abbastanza/molto soddisfatti”** nei seguenti aspetti:
 - la gratuità degli eventi (98,3%)
 - la qualità delle iniziative (97,2%)
 - l'orario di inizio degli spettacoli (93,9%)
 - il luogo degli eventi (92,1%)
- Gli aspetti sui quali è stata registrata la maggiore insoddisfazione con percentuali relativamente elevate di **“poco/per niente soddisfatti”** sono:
 - le informazioni sulla rassegna(29,3%)
 - l'innovazione dell'offerta culturale (19,3%)

La soddisfazione per le diverse componenti *continua*

- Non emerge grande differenza tra le valutazioni dei residenti e quelle dei turisti.
- Si segnala però:
 - ✓ una più alta insoddisfazione dei **turisti** rispetto alla **possibilità di sedersi e all'ubicazione degli eventi**;
 - ✓ una più alta insoddisfazione dei **residenti** rispetto all'innovazione dell'offerta culturale.

SODDISFAZIONE	RESIDENTI		TURISTI	
	niente/ poco %	abbas /molto %	niente /poco %	abbas/ molto %
delle informazioni sulla rassegna	29,9	70,1	26,5	73,5
della gratuità degli eventi	2,0	97,9	0,0	100,0
del livello di qualità delle iniziative	3,4	96,6	0,0	100,0
dell' orario di inizio delle iniziative	6,1	95,9	5,8	94,1
del luogo, dell'ubicazione degli eventi	2,7	97,3	25,0	75,0
della possibilità di sedersi	0,7	99,3	36,3	63,6
dell'innovazione dell'offerta culturale	29,9	79,6	14,1	85,3

Questo evento è.....

- I numerosissimi e diversi aggettivi utilizzati per qualificare gli eventi, descrivono bene lo stato d'animo con il quale gli intervistati hanno "vissuto" la rassegna Ravenna Bella di sera".
 - Abbiamo aggregato gli aggettivi simili in questo modo:
 - **"interessante e stimolante"** (93 intervistati):
 - **"Bella/buona"** (44 intervistati)
 - **"Carina/piacevole/gradevole"** (33 intervistati)
 - **"Divertente/attraente/coinvolgente/suggestiva/aggregante"** (23 intervistati):
 - **"Eccellente/ottima/bellissima/splendida"** (10 intervistati)
 - **"Innovativa"** (8 intervistati)
 - **"Vecchia"** (6 intervistati)
 - **"Di scarsa qualità"** (1 intervistato)
 - **"Non è il mio genere di spettacoli"** (1 intervistato)
-

SUGGERIMENTI

- Circa il 42% complessivo degli intervistati è già pienamente soddisfatto dell'attuale offerta (più i residenti (45%) dei turisti (33%));
- **91** intervistati hanno segnalato suggerimenti, critiche, proposte, per migliorare la qualità del servizio sintetizzabili nelle seguenti macro voci:
 - **Qualità degli eventi:** viene suggerito di diversificare gli eventi in base ai target di riferimento, di elevare il livello culturale di alcuni eventi, di arricchire l'offerta (es. cinema, orchestre, spettacoli teatrali, spettacoli per bambini, opere teatrali, opere liriche, spettacoli di danza, commedie dialettali, musical, cabaret, incontri letterari, eventi sportivi, buskers), di variare il genere musicale (dall'elettronico, al folk, punk, rock) coinvolgendo artisti giovani e locali, ma anche artisti internazionali (eventualmente prevedendo anche eventi a pagamento se necessario).
 - **Organizzazione degli eventi:** viene suggerito di migliorare l'acustica degli spettacoli, in alcuni casi di aumentare i posti a sedere, di evitare di programmare più eventi in contemporanea e di anticipare l'inizio degli spettacoli alle 20,30.

SUGGERIMENTI *continua*

- **Informazione e comunicazione:** viene suggerito di fare più pubblicità della rassegna complessiva e dei singoli eventi, utilizzando i social network, le email, gli sms, i siti internet, ma anche prevedendo la distribuzione di brochure dettagliate sui programmi delle serate ed infine di utilizzare i canali social per informare su eventuali modifiche al programma.
- **Luoghi e spazi:** viene suggerito di diversificare gli spazi degli eventi, utilizzando altri punti della città (es. Darsena) ed anche la periferia.
- **Destagionalizzare gli eventi:** viene suggerito di estendere la manifestazione anche in autunno e in inverno, eventualmente collaborando con le scuole.
- **Servizi collaterali:** viene suggerito di prevedere stand gastronomici.

Appendice

QUESTIONARIO ON LINE

Premessa

- Parallelemente all'indagine sul campo, è stata data la possibilità di compilare anche un questionario on line pubblicato sul sito istituzionale e sul sito del turismo del Comune di Ravenna.
- Nonostante sia stato compilato on line un basso numero di questionari, per cui tali risultati non possono essere considerati certamente significativi e rappresentativi, si ritiene ugualmente di darne conto, seppure in sintesi, anche al fine di verificarne la congruenza o meno con quelli somministrati dagli intervistatori.

Appendice:

QUESTIONARIO ON LINE

Analisi dei questionari on line in sintesi

- Sono pervenuti **18 questionari** compilati, 17 da parte di **residenti** nel Comune di Ravenna ed 1 da parte di un turista proveniente dalla Svezia che non soggiorna a Ravenna. Chi ha risposto è equamente diviso per genere (10 maschi e 8 femmine), la metà ha un'età compresa tra i 36 e i 55 anni, ma quasi il 40% ha più di 56 anni e a grande maggioranza laureato.
 - Le **principali motivazioni** che hanno spinto le persone a partecipare agli eventi della rassegna sono le seguenti: "perché è una opportunità che offre la città"(8) oppure "per caso/per fare un giro in centro" (7) ed infine "per interesse specifico per l'evento" e "per trascorrere una serata diversa"(5).
 - Chi ha risposto è prevalentemente un cittadino "affezionato" alla Rassegna, in quanto nessuno era alla prima partecipazione e quasi tutti frequentano gli eventi della rassegna da molti anni.
 - Per la maggioranza di chi ha risposto, i **canali di informazione** sugli eventi della rassegna estiva sono i siti internet ed i social (Facebook, Twitter, ecc.); solo pochi ne sono venuti a conoscenza da depliants/brouchures o da manifesti e totem.
-

Appendice

QUESTIONARIO ON LINE

Analisi dei questionari on line in sintesi: la soddisfazione

- Rispetto alla **soddisfazione complessiva** della Rassegna Ravenna Bella di sera, due terzi di chi ha risposto on line si è dichiarato “abbastanza/molto” soddisfatto, contro un terzo che invece è stato “poco/per niente” soddisfatto.
- Rispetto riguarda **la soddisfazione rispetto ai singoli fattori**, la maggiore soddisfazione è riferita all’orario di inizio delle iniziative, seguita dalla gratuità degli eventi; la minore soddisfazione riguarda invece la possibilità di sedersi.

Appendice

QUESTIONARIO ON LINE

Analisi dei questionari on line in sintesi: possibili miglioramenti

- La maggioranza di chi ha compilato il questionario on line ha descritto la Rassegna Ravenna Bella di sera con gli **aggettivi** “interessante” e “carina”;
- Oltre poco meno di un terzo di chi ha risposto che ritiene che la Rassegna vada già bene così, per cui sarebbe da ripetere con le stesse caratteristiche anche nel futuro, alcuni hanno fornito i seguenti **suggerimenti per migliorare** la Rassegna:
 - **ampliare le tipologie di eventi** (Garden Circus, più iniziative per i bambini, forum di intrattenimento/infotainment, Djset con Dj chiamati dalle radio, esecuzione di canto corale o lirico con gli allievi del Verdi e con i gruppi presenti in città, piccoli spettacoli teatrali nei cortili e nelle piazze, spettacoli di danza)

Appendice

QUESTIONARIO ON LINE

Analisi dei questionari on line in sintesi: altri possibili miglioramenti

- **estendere la promozione** anche alle altre città attraverso il circuito regionale degli IAT;
- **decentrare la Rassegna** proponendo iniziative anche in altre luoghi zone quali ad esempio Piazza Medaglie d'Oro, Piazza Bernini, i diversi parchi cittadini (es. Baronio, Fagiolo, Teodorico), la Biblioteca;
- **migliorare il livello di qualità** e l'organizzazione degli eventi