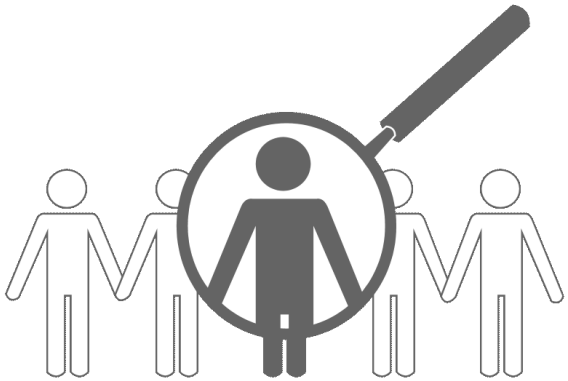
MONITORAGGIO DELLA SODDISFAZIONE DEI CONSUMATORI DELL'OFFERTA COMMERCIALE DEL CENTRO DI UDINE

Udine 22 giugno 2017

a cura di:

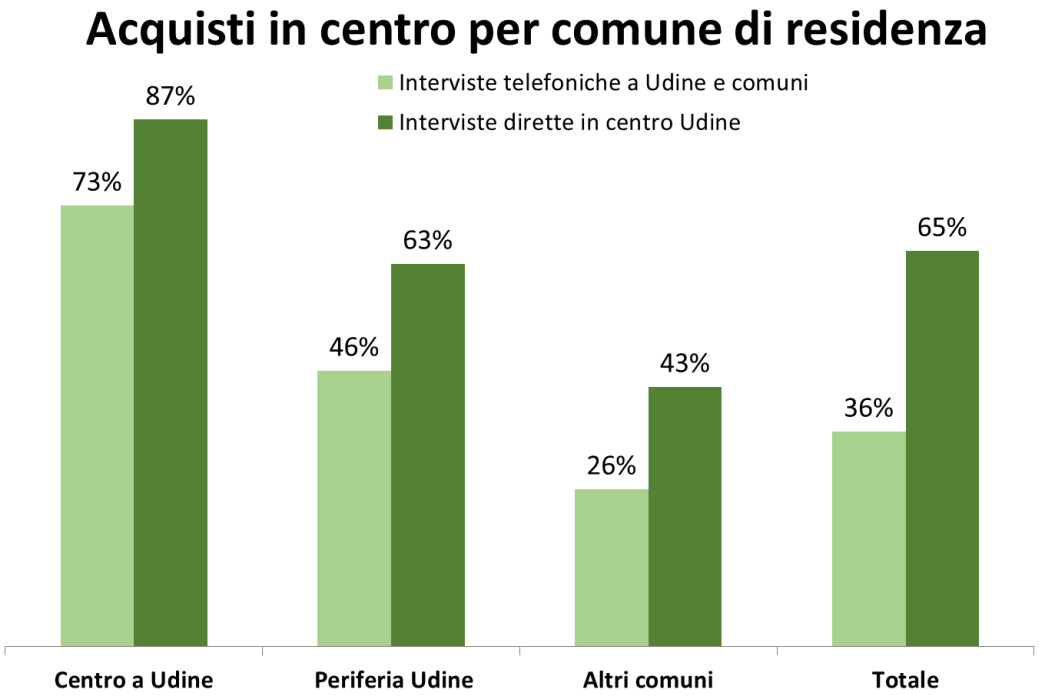
questlab

Metodologia



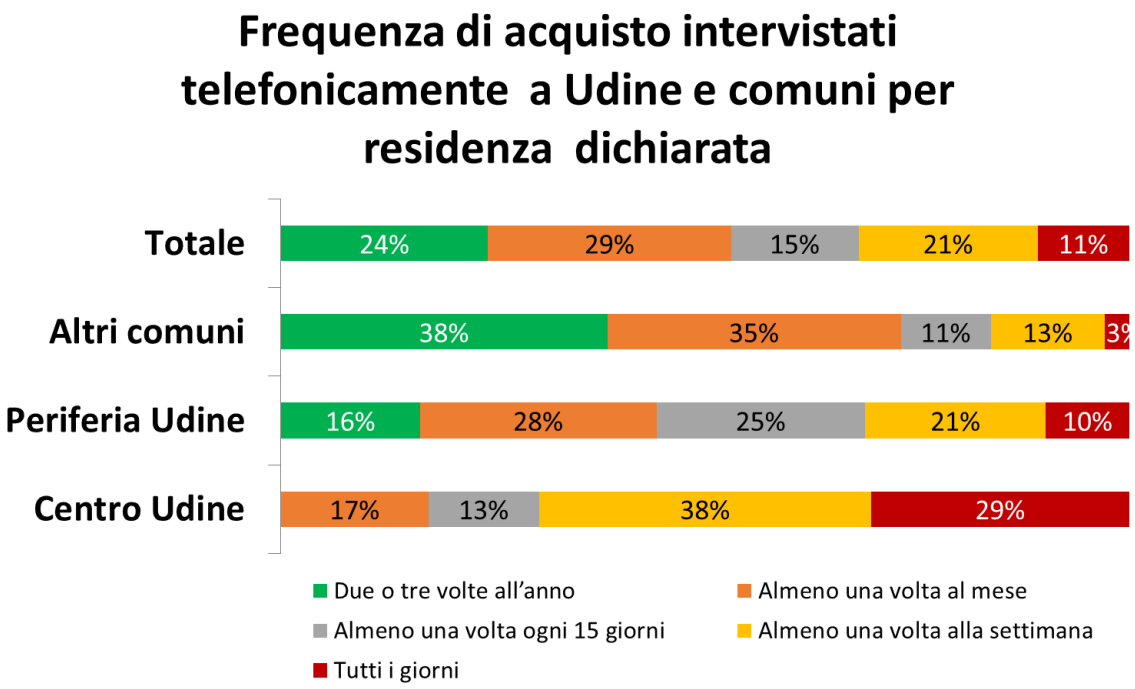
- ✓ CATI: 600 persone residenti a Udine e nei comuni nel raggio di 30 km dal centro di Udine
- ✓ CAPI: 400 persone frequentanti il centro storico di Udine intervistate in diversi punti d'accesso alla città

Stili di consumo



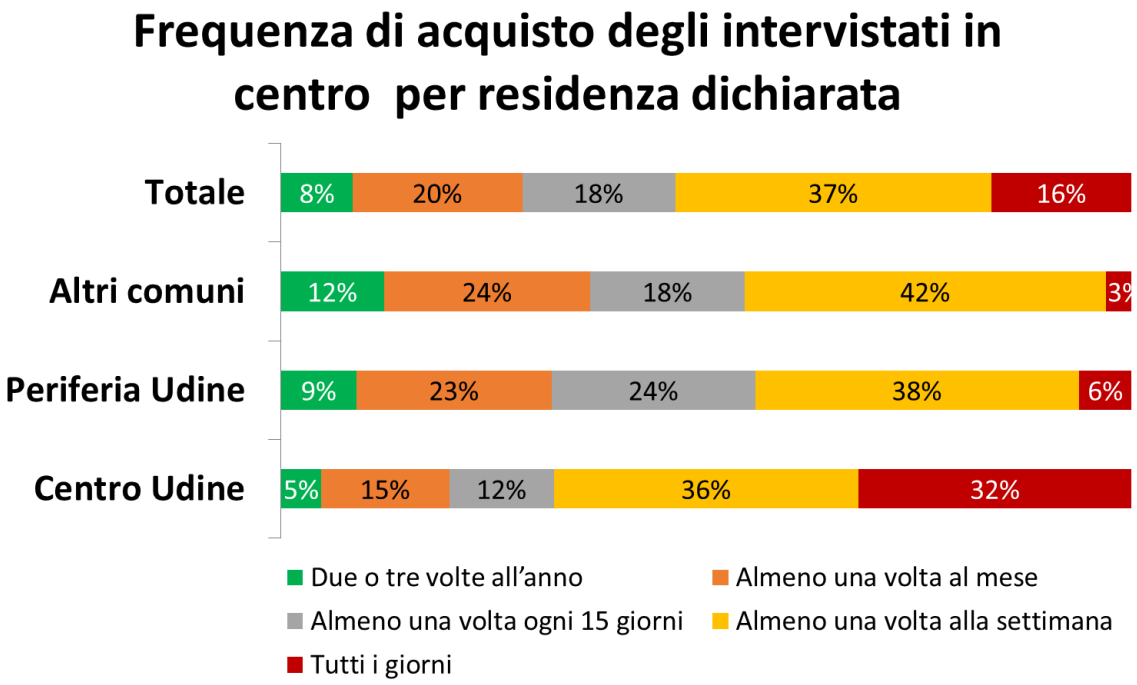
- ✓ il 36% di chi vive nel raggio dei trenta km dal centro, fa acquisti in centro
- ✓ il 65% delle persone intervistate in centro, acquista in centro

Stili di consumo



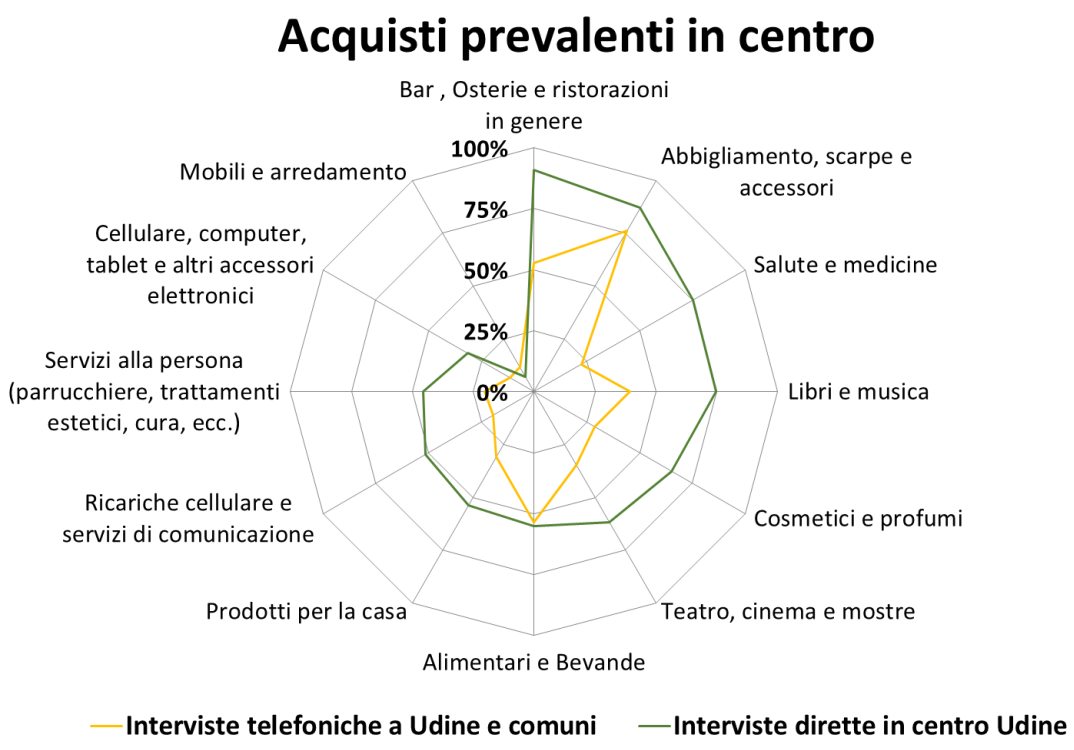
- ✓ il 32% di chi vive nel raggio dei trenta km dal centro, fa acquisti in centro almeno una volta alla settimana
- ✓ il 67% di chi vive in centro Udine, acquista in centro almeno una volta alla settimana

Stili di consumo



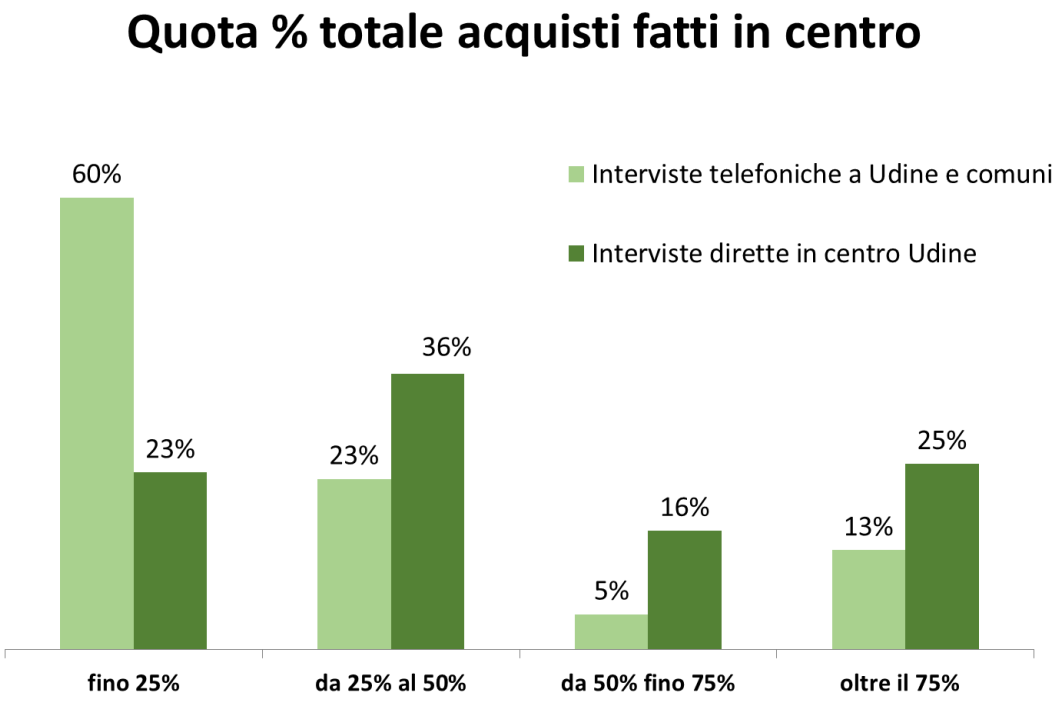
- ✓ il 53% di chi frequenta il centro fa acquisti in centro almeno una volta alla settimana
- ✓ il 68% di chi vive in centro ad Udine acquista in centro almeno una volta alla settimana

Stili di consumo



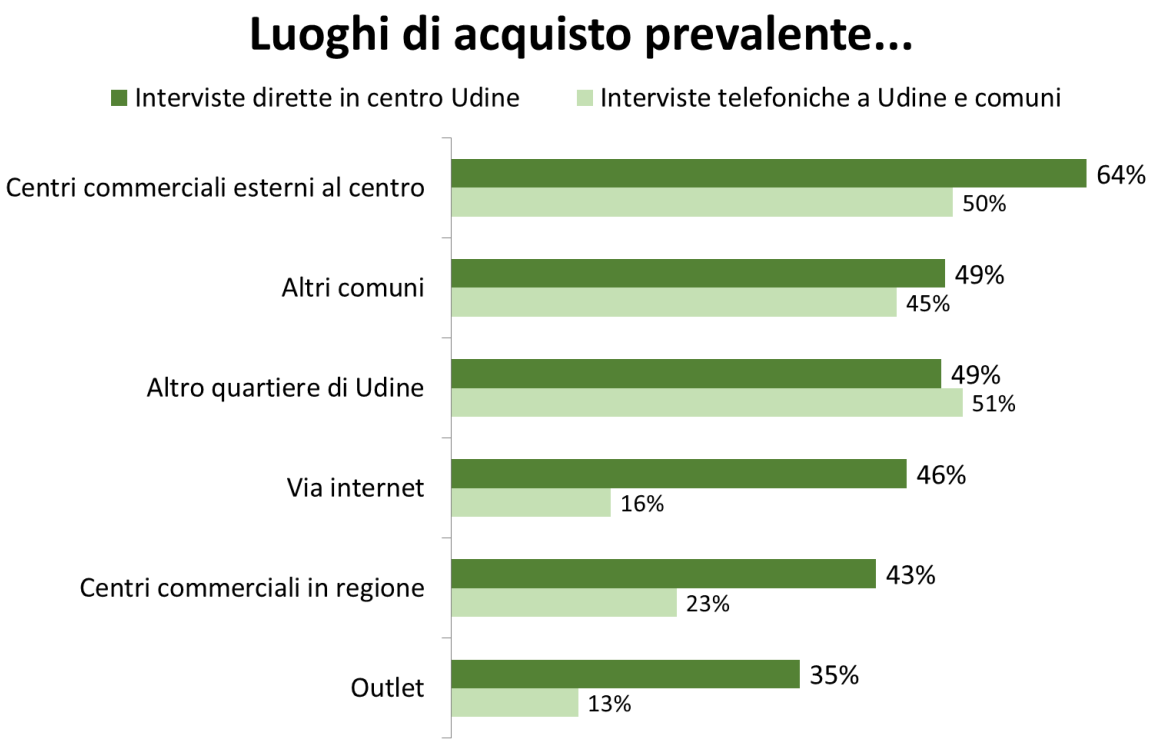
- ✓ Per gli intervistati in centro vengono per acquistare prevalentemente: Ristorazione, Abbigliamento, Scarpe, Salute e medicina, Libri, Cosmetici, Cinema, Teatro, Mostre e Alimentari…
- ✓ Gli intervistati telefonicamente di viene in centro per acquistare prevalentemente: Abbigliamento, Scarpe, Ristorazione e Alimentari…

Stili di consumo



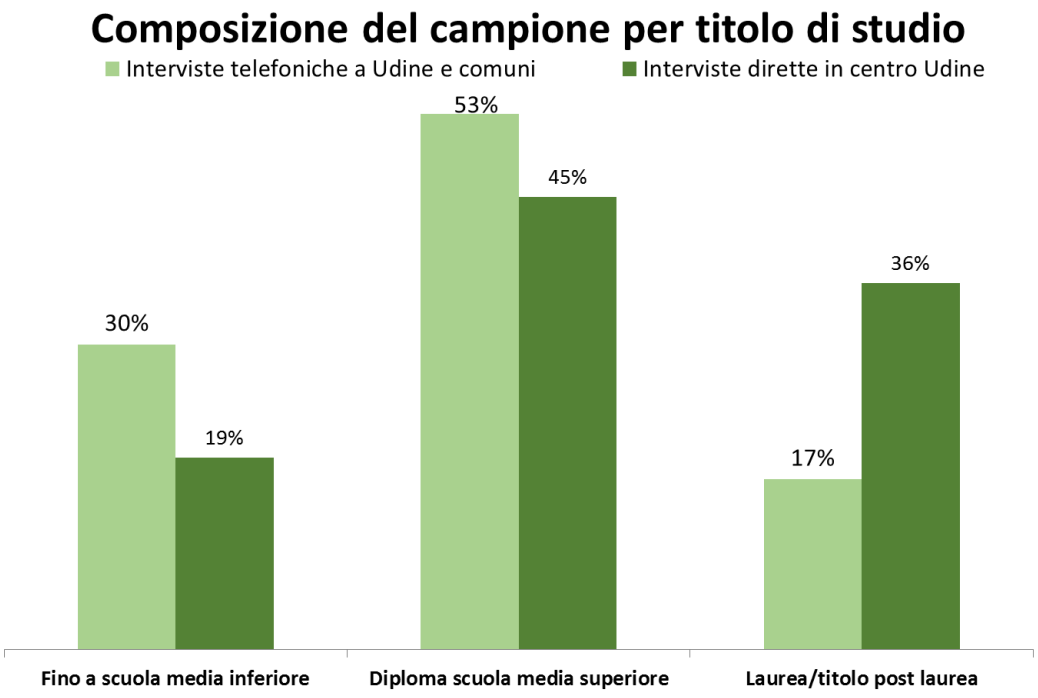
- ✓ il 41% delle persone intervistate in centro spendono oltre il 50% dei propri acquisti in centro
- ✓ il 60% degli intervistati telefonicamente spendono meno del 25% dei propri acquisti in centro

Stili di consumo



La popolazione intervistata in centro che viene in centro ha maggiore propensione ad acquistare anche in altre strutture del commercio e in altri territori

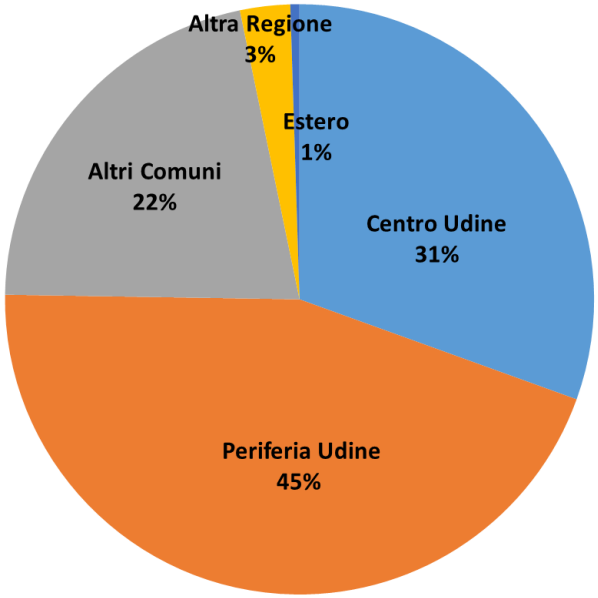
Caratteristiche intervistati



- ✓ il 36% degli intervistati in centro è laureato a fronte del 17% degli intervisti telefonicamente
- ✓ il 9% degli intervistati in centro è libero professionista contro il 5% degli intervistati telefonicamente
- ✓ Percentuali più alte di Imprenditori, Dirigenti e Quadri per gli intervistati in centro

Caratteristiche intervistati

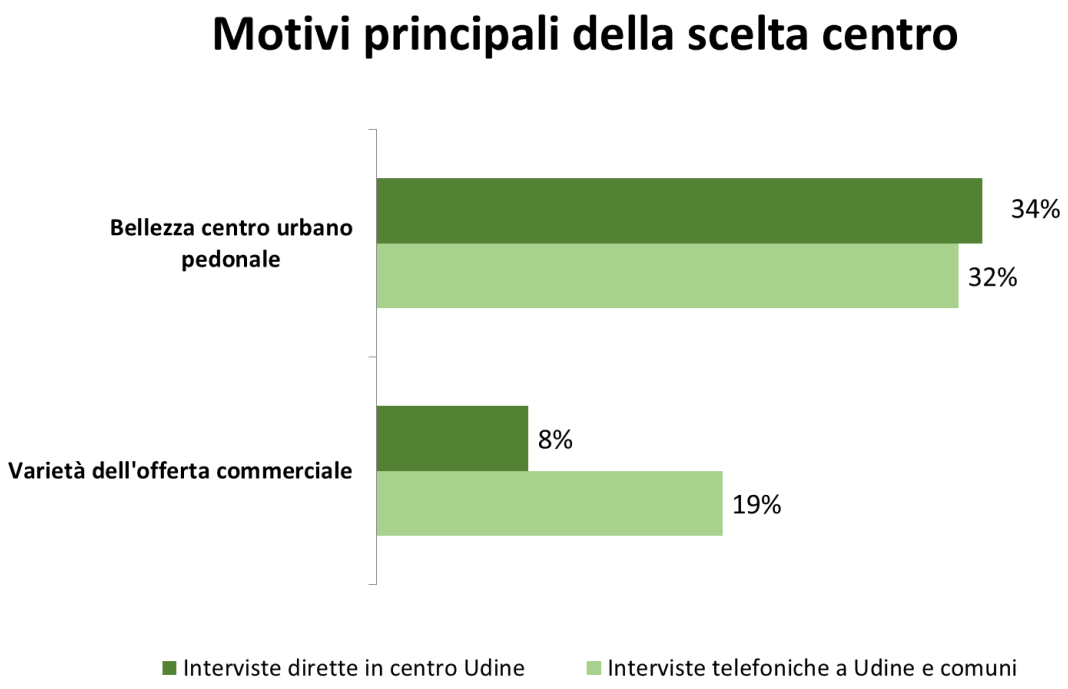
Provenienza delle persone intervistate in centro



Il 76% proviene dal comune di Udine

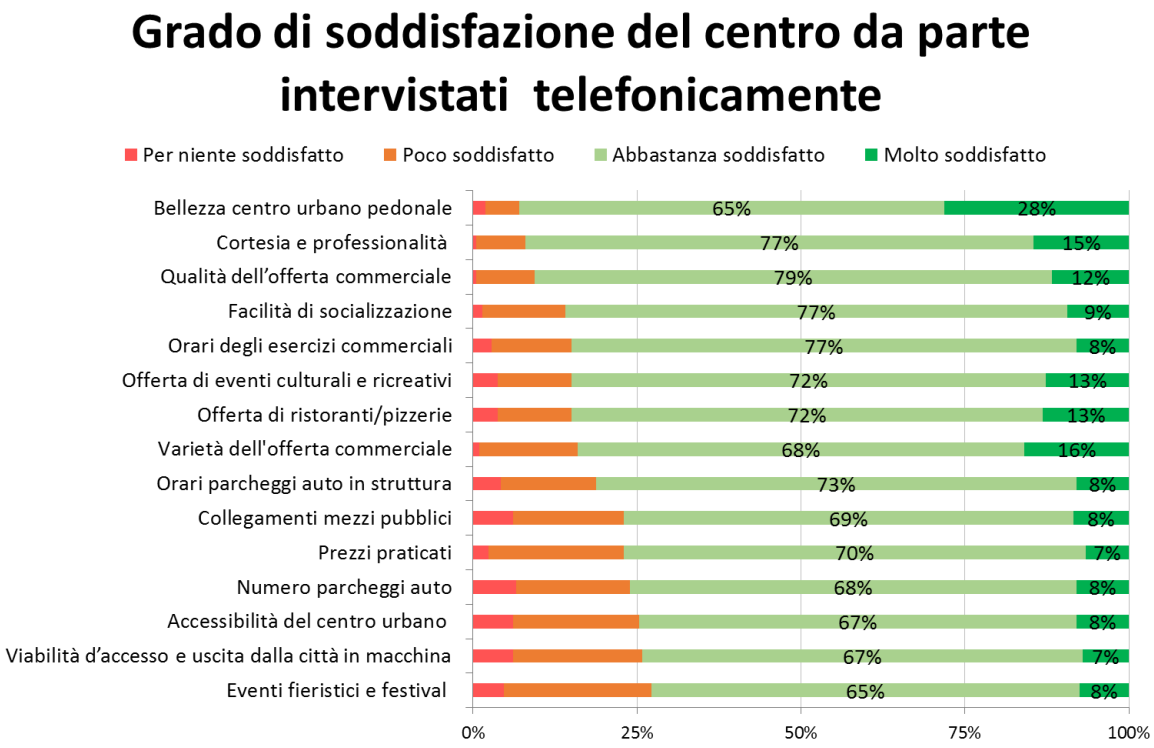
Un quarto dei frequentanti il centro proviene da comuni prevalentemente della regione Friuli Venezia Giulia

Soddisfazione



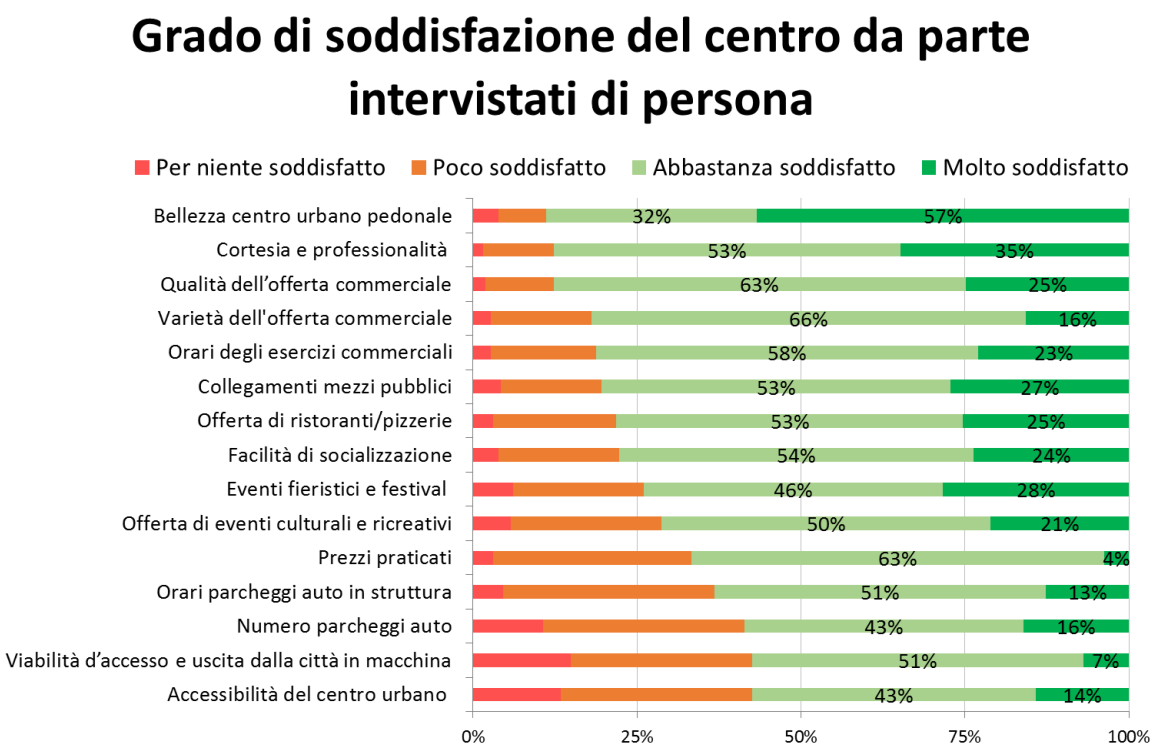
- ✓ Bellezza del centro storico pedonale
- ✓ Varietà dell’offerta commerciale

Soddisfazione



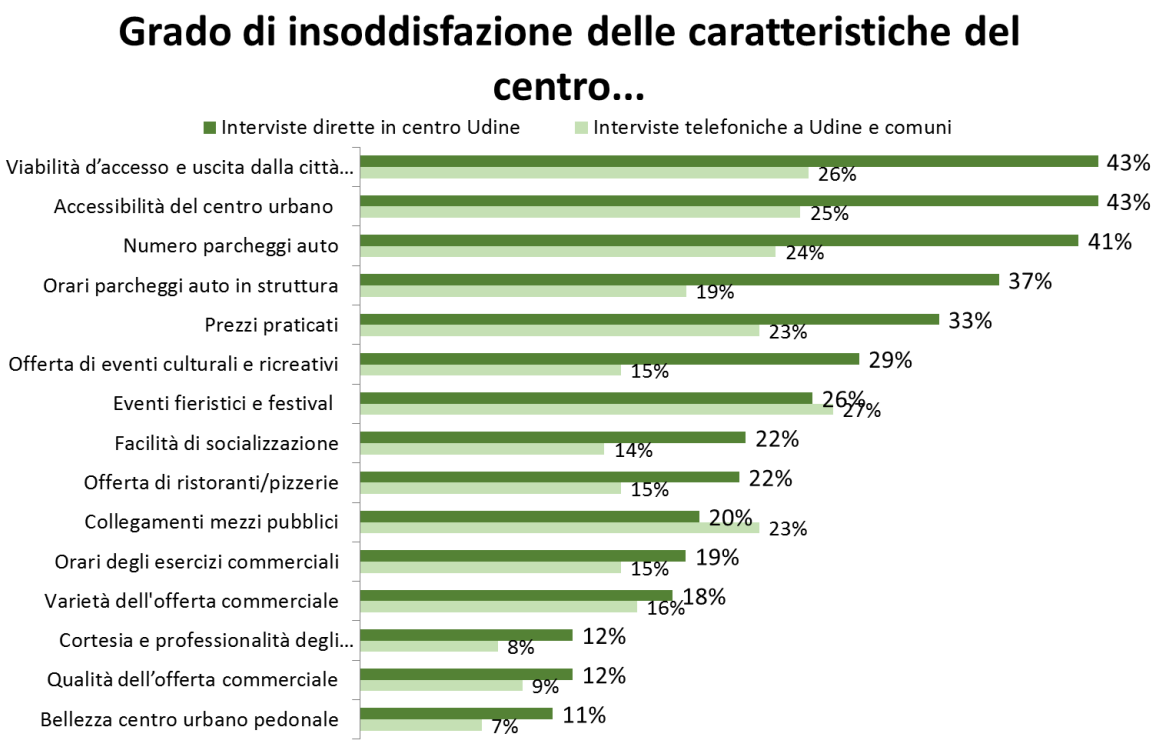
- ✓ Almeno il 73% si dichiara soddisfatto delle principali caratteristiche richieste
- ✓ Si va dal 73% per eventi Fiere e Festival al 93% della bellezza del centro storico pedonale

Soddisfazione



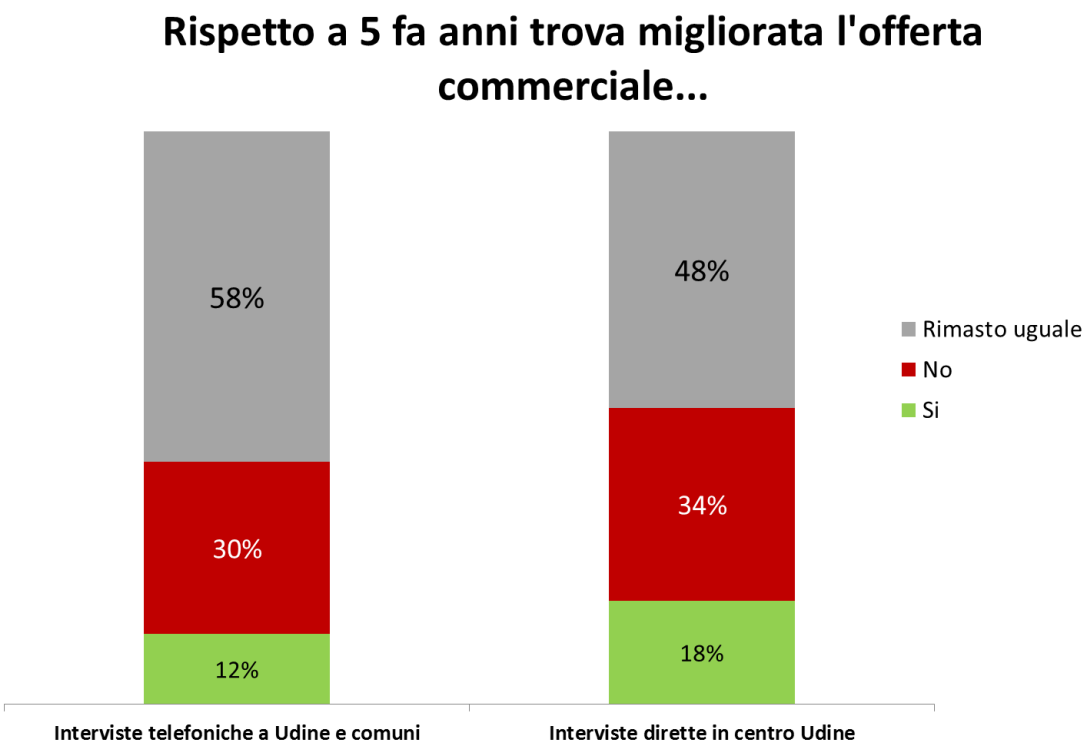
- ✓ Almeno il 58% si dichiara soddisfatto per le caratteristiche richieste
- ✓ Si va dal 58% per Viabilità di accesso e uscita dalla città al 89% della bellezza del centro storico pedonale

Soddisfazione



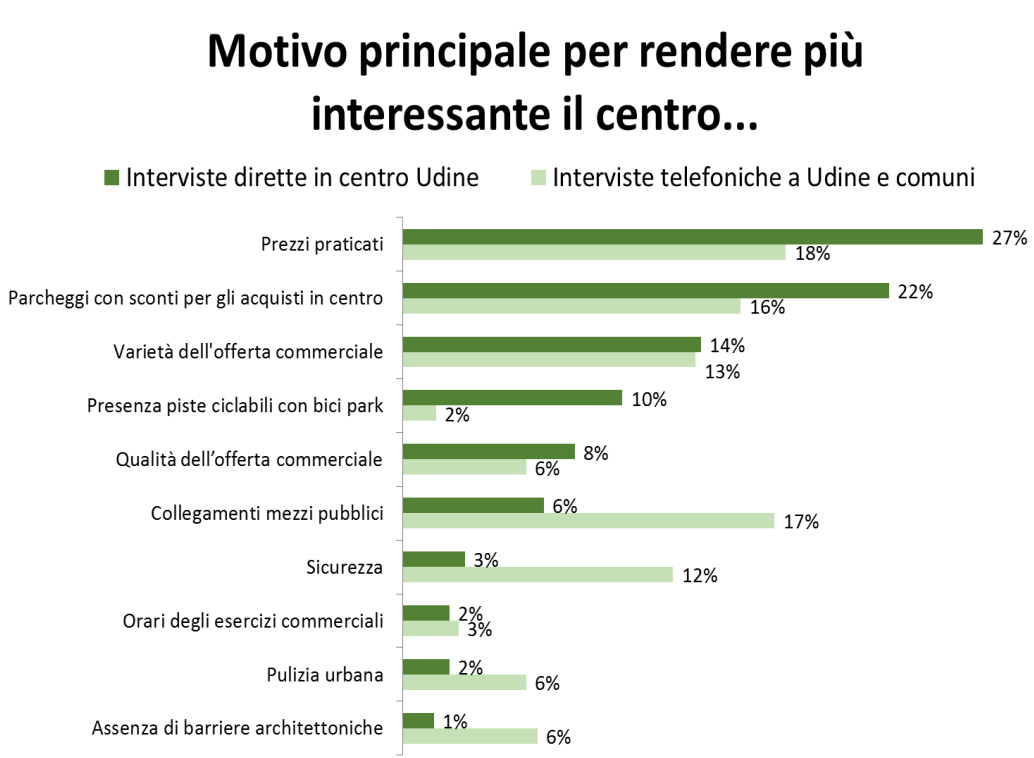
- ✓ Almeno il 37% degli intervistai in centro si dichiara insoddisfatto per:
  - ❖ Orari parcheggi in struttura
  - ❖ Numero parcheggi
  - ❖ Accessibilità al centro
  - ❖ Viabilità d'accesso in uscita e entrata dal centro
- ✓ Il 27% degli intervistati telefonicamente è insoddisfatto per Fiere e Festival

Soddisfazione



- ✓ Il peggioramento percepito è dovuto alla chiusura di negozi
- ✓ Il miglioramento percepito è dovuto all'aumentata l'offerta di esercizi commerciali

Prospettive



- ✓ il 27% intervistati in centro che non viene in centro per gli acquisti, potrebbe venire con prezzi più bassi
- ✓ il 22% intervistati in centro che non viene in centro per gli acquisti, potrebbe venire con parcheggi scontati
- ✓ il 18% degli intervistati telefonicamente che non viene in centro per gli acquisti, potrebbe venire con prezzi più bassi
- ✓ il 17% degli intervistati telefonicamente che non viene in centro per gli acquisti, potrebbe venire con collegamenti migliori

SWOT Analysis

Punti di forza

Bellezza del centro storico pedonale

Qualità dell'offerta commerciale

Punti di debolezza

Prezzi praticati

Trasporti e viabilità

Linee guida

Opportunità

Fiere e Festival

Offerta di eventi ricreativi e culturali

Minacce

Abbandono centro storico

Distribuzione organizzata

.

Domande e risposte

Grazie per l’attenzione

a cura di:

questlab