



II° RAPPORTO SULL'ANTITURISMO

Dicembre 2001

© **trademark italia**

INDICE

Premessa	3
1. Sette anni di cambiamenti	5
2. Aumentano gli antituristi	9
3. L'identikit del riminese sette anni dopo: sei gruppi per una stessa realtà	17
Metodologia	27
Appendice statistica	28

Lo studio è stato realizzato da Trademark Italia

TEAM DI RICERCA

RESPONSABILE DEL PROGETTO:	Aureliano Bonini
COORDINATORE DI RICERCA:	Alberto Paterniani
TEAM DI RICERCA:	Giuseppe Demaria Francesco Ricciardelli
EDITING:	Corinne Felici

PREMESSA

La Qualità di una località turistica, è un fatto noto, non è data solo da buoni alberghi, ristoranti, discoteche, parchi, spiagge e servizi per turisti, ma si misura anche in base all'accoglienza, agli atteggiamenti, alla cordialità che i residenti offrono ai loro ospiti. Rimini, considerata da molti vera e propria capitale del turismo europeo, come considera questi valori di cultura turistica e dell'ospitalità? E' ancora interessata all'ospitalità com'era in passato? Del resto la prosperità frequentemente spegne la vocazione a servire persone che appaiono meno abbienti, forse più povere di chi ha il compito di servire. E' la natura stessa del fenomeno turistico ad entrare in una fase critica.

A sette anni di distanza dal *Primo rapporto sull'antiturismo a Rimini*, nasce quindi l'esigenza di mettere a fuoco nuovamente quale sia l'atteggiamento dei riminesi nei confronti dei loro ospiti. Infatti, serve a tutti capire come la struttura delle percezioni si sia modificata in questi anni e quali cambiamenti abbia prodotto sulla mentalità, sulla cultura e sul costume degli abitanti. Questo studio è un passo fondamentale se si vuole pensare a programmi di sviluppo, per continuare a considerare Rimini la città turistica numero uno nel panorama nazionale.

Questo studio, come il precedente, cerca di spostare l'attenzione da chi è ospitato (i turisti) a chi ospita (i riminesi).

Questi gli interrogativi principali che i ricercatori si sono posti:

- Cosa pensano i riminesi della prima città turistica d'Italia?
- Cosa pensa dei turisti chi vive di turismo?
- I riminesi amano, odiano o sopportano i turisti?
- Convivono bene con loro o, in fondo, li detestano perché peggiorano la qualità della loro vita e della loro città?

Già sette anni fa, 31 riminesi su 100 si esprimevano per una diminuzione dei turisti. Addirittura 20 di questi si sentivano “assedati” e 6 erano addirittura “intolleranti” verso il fenomeno turistico. Ma questo “spirito antiturista”, che generalmente nasce quando i residenti, divenuti più ricchi dei loro ospiti cominciano a diventare insofferenti verso i turisti, è aumentato o diminuito a sette anni di distanza?

Rispondiamo adesso, dopo una elaborazione durata a lungo. Non è facile farlo proprio quando persino il sindaco cerca l'intelligence turistica da Rimini.

Aureliano Bonini

1. SETTE ANNI DI CAMBIAMENTI

Per comprendere meglio l'atteggiamento dei riminesi nei confronti del turismo è necessario partire dalla fotografia scattata nel 1994 (attraverso 1.200 interviste), analizzando brevemente quali sono stati i cambiamenti sociali, demografici e turistici che hanno riguardato Rimini in questi sette anni.

In estrema sintesi, nel 1994 su 100 riminesi rispondenti:

- 13 erano per una riduzione del numero di turisti, 59 per un aumento, 28 per la stabilità;
- 18 erano decisamente favorevoli allo sviluppo turistico (i "Pan-turistici"), 11 nettamente contrari (gli "Intolleranti" e gli "Iperelitari"), 71 sostanzialmente indifferenti (i "Nostalgici", gli "Assediati" e gli "Indifferenti");
- 55 ritenevano che la cosa più apprezzabile dei turisti fosse il fatto che "portano soldi";
- 31 ritenevano che la cosa meno apprezzabile dei turisti fosse il fatto che "portano confusione";
- 84 erano d'accordo con l'affermazione "I turisti hanno reso Rimini una città internazionale" e 70 con l'affermazione "Grazie ai turisti questa città ha una mentalità più aperta";
- 29 ritenevano necessario riqualificare le strutture ricettive esistenti;
- 27 preferivano i turisti stranieri ai turisti italiani;
- 40 ottenevano redditi diversi dal turismo;
- 49 facevano 1 solo periodo di vacanza all'anno, 27 nessuno e solo 3 oltre 3 periodi.

Il quadro che emergeva dall'analisi era quello di una città senza una spiccata sensibilità turistica, (mentre un'area di questo genere dovrebbe averne) ma anche di una città senza un forte sentimento antituristico.

Emergeva una società riminese a più facce ricca di simpatie e antipatie, che non proponeva una sola immagine di sé, ma città in cui convivevano atteggiamenti diversi di fronte al complesso sistema dell'ospitalità.

Ma da allora diverse cose sono cambiate. La popolazione del comune di Rimini ha superato le 131.000 unità e nel 2000 il saldo naturale (= decessi – nascite) è tornato ad essere positivo dopo un lungo periodo di valori negativi.

I residenti sono ulteriormente invecchiati se si considera che la percentuale degli over 65 è passata dal 16,2% del 1991 al 19,1% di quest'anno; la speranza di vita è salita agli 82,5 anni per le donne e ai 75,5 per gli uomini. L'età media della popolazione residente a fine 2000 ha raggiunto i 42,9 anni. In dieci anni, le famiglie composte da 3 componenti (genitori e figlio) sono aumentate del 63%. Quelle più numerose sono crollate.

Altri mutamenti, a livello locale come pure nazionale ed internazionale, hanno coinvolto aspetti sociali che sono più direttamente correlati all'immagine di Rimini. Dal lato dell'offerta:

- un forte sviluppo del turismo fieristico, congressuale e d'affari, che ha portato la città ad essere "turistica" tutto l'anno;
- la nascita e la morte di *Rimini Turismo*, azienda speciale del comune che si doveva occupare della promozione di Rimini;
- la legge 7 detta anche Legge Errani che in pratica "annulla" le destinazioni e punta a promuovere "la costa" nella sua globalità;
- l'avvicendamento alla guida dell'amministrazione pubblica di 2 sindaci del centro sinistra;
- il nuovo quartiere fieristico, un'opera che genera orgoglio e aggiunge potenza all'offerta di ospitalità riminese;
- la penetrazione dell'Amministrazione Provinciale nel turismo parlato, una provincia che cerca di essere presente anche nel turismo;

- l'università a Rimini che riesce a dare soluzione alle ansie di migliaia di piccoli proprietari di appartamenti che ora ottengono mediamente 10 milioni all'anno in più da ciascuna unità immobiliare e quindi fanno volentieri shopping immobiliare e allargano così la quantità di appartamenti "liberati" d'estate dagli studenti per affittarli ai turisti;
- un aumento esponenziale dei valori immobiliari con gli alberghi che passano di mano al valore di 150 milioni a camera (contro i 70 del 1994) e le concessioni della spiaggia che viaggiano oltre il miliardo nelle zone ad alta intensità alberghiera.

Dal lato della domanda turistica:

- è ulteriormente aumentato il carico antropico della città. Le presenze turistiche sono aumentate del 28,3% (gli italiani del 27,8% e gli stranieri del 30,2%);
- viene superata, nel 1998, la barriera dei 7 milioni di presenze;
- è diminuita la permanenza media dei turisti. Dopo essere salita nel 1996 a 6,0 giorni è discesa fino a 5,4;
- il comparto ricettivo si ridimensiona in termini di numero di alberghi ma aumenta in termini di numero di camere. Diverse strutture di fascia bassa scompaiono e molte di quelle di fascia alta si riqualificano;
- i principali mercati esteri restano quello tedesco e quello svizzero e si assiste ad un calo dei flussi dai paesi dell'est in particolare da quelli dell'ex Urss;
- un crescendo di prosperità per gli operatori turistici.

Queste variazioni sono indipendenti tra loro ma hanno un effetto diretto sugli atteggiamenti dei riminesi, i quali, nel giro di sette anni, hanno meno problemi economici, ma anche meno sensibilità e meno interesse per gli aspetti turistici. Molti di loro hanno risolto con gli studenti il problema degli appartamenti sfitti durante l'inverno, così si sono formate

mentalità “indipendenti”, e apparenti sganciamenti dall'economia turistica.

E' un fatto di cultura.

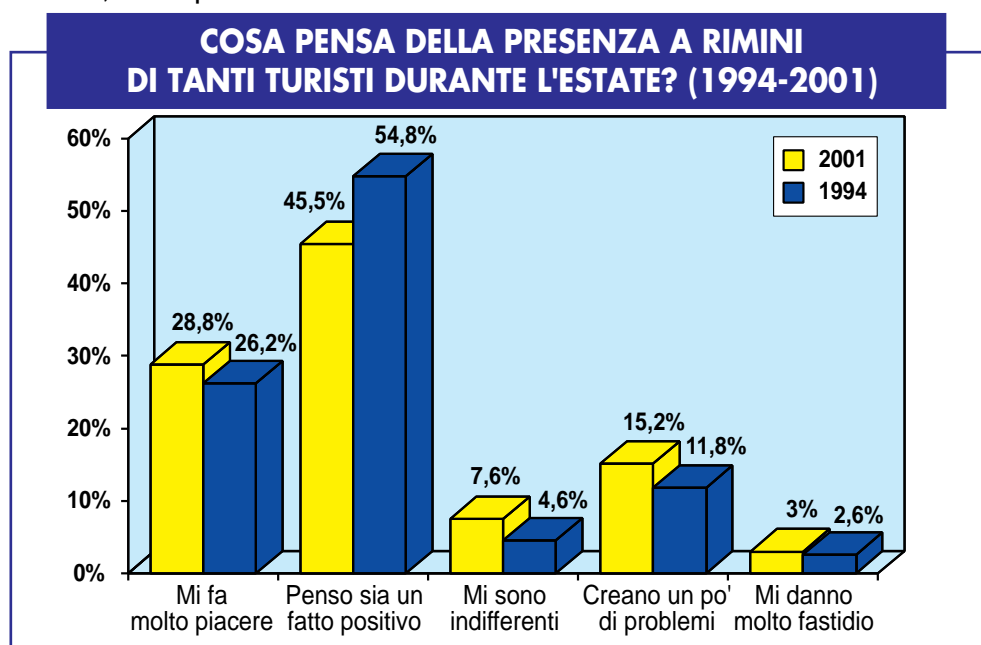
Chi pensa che 4600 iscritti alla Laurea in Economia del Turismo non dipendono dal fatto che Rimini è il luogo dove si forma il pensiero turistico, dove si trovano gli alberghi più innovativi, dove si sperimenta l'ospitalità innovativa, sbaglia. Lo si può vedere dalle tavole che seguono, specchio evidente delle risposte ottenute.

2. AUMENTANO GLI ANTITURISTI

Se nel 1994 il sentimento antiturista aumentava soprattutto tra chi non traeva direttamente redditi dal turismo e nelle aree a minor concentrazione turistica, oggi sono molti di più i riminesi che manifestano il loro disagio. Non si tratta di misantropia né tantomeno di fobia nei riguardi della “persona-turista” ma di insofferenza verso gli effetti provocati da chi, ogni estate, allegramente invade Rimini. Se da un lato i positivi effetti economici di tale invasione sono in fondo apprezzati, dall’altro si lamenta la scarsa lungimiranza degli operatori e la mancanza di visione strategica da parte dell’amministrazione pubblica. Oggi poi, ribadisce un 42% degli intervistati, senza sapere esattamente cosa significa, non c’è un assessore comunale al turismo. Ma veniamo al dettaglio dei risultati.

Alla domanda di carattere generale *Cosa pensa della presenza a Rimini di tanti turisti durante l'estate?*

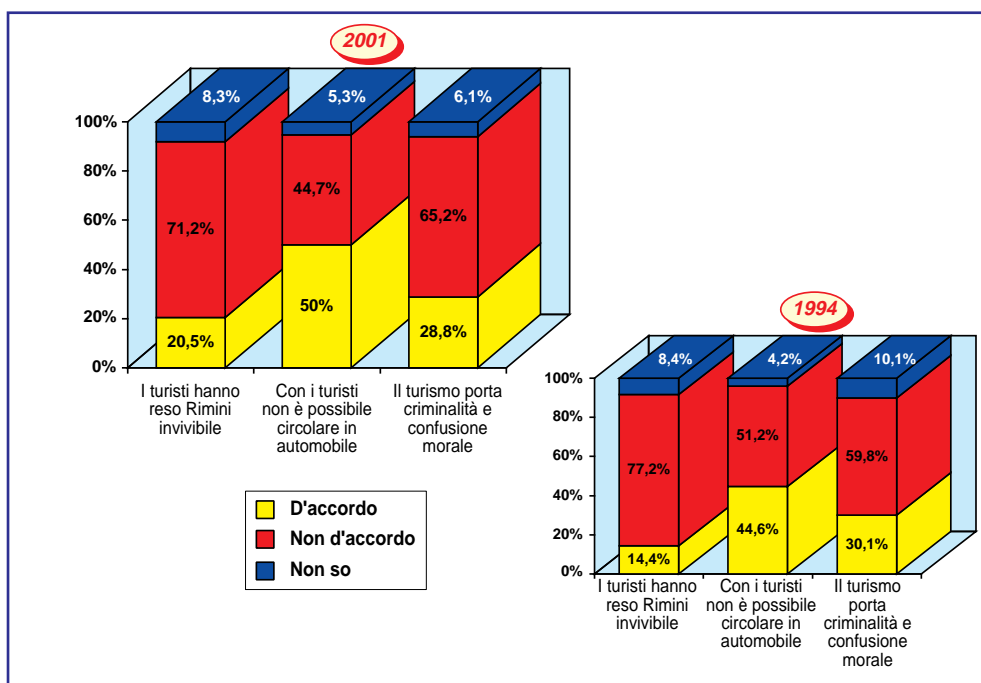
- ✓ il 28,8% ha affermato *mi fa molto piacere*;
- ✓ il 45,5% ha risposto *è un fatto positivo*;
- ✓ il 7,6% esprime *indifferenza*;
- ✓ il 15,2% ammette che *i turisti creano un po' di problemi*;
- ✓ il 3,0% risponde *mi danno molto fastidio*.



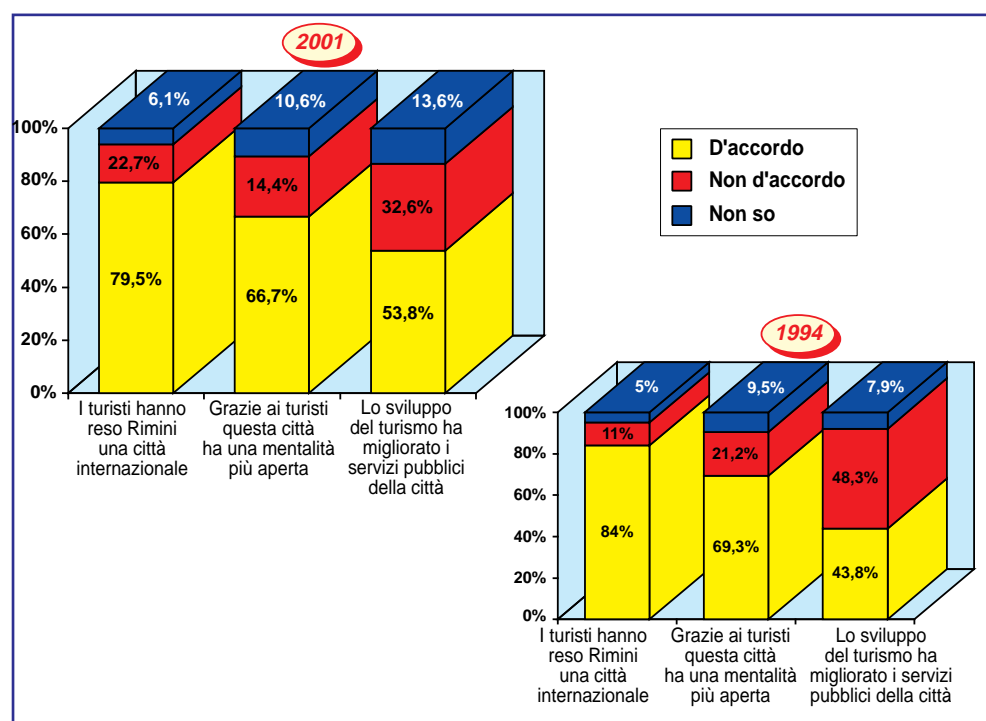
E' sorprendente notare che l'area dell'”approccio positivo ai turisti”, che sette anni fa rappresentava l'81,0%, è scesa al 74,2%. Quella dell'”approccio negativo” è passata dal 14,4% al 18,2%. E' già un primo segnale di insofferenza.

L'insoddisfazione dei riminesi, come si diceva, si manifesta soprattutto in relazione alle problematiche della vita quotidiana. E' quanto emerge dalla seconda domanda che i ricercatori hanno posto al campione. Se da un lato i riminesi (88,6%) ammettono indiscutibilmente che i turisti hanno contribuito alla loro prosperità e al loro benessere, dall'altro aumentano quelli che ritengono che dovrebbero essere di meno (28%). Ma il dato meno positivo è che per 1 riminese su 5, in estate, la città diventa invivibile e addirittura per 1 su 2 è sempre più difficoltoso circolare in automobile, perché significa che guardano al turismo come responsabile del traffico, della circolazione, delle difficoltà logistiche. In verità accade che ogni week end, anche senza turisti, il sovraccarico di auto e scooter sia una costante.

- ✓ *I turisti sono benvenuti, perché portano soldi, benessere e prosperità* ▶ 88,6%
- ✓ *I turisti sono importanti per la città ma dovrebbero essere meno* ▶ 28,0%

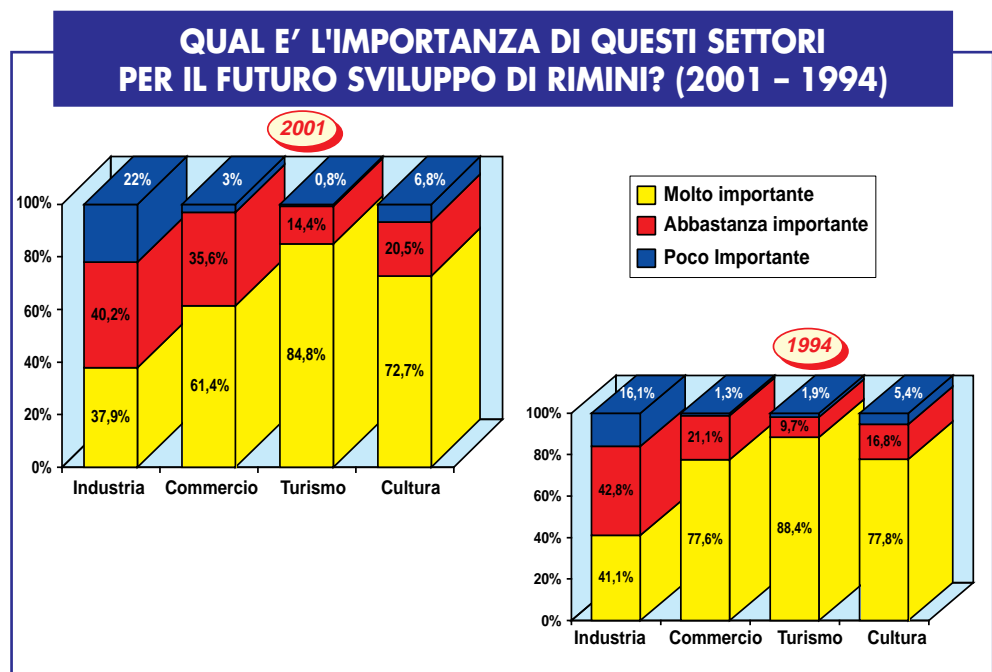


Quelli che pensano che, grazie al turismo, Rimini sia diventata una città internazionale scendono dall'84% del 1994 al 79,7% del 2001. Probabilmente si ritiene che il grande impulso che lo sviluppo dell'attività fieristico-congressuale, con il suo fitto calendario di eventi e manifestazioni internazionali intendeva dare all'immagine della città, non abbia ancora sortito effetti positivi. In virtù di ciò diminuiscono anche quelli che pensano che la città abbia acquisito una mentalità più aperta (-3%). Nonostante questa visione, secondo il 53,8% del campione, le misure adottate avrebbero comunque portato ad un miglioramento dei servizi pubblici della città (+10% dal 1994).



Riguardo ai settori più importanti per lo sviluppo futuro di Rimini, il *turismo* si colloca ancora al primo posto (per l'84,8% è "molto importante"), seguito dalla *cultura*. 73 riminesi su 100, pur riconoscendo che l'offerta principale di Rimini non è la cultura, ammettono che l'amministrazione fa ancora troppo poco per valorizzare i numerosi beni

artistici della città per destagionalizzare. A sette anni di distanza, *industria* e *commercio* perdono terreno e l'industria (intesa in senso tradizionale come "fabbrica") viene ritenuta "poco importante" per il futuro di Rimini dal 22,0% del campione.

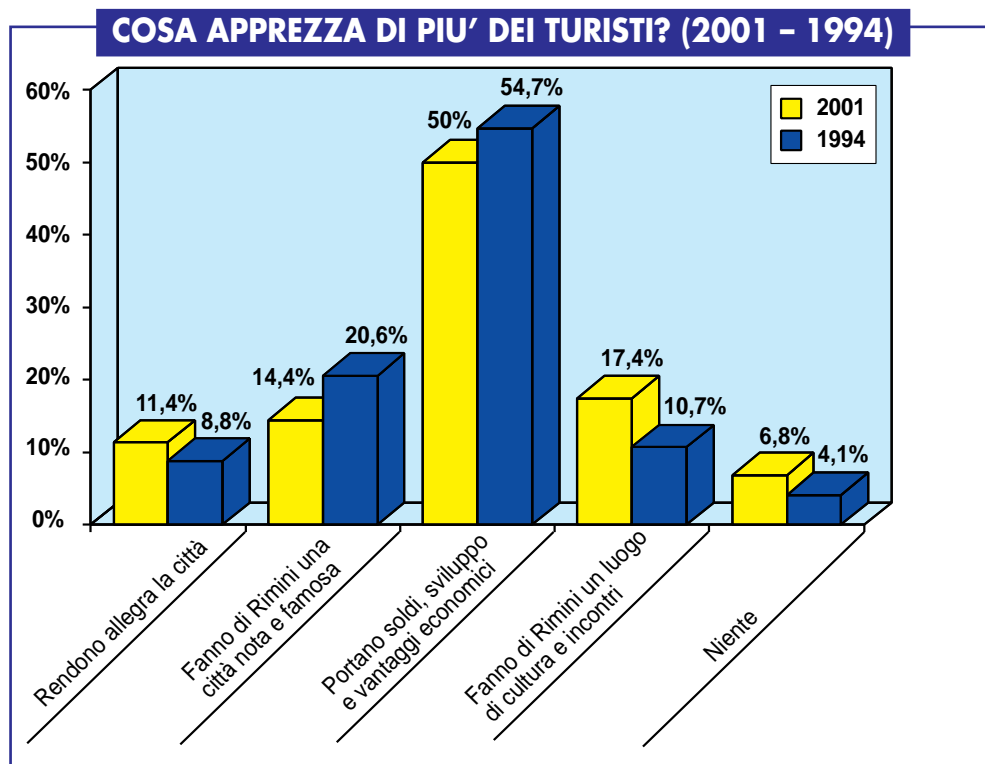


Ma sono le domande 4 e 5 che puntano direttamente al cuore della ricerca.

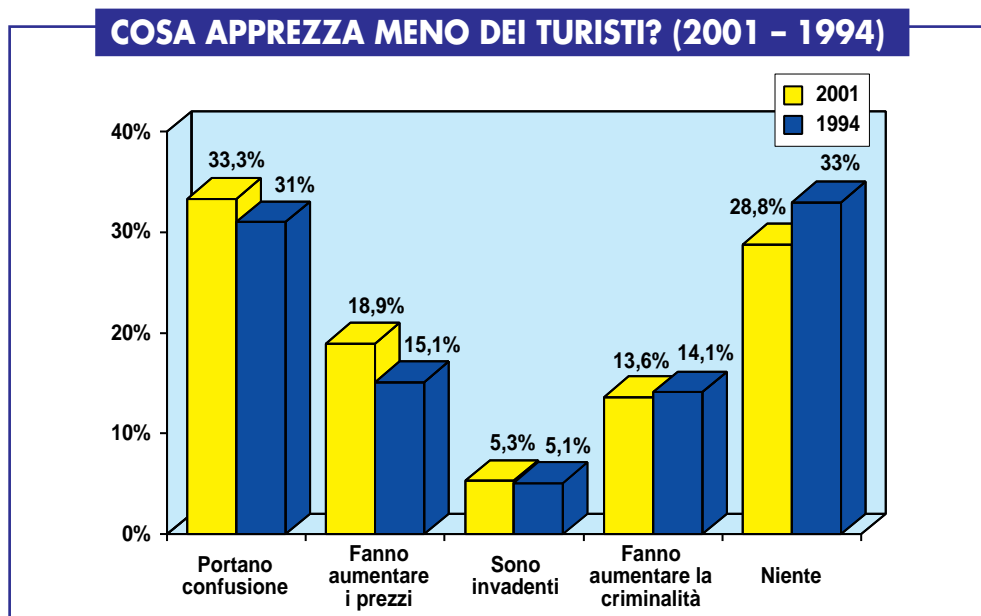
I dati mostrano efficacemente quel sentimento di disagio che è cresciuto dal 1994 ad oggi. *Cosa apprezza di più dei turisti?*

Ieri 55 riminesi su 100 apprezzavano i vantaggi economici dell'ospitare mentre oggi sono scesi a 49, non è molto, ma qualcosa significa.

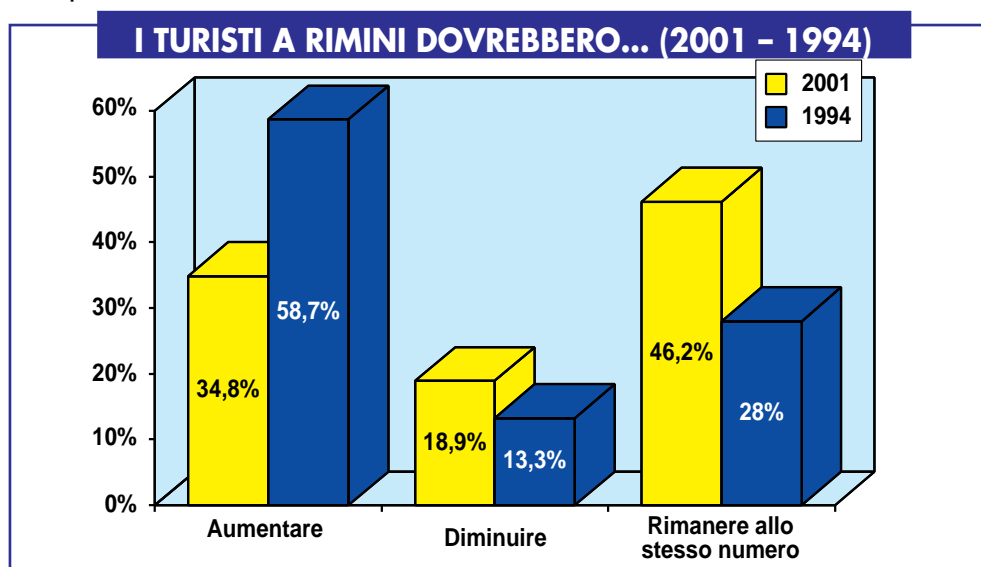
Aumenta anche la visione del turismo come "incontro di culture diverse". Cresce la frangia di riminesi che non apprezza nulla dei turisti (dal 4% al 7%) ma appare evidente che sono "invidiosi" nei confronti di coloro che guadagnano dal turismo, in particolare albergatori e bagnini. Lo scontro corporativo è ovvio ed è di poco conto.



Cosa apprezza di meno dei turisti? Diminuiscono i riminesi per i quali tutti i turisti andavano bene (dal 33% al 29%) ed aumentano quelli per cui i turisti portano solo confusione (33,3%) e fanno aumentare i prezzi (18,9%). Non è grave, ma è un altro segnale.



In definitiva la percezione di una Rimini prossima alla saturazione del carico turistico spinge gli intervistati a sostenere fortemente che i turisti debbano diminuire (18,9%) e comunque non aumentare (46,2%). Il dato è sorprendente: 65 riminesi su 100, contro i 41 del 1994, non vogliono che i turisti aumentino. Non è “maturità”, non è neppure pensiero positivo. All’interno di questi gruppi di riminesi si nasconde una profonda componente antiturista.



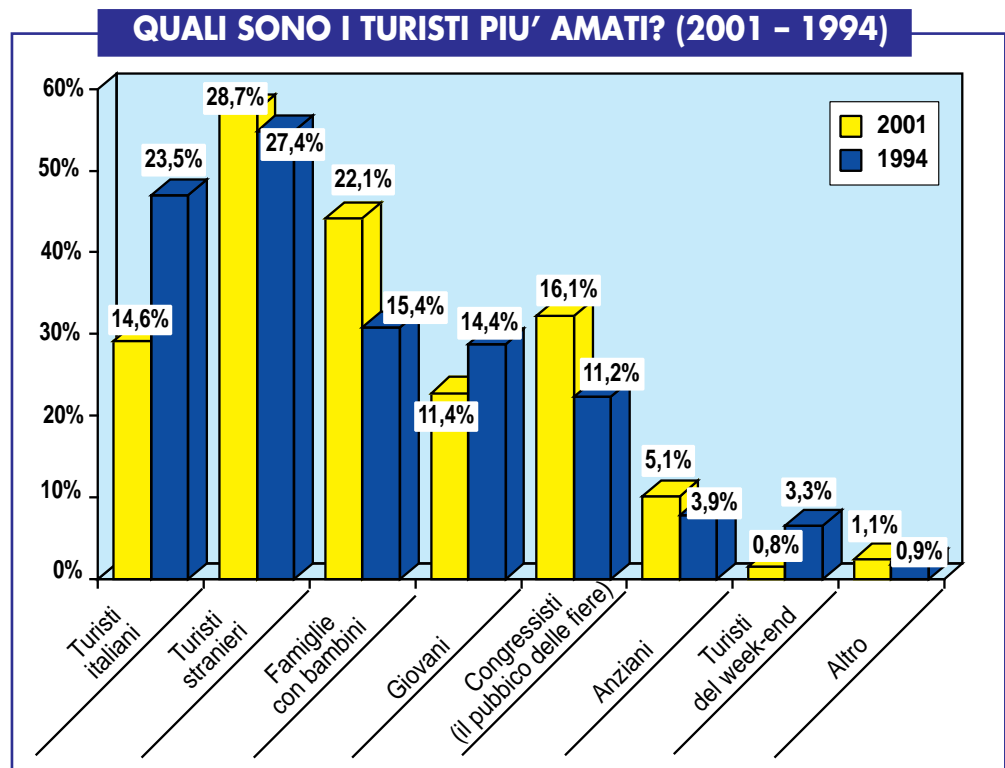
Oltre a raccogliere le lamentele dei residenti, i ricercatori hanno tentato di stimolare nel campione idee e proposte per favorire e migliorare lo sviluppo del turismo a Rimini. Poiché la città ha ormai raggiunto la sua massima capacità di carico, si dovrebbe tendere a:

- migliorare viabilità e infrastrutture (53,0%). Per il campione intervistato è fondamentale che la città adegui le sue infrastrutture (strade, rotonde, etc.) e provveda alla realizzazione di nuovi parcheggi e al miglioramento generale della viabilità. Occorre anche migliorare la gestione dei servizi pubblici e riqualificare l’arredo del centro storico;
- migliorare le strutture turistiche (25,0%). Molti concordano sull’idea che tanto sia già stato fatto sulle strutture esistenti, ma altri suggeriscono di eliminare le strutture inadeguate. Di nuovo compare

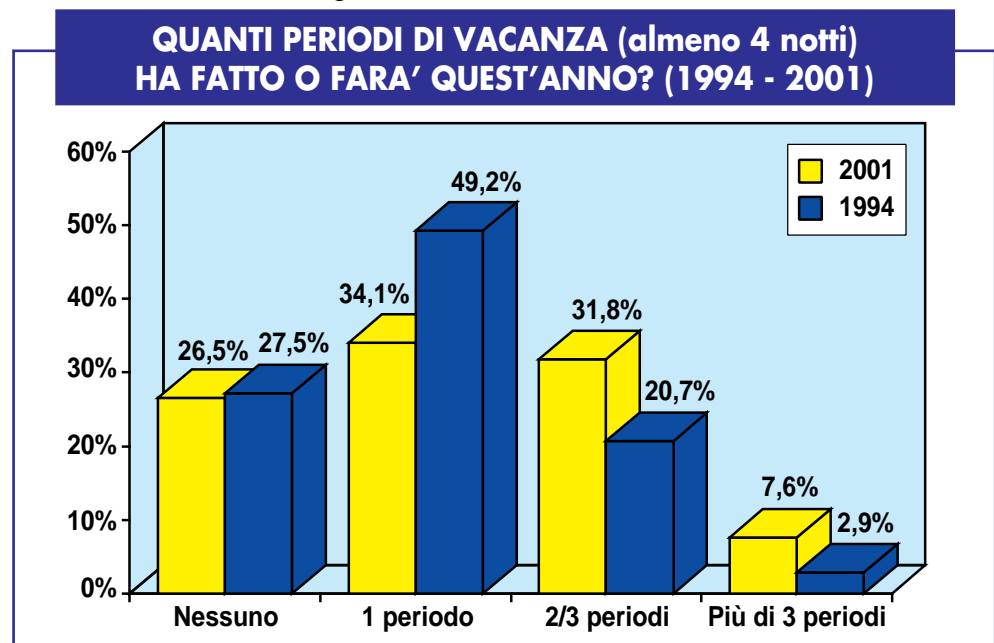
una certa ostilità nei confronti degli albergatori, accusati di offrire ospitalità scadente per l'avidità e la scarsa competenza;

- pianificare politiche turistiche improntate alla selezione dei turisti e all'innalzamento del livello qualitativo (17,4%). Si dovrebbe porre un freno alla ricettività abusiva che spesso, di basso livello, contribuisce all'aumento del degrado e della microcriminalità. Così la pensano gruppi compatti di riminesi;
- migliorare il livello di professionalità dei vigili, dei bagnini e degli operatori dell'industria ricettiva (10,2%). Ancora riappare l'attacco agli albergatori di Rimini che non sarebbero all'altezza di ospitare segmenti di clientela d'élite.

Quali sono i turisti più amati? Secondo il campione intervistato al primo posto ci sarebbero i turisti stranieri (28,7%) particolarmente apprezzati per la valuta che portano con sé. Al secondo posto è da segnalare l'ascesa del target "famiglie con bambini" (22,1%) che risponderebbe all'esigenza di maggior tranquillità dei residenti. Poi i congressisti (16,1%) per l'elevato impatto economico delle loro spese e solo in quarta posizione i turisti italiani (14,6%) in maniera generica.



L'ultimo aspetto rilevante riguarda le abitudini di vacanza, questa volta dei nostri concittadini. Dal 1994 ad oggi sono aumentati i riminesi che fanno vacanze e lo fanno proprio nei mesi più carichi di turisti. Il 38% dei riminesi fa vacanze in agosto.



Per il resto il trend nazionale degli ultimi anni è confermato: aumenta il numero di periodi di vacanza e diminuisce la durata media. Su 100 riminesi, quelli che fanno una sola vacanza scendono da 49 a 34 e quelli che ne fanno due o più passano da 24 a 39. Un'escalation della qualità della vita!

3. L'IDENTIKIT DEL RIMINESE SETTE ANNI DOPO: SEI GRUPPI PER UNA STESSA REALTÀ

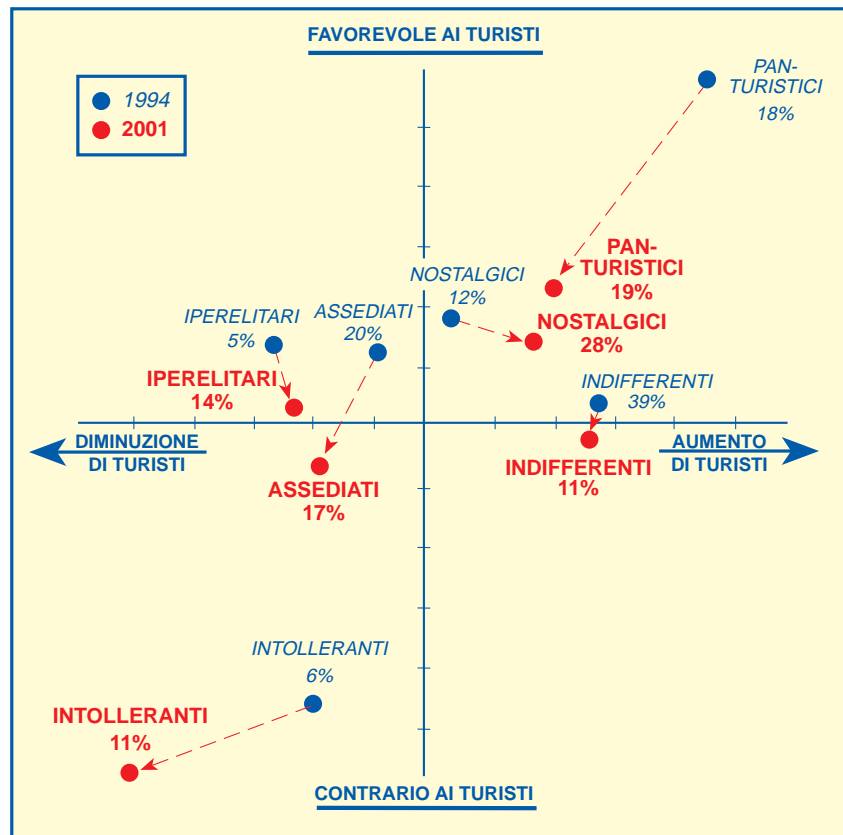
Anche nel 1994 avevamo condotto un'analisi multivariata dei dati per la definizione di alcuni gruppi di riminesi omogenei per caratteristiche comportamentali ed aspetti socio-demografici. Sorprendentemente nel 2001 la procedura ha portato ad evidenziare l'esistenza degli stessi 6 gruppi. Quello che invece è cambiato, e ci aiuta a capire l'evoluzione del sentimento antituristico in questi anni, è la posizione reciproca di questi sei gruppi in relazione a due comportamenti: l'essere favorevoli o contrari ai turisti e l'essere per l' aumento o la diminuzione dei turisti.

L'incrocio di queste due dimensioni permette di posizionare in maniera scientifica i 6 gruppi. Si possono osservare quattro "quadranti": il primo in alto a sinistra identifica i gruppi che apprezzano i turisti belli e ricchi, ma preferiscono una diminuzione del movimento e del flusso turistico; il secondo, in alto a destra, raggruppa coloro che hanno espresso un apprezzamento dei turisti e ne auspicano un aumento; il terzo "quadrante", in basso a sinistra, raccoglie quanti non tollerano i turisti e sperano in un decremento dell'affluenza turistica; infine il quarto "quadrante" in basso a destra quelli che pur essendo contrari ai turisti ne auspicano comunque un aumento.

L'altro aspetto rilevante è la variazione, dal 1994 ad oggi, del peso di ognuno dei 6 gruppi:

GRUPPI	2001	1994	Variac.
Nostalgici	28%	12%	+16
Iperelitari	14%	5%	+ 9
Intolleranti	11%	6%	+5
Pan-turistici	19%	18%	+1
Assediati	17%	20%	- 3
Indifferenti	11%	39%	- 28
Totale	100%	100%	

LA POSIZIONE DEI RIMINESI NEI CONFRONTI DEL TURISMO (1994 - 2001)



Confrontando sulla mappa percettiva le posizioni dei 6 gruppi a sette anni di distanza emergono alcune considerazioni:

- ✓ aumentano gli *Intolleranti*. Oltre ad aumentare in numero (+5%) si spostano su posizioni ancora più radicali. Sono nettamente contrari al turismo, ai turisti, alla “brutta gente”. Per loro, i turisti devono tassativamente diminuire;
- ✓ si “sgonfiano” i *Pan-turistici*. Anche se il loro numero è leggermente aumentato (+1%) si raffredda il loro positivismo nei confronti dei turisti. La prosperità li ha contagiati e non c’è alcun interesse nell’aumento dei turisti;

- ✓ gli *Assediati* diventano *Intolleranti*. Coloro che nel 1994 erano stretti nella morsa dei turisti hanno maturato la decisione che i turisti disturbano. Sono diventati intolleranti;
- ✓ crollano gli *Indifferenti* (-28%). I riminesi nel 2001 si sentono sicuri, benestanti e hanno deciso di schierarsi;
- ✓ aumentano gli *Iperelitari* (+9%) e i *Nostalgici* (+16%). Aumenta il bisogno di “qualità turistica”, di clientela bella e famosa, di gossip, ma non di quantità;
- ✓ infine si può dire che 4 riminesi su 10 non hanno simpatie turistiche, guardano con disprezzo agli operatori del settore, ne invidiano i successi, ma alla fine sono solo 9 su 100 le persone disinteressate e contrarie al turismo in ogni forma.

Quanto ai profili dei 6 gruppi, che riportiamo di seguito, cambia il loro peso e la loro reciproca distanza.

GLI INTOLLERANTI (11%)

Costretti a vivere con i turisti

Questo gruppo di intervistati, da noi definito gli *intolleranti*, rappresenta l'11% del totale. Dal 1994 sono aumentati in numero (+5%) ed hanno acuito il loro grado di intolleranza.

Gli *intolleranti*, in maggior parte donne (64,3%), sono convinti che i turisti causino problemi e fastidio per i residenti, di conseguenza affermano che il numero delle presenze debba tassativamente diminuire (comunque non aumentare). Pensano che, in definitiva, il fenomeno turismo sia negativo per Rimini. Non apprezzano nulla dei turisti e si lamentano ad ogni occasione della confusione che portano.

Dal loro punto di vista Rimini è una città difficile, mal tenuta e i turisti sono considerati responsabili dei problemi. In dettaglio affermano che non è più possibile circolare in auto per cui chiedono “meno turisti”, un aumento del controllo delle forze pubbliche per garantire più ordine, “pulizia morale”, meno *vù cumprà* (considerati un fenomeno turistico) sia nel centro storico che nella zona del Lungomare e di Marina Centro. Inoltre, secondo loro, Rimini non è per nulla una città internazionale e non ha aperto la sua mentalità. Era meglio prima.

L'elemento più interessante di questo 11% di *intolleranti* è che essi non viaggiano, non conoscono l'Europa, insomma non sono grandi turisti. Probabilmente non essendosi confrontati con realtà turistiche diverse dalla loro, trasferiscono giudizi negativi su turisti e forestieri in genere. Ma dove abitano maggiormente? Sono concentrati in particolare nelle zone del Centro Storico, di Borgo San Giuliano e delle Frazioni marine nord. Appartengono a tutte le fasce d'età e sono prevalentemente lavoratori dipendenti della pubblica amministrazione specificamente impiegati, insegnanti, ma anche pensionati, giovani con occupazioni occasionali.

GLI IPERELITARI (14%)

Turismo sì, ma d'elite

Questo gruppo comprende il 14% degli intervistati, e segna un 9% in più rispetto a 7 anni fa.

Il sogno degli *iperelitari* (il 59% sono donne) è quello di rendere Rimini una località turistica più esclusiva, attraverso la diminuzione della quantità dei turisti e la selezione dei turisti più belli e più ricchi. Considerano la situazione attuale del turismo in maniera abbastanza positiva anche se affermano che il movimento dei forestieri non ha reso Rimini internazionale e non ha conferito ai residenti una maggiore apertura mentale: infatti il 35,3% degli *iperelitari* sostiene che il turismo ha portato a Rimini solo confusione e brutta gente.

Molti degli appartenenti a questo gruppo sono convinti che il turismo sia una fonte primaria di benefici economici per i residenti ma che non abbia migliorato i servizi pubblici della città (64,7%) ed anzi abbia aumentato la criminalità (17,6%).

Osano affermare che è necessario fissare un tetto alle prenotazioni, una sorta di numero chiuso: *per evitare il sovraffollamento bisogna aumentare i prezzi dei servizi turistici*. Un antiturismo viscerale li porta a suggerire il blocco dell'ospitalità, della costruzione di nuovi alberghi. La chiara intenzione di questo gruppo è giungere ad un turismo élitario, ad una selezione della clientela, al gossip.

Gli *iperelitari*, se proprio devono, preferiscono gli stranieri e i congressisti, perché dotati di una maggiore disponibilità economica.

Per il futuro sviluppo della città ritengono che il commercio ricopra un ruolo primario, seguito in ordine di importanza dall'ospitalità e dalla cultura (ma stranamente il numero di laureati tra loro non è molto elevato); l'industria non viene considerata né significativa, né determinante.

Gli appartenenti a questo gruppo risiedono prevalentemente nelle Frazioni marine nord e sud tra Covignano e la circonvallazione, si concentrano soprattutto nelle fasce centrali di età, sono diplomati/e, fanno frequenti vacanze, dispongono di ombrellone stagionale sulla spiaggia. Compongono questo gruppo di intervistati: famiglie di professionisti, dirigenti, impiegati della pubblica amministrazione ed una elevata percentuale di studenti universitari.

I NOSTALGICI (28%)

Gli amanti del passato, della cultura, di un mondo che non c'è più

E' un gruppo di intervistati che rappresenta il 28% del campione totale (+16% dal 1994).

Sono felici di vivere in una città conosciuta a livello internazionale con dotazioni storiche ed artistiche, ma alla notorietà vorrebbero aggiungere lustro ed importanza attraverso l'organizzazione di eventi, manifestazioni, mostre a forte connotazione artistico-culturale: la cultura per loro è l'elemento cardine per lo sviluppo della città.

E' un enclave di riminesi, sostanzialmente improduttive, che considera il fenomeno turistico utile a creare una mentalità più aperta. Secondo loro il turismo è servito anche a migliorare i servizi pubblici della città: per questi motivi il 51,3% ritiene che il numero dei turisti possa aumentare senza problemi.

Nell'ottica di un innalzamento del livello culturale della città, auspicano un aumento dei turisti stranieri, portatori di nuove idee ed elementi di confronto.

Questo gruppo è in massima parte formato da maschi inattivi, pensionati, benestanti, spesso laureati e da persone di cultura superiore in età compresa fra i 40 e i 55 anni e oltre i 65. Concentrati nella zona del Centro storico all'interno della circonvallazione, sono impiegati e dirigenti, studenti e pensionati che considerano l'offerta culturale (mostre, teatro, cinema, musica, etc.) imprescindibile e centrale all'interno della realtà riminese.

GLI ASSEDIATI (17%)

Quando manca lo spazio-vitale

Costituiscono il 17% del campione esaminato (-3% rispetto al 1994).

Gli *assediati* sono contrari al movimento dei turisti più che al turismo (il 56,5% vorrebbe diminuire il flusso turistico). Si rendono conto che i turisti sono la maggiore risorsa economica per Rimini, ma si sentono schiacciati dall'enorme quantità di persone che nei periodi di massima concentrazione affollano la città.

Lamentano: *è impossibile circolare in automobile, il turismo aumenta la criminalità e la confusione*. Sono questi i problemi principali avvertiti da questa tipologia di intervistati 1/3 dei quali condanna i pendolari del week-end ed è favorevole alle famiglie con bambini perché permettono una distribuzione più omogenea delle presenze nell'arco della settimana e assicurano ai residenti una maggiore tranquillità.

Ritengono che lo sviluppo del turismo sia strettamente legato al miglioramento dell'arredo urbano, delle infrastrutture pubbliche esistenti e della viabilità; risolvono tutto suggerendo la creazione di nuovi parcheggi, giardini e isole pedonali.

Si tratta di vacanzieri abituali, in quanto il 52,2% dei componenti questo gruppo ha trascorso almeno tre periodi di vacanza nell'anno in corso; sono in larga percentuale persone in possesso di diploma di scuola media superiore (52,2%), con uno stipendio sicuro e qualche impegno sociale o sportivo.

Risiedono indifferentemente nel forese, nel viserbese, nella seconda linea tra Bellariva e Miramare e ricoprono tutte le fasce di età.

I PAN-TURISTICI (19%)

Più attenzione e qualità al servizio del turista

Il gruppo dei *pan-turistici* è costituito dal 19% degli intervistati (+1% dal 1994).

Sono le persone propense ad un aumento del flusso turistico che pensano che i problemi della realtà riminese quali l'aumento della criminalità, del caos e della congestione del traffico cittadino, non siano direttamente imputabili al turismo ma allo sviluppo complessivo della città e dell'aumento della popolazione.

Questo gruppo, che lavora in collegamento diretto o indiretto con il turismo, non ha espresso preferenze rispetto alle varie tipologie di turisti e prescinde dalla provenienza o dalla capacità di spesa dell'ospite. Ritiene essenziale migliorare l'atteggiamento professionale di chi si trova a diretto contatto con il cliente, privilegiando gli aspetti ancora insufficienti di cortesia, accoglienza e rispetto. Difendono gli operatori turistici, albergatori, bagnini, ristoratori, ma accusano l'amministrazione pubblica di non fare abbastanza. Sono convinti che il futuro del turismo sia connesso ad una riqualificazione delle strutture ricettive, e delle infrastrutture pubbliche.

Chiedono più turisti, più sviluppo, più attenzione ai problemi turistici.

Gli appartenenti a questo gruppo risiedono indifferentemente in tutto il circondario riminese e rappresentano tutte le categorie professionali. Sono prevalentemente giovani e adulti e di cultura media.

GLI INDIFFERENTI (11%)

I riminesi che non s'impicciano

Questo gruppo è abbastanza consistente (11%) ma, rispetto al 1994, è in diminuzione (-28%).

Gli appartenenti a questo gruppo sono infatti accomunati quasi esclusivamente dal fatto di non interessarsi dei problemi riguardanti il turismo. Vorrebbero migliorare la qualità di Rimini, ma scelgono lo status attuale, preferiscono l'ordine che già conoscono.

Il gruppo degli *indifferenti* è rappresentato da quei riminesi che, pur ottenendo redditi dal turismo se ne occupano superficialmente. Sono operosi, ma pensano quasi esclusivamente alla propria attività ed ai propri interessi. In definitiva si interessano del benessere della propria famiglia senza curarsi delle scelte politiche e senza impiccarsi di quello che succede all'esterno.

Riconoscono che il turismo è una fonte di guadagno per la collettività, che Rimini abbia aumentato la sua fama internazionale ma non prendono posizione e si mostrano diffidenti nei confronti dell'amministrazione pubblica. Pensano che i turisti aumentino la confusione, ma che non siano invadenti.

Si dichiarano favorevoli ad un aumento del flusso turistico, senza però suggerire valide idee propositive.

I componenti di questo gruppo sono distribuiti equamente nelle zone considerate e rappresentano tutte le fasce d'età. In generale ricavano direttamente o indirettamente benefici economici dal movimento turistico.

METODOLOGIA

La ricerca, il cui completamento ha richiesto 8 settimane, è stata realizzata nei mesi di settembre e ottobre 2001. Il periodo scelto, simile a quello del *Primo rapporto sull'antiturismo a Rimini*, si presta allo scopo dell'indagine perché consente di ottenere, in un momento di scarsa affluenza turistica ma in cui i ricordi della stagione sono ancora freschi, risposte più attendibili ed oggettive rispetto ad altri mesi dell'anno.

Il questionario è stato somministrato, tramite intervista diretta e telefonica, ad un campione di 947 residenti di Rimini con età superiore a 18 anni. Il campione, selezionato sulla base della densità di popolazione nelle sei principali macroaree del comune di Rimini, presenta, secondo le consuete variabili socio-demografiche, la seguente distribuzione:

Professione	
Commerciante	9,8%
Artigiano	-
Imprend., dirig. Profess.	11,4%
Impiegato, insegnante	31,8%
Operaio	5,3%
Casalinga	17,4%
Commesso	0,8%
Pensionato	13,6%
Disoccupato e altro	9,8%
Totale	100%

Titolo di studio	
diploma scuola elementare	8,3%
diploma scuola media	25,8%
diploma scuola superiore	50,8%
laurea	15,2%
Totale	100%

Età	
Meno di 25 anni	11,4%
Da 26 a 39 anni	27,3%
Da 40 a 55 anni	34,8%
Da 56 a 65 anni	14,4%
Oltre i 65 anni	12,1%
Totale	100%

Zona di residenza	
Rimini Centro Storico	27,3%
Rimini Marina Centro	30,3%
Frazioni Marine Sud	15,9%
Frazioni Marine Nord	18,9%
Frazioni dell'entroterra	5,3%
Covignano	2,3
Totale	100%

Per l'elaborazione dei dati i 5 ricercatori impegnati nel sondaggio hanno utilizzato tecniche di analisi statistica univariata per descrivere la distribuzione delle varie modalità di risposta e tecniche di clusterizzazione multivariata per la definizione dei 6 gruppi di riferimento.

APPENDICE STATISTICA

I 6 GRUPPI SECONDO IL SESSO

Gruppi	Uomini	Donne
Nostalgici	41,0%	59,0%
Assediati	34,8%	65,2%
Pan-turistici	34,6%	65,4%
Iperelitari	41,2%	58,8%
Indifferenti	46,2%	53,8%
Intolleranti	35,7%	64,3%
MEDIA CAMPIONE	38,6%	61,4%

I 6 GRUPPI SECONDO LA PROFESSIONE

Gruppi	Commerc.	Inprend., Dir./Profess.	Impiegato, insegnante	Operaio	Casalinga	Commesso	Pensionato	Disoccupato e altro
Nostalgici	15,4%	15,4%	28,2%	2,6%	23,1%	-	15,4%	-
Assediati	8,7%	4,3%	30,4%	8,7%	21,7%	4,3%	13%	8,7%
Pan-turistici	7,7%	11,5%	26,9%	-	11,5%	-	19,2%	23,1%
Iperelitari	11,8%	5,9%	52,9%	5,9%	11,8%	-	-	11,8%
Indifferenti	7,7%	23,1%	23,1%	15,4%	15,4%	-	15,4%	-
Intolleranti	-	7,1%	35,7%	7,1%	14,3%	-	14,3%	21,4%
MEDIA CAMPIONE	9,8%	11,4%	31,8%	5,3%	17,4%	0,8%	13,6%	9,8%

I 6 GRUPPI SECONDO IL TITOLO DI STUDIO

Gruppi	diploma scuola elementare	diploma scuola media	diploma scuola superiore	laurea
Nostalgici	7,7%	23,1%	48,7%	20,5%
Assediati	4,3%	30,4%	52,2%	13,0%
Pan-turistici	15,4%	23,1%	53,8%	7,7%
Iperelitari	11,8%	11,8%	58,8%	17,6%
Indifferenti	7,7%	61,5%	23,1%	7,7%
Intolleranti	-	14,3%	64,3%	21,4%
MEDIA CAMPIONE	8,3%	25,8%	50,8%	15,2%

I 6 GRUPPI SECONDO L'ETÀ

Gruppi	Meno di 25 anni	Da 26 a 39 anni	Da 40 a 55 anni	Da 56 a 65 anni	Oltre i 65 anni
Nostalgici	5,1%	25,6%	38,5%	15,4%	15,4%
Assediati	8,7%	30,4%	39,1%	13,0%	8,7%
Pan-turistici	30,8%	11,5%	19,2%	26,9%	11,5%
Iperelitari	5,9%	29,4%	58,8%	-	5,9%
Indifferenti	-	30,8%	46,2%	-	23,1%
Intolleranti	14,3%	50,0%	7,1%	21,4%	7,1%
MEDIA CAMPIONE	11,4%	27,3%	34,8%	14,4%	12,1%

I 6 GRUPPI SECONDO LA RESIDENZA

Gruppi	Centro Storico	Marina Centro	Frazioni Mar. Sud	Frazioni Mar. Nord	Frazioni entroterra	Covignano
Nostalgici	30,8%	35,9%	17,9%	10,3%	2,6%	2,6%
Assediati	17,4%	30,4%	13,0%	26,1%	13,0%	-
Pan-turistici	19,2%	46,2%	11,5%	11,5%	11,5%	-
Iperelitari	29,4%	11,8%	23,5%	35,3%	-	-
Indifferenti	23,1%	23,1%	23,1%	23,1%	-	7,7%
Intolleranti	50,0%	14,3%	7,1%	21,4%	-	7,1%
MEDIA CAMPIONE	27,3%	30,3%	15,9%	18,9%	5,3%	2,3%

I 6 GRUPPI SECONDO IL NUMERO DI VACANZE

Gruppi	nessuno	1 periodo	2/3 periodi	+ di 3 periodi
Nostalgici	23,1	41,0	25,6	10,3
Assediati	8,7	30,4	52,2	8,7
Pan-turistici	38,5	34,6	26,9	0,0
Iperelitari	11,8	41,2	35,3	11,8
Indifferenti	46,2	30,8	23,1	0,0
Intolleranti	42,9	14,3	28,6	14,3
MEDIA CAMPIONE	26,5	34,1	31,8	7,6

I TURISTI DOVREBBERO ...

Gruppi	aumentare	diminuire	rimanere allo stesso numero
Nostalgici	51,3%	41,0%	7,7%
Assediati	17,4%	56,5%	26,1%
Pan-turistici	50,0%	46,2%	3,8%
Iperelitari	5,9%	70,6%	23,5%
Indifferenti	61,5%	38,5%	-
Intolleranti	-	21,4%	78,6%
MEDIA CAMPIONE	34,8%	46,2%	18,9%

COSA APPREZZA DI PIÙ DEI TURISTI

Gruppi	Rendono allegra la città	Fanno di Rimini una città nota e famosa	Portano soldi, sviluppo e vantaggi economici	Fanno di Rimini un luogo di cultura e incontri	Niente
Nostalgici	7,7%	12,8%	56,4%	17,9%	5,1%
Assediati	21,7%	30,4%	34,8%	8,7%	4,3%
Pan-turistici	3,8%	11,5%	50,0%	30,8%	3,8%
Iperelitari	17,6%	11,8%	64,7%	5,9%	-
Indifferenti	23,1%	15,4%	61,5%	-	-
Intolleranti	-	-	28,6%	35,7%	35,7%
MEDIA CAMPIONE	11,4%	14,4%	50,0%	17,4%	6,8%

COSA APPREZZA MENO DEI TURISTI

Gruppi	Portano confusione	Fanno aumentare i prezzi	Sono invadenti	Fanno aumentare la criminalità	Niente
Nostalgici	20,5%	17,9%	2,6%	12,8%	46,2%
Assediati	43,5%	26,1%	4,3%	4,3%	21,7%
Pan-turistici	34,6%	19,2%	-	15,4%	30,8%
Iperelitari	35,3%	17,6%	17,6%	17,6%	11,8%
Indifferenti	30,8%	15,4%	7,7%	23,1%	23,1%
Intolleranti	50,0%	14,3%	7,1%	14,3%	14,3%
MEDIA CAMPIONE	33,3%	18,9%	5,3%	13,6%	28,8%