



U B M C o n s u l t i n g
B o l o g n a



La notorietà e l'immagine delle Valli Marecchia e Conca

Novembre 2024

SOMMARIO



LA RICERCA



IL CAMPIONE INTERVISTATO



LA NOTORIETÀ DELLE VALLI



L'IMMAGINE DELLE VALLI



LA FRUIZIONE DEL TERRITORIO



IL BRAND TERRITORIALE

PREMESSA

Il progetto promosso da GAL Valli Marecchia e Conca si basa su un'analisi di brand awareness turistica per valutare la notorietà e l'immagine percepita della Valmarecchia e Valconca

L'analisi riprende le tematiche sviluppate nel 2019 in una ricerca simile, con l'obiettivo di verificare a distanza di alcuni anni la percezione degli italiani per il territorio oggetto di indagine



GLI OBIETTIVI

- Misurare il livello di conoscenza della Valmarecchia e Valconca, verificando come essa muta per target di ricerca differenti (residenti entro 2 ore di auto dalle Valli, sesso e fasce di età)
- Definire l'immagine percepita del territorio, secondo gli attributi di caratteristiche abbinate, ma anche l'associazione spontanea dei rispondenti in riferimento a località conosciute e personaggi del territorio
- Verificare la fruizione del territorio, intesa come penetrazione di visita e propensione al ritorno nella Valli e/o ad effettuare la prima visita
- Misurare il gradimento del nuovo brand territoriale



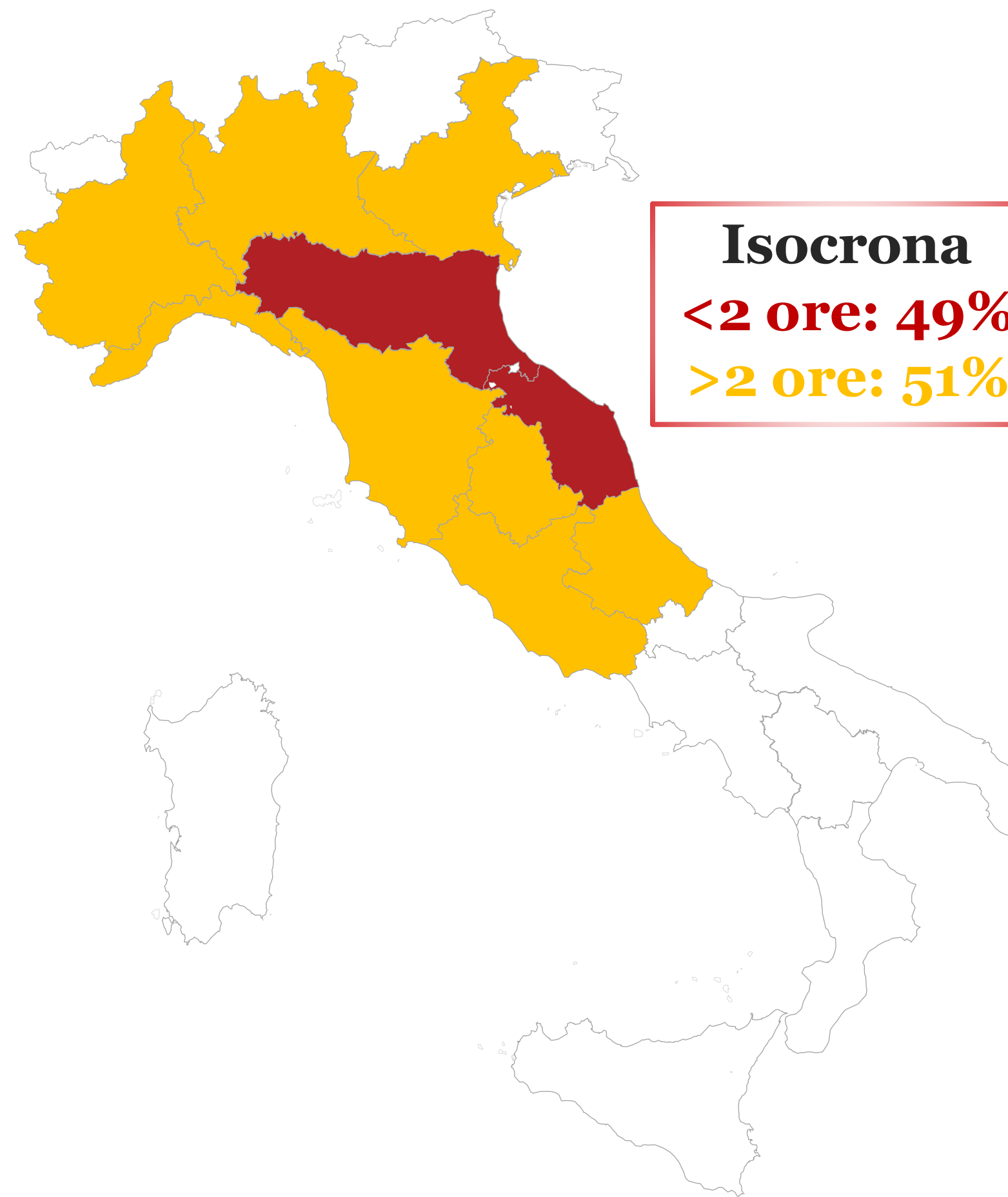
IL CAMPIONE INTERVISTATO

2.105 interviste

Margine di errore: 2,1% ad un livello di confidenza del 95%
 Campione rappresentativo del territorio con quote preimpostate per genere e fasce di età.

Per le aree territoriali sono state definite quote di rappresentatività per ciascuna regione all'interno delle due isocrone.

Area Territoriale

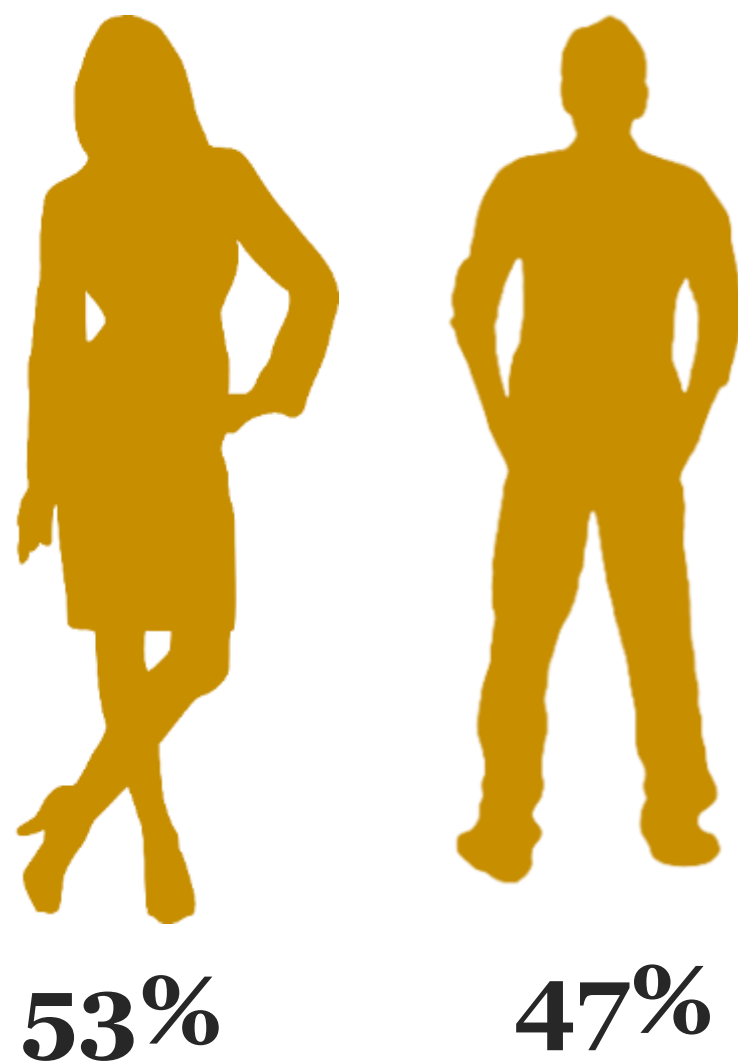


Interviste per regione

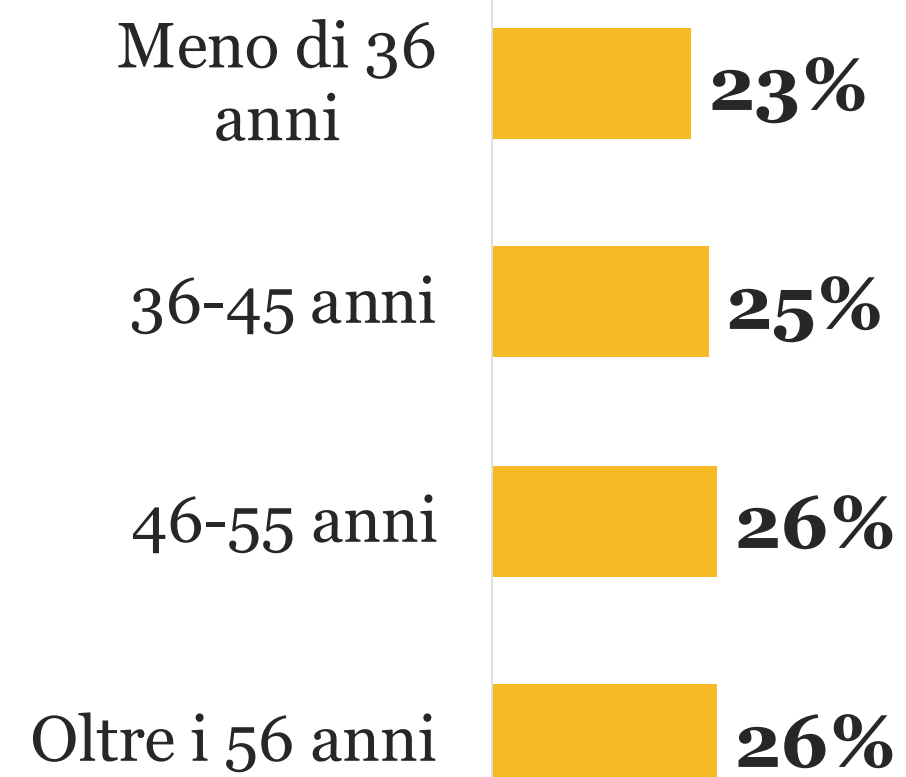
Abruzzo	3%
Emilia-Romagna	37%
Lazio	9%
Liguria	3%
Lombardia	16%
Marche	12%
Piemonte	7%
Toscana	5%
Umbria	2%
Veneto	6%

Non sono stati intervistati residenti dei Comuni delle Valli Marecchia e Conca

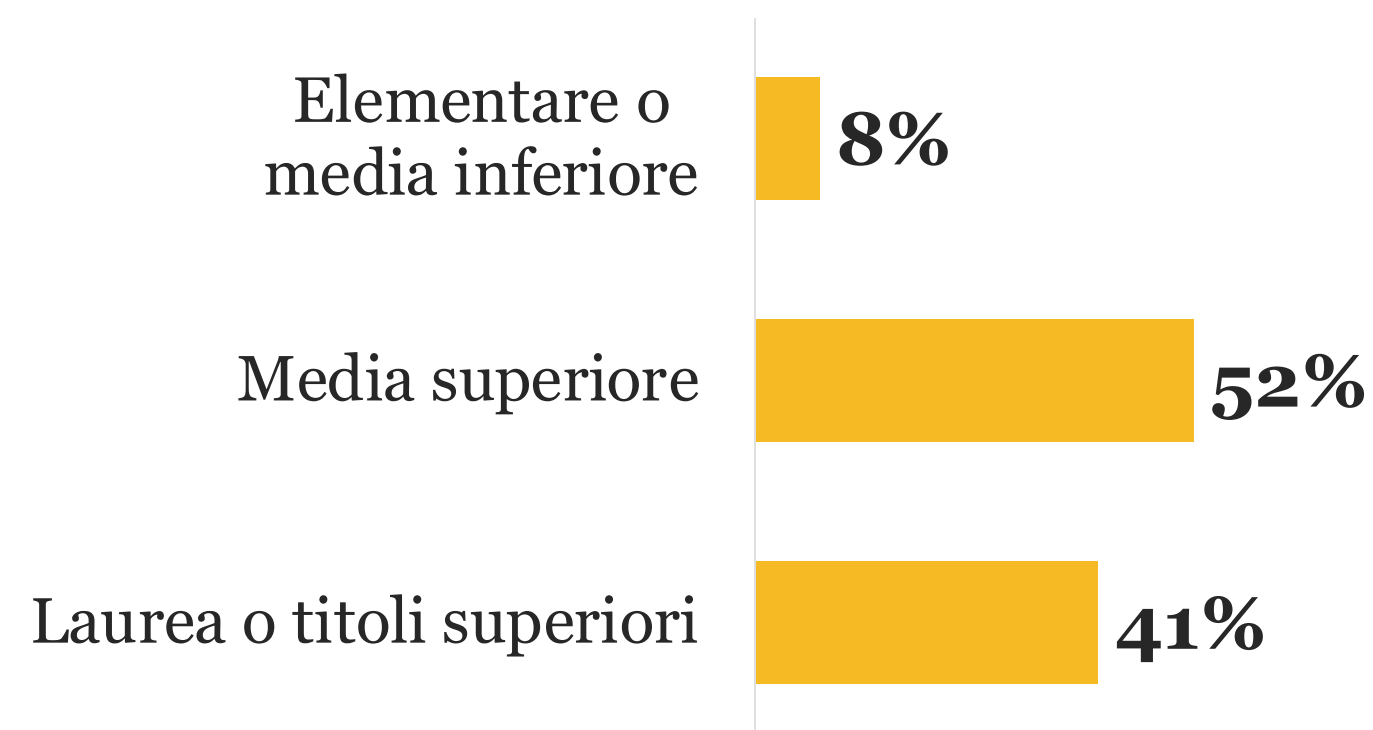
Genere



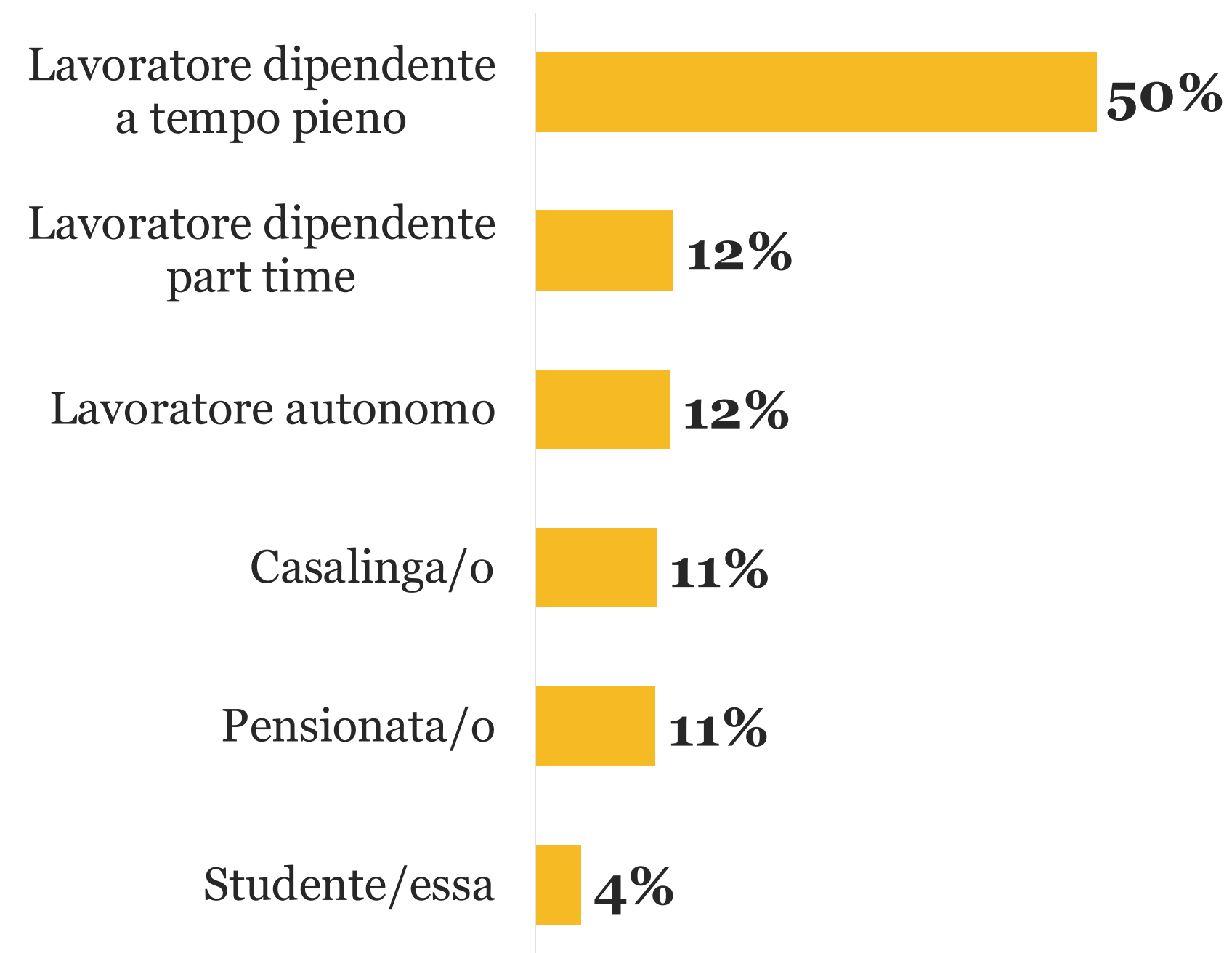
Età



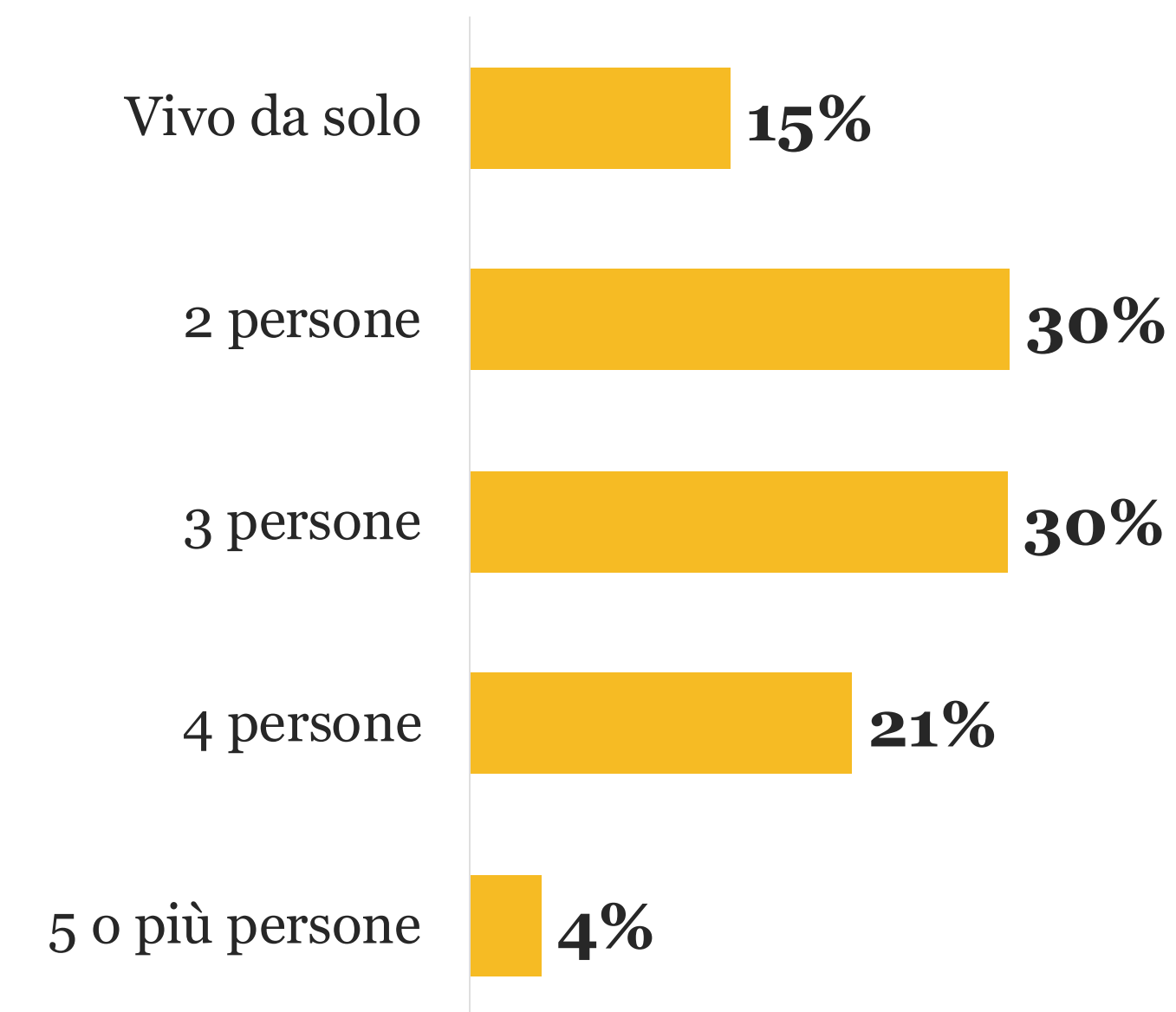
Titolo di studio



Professione



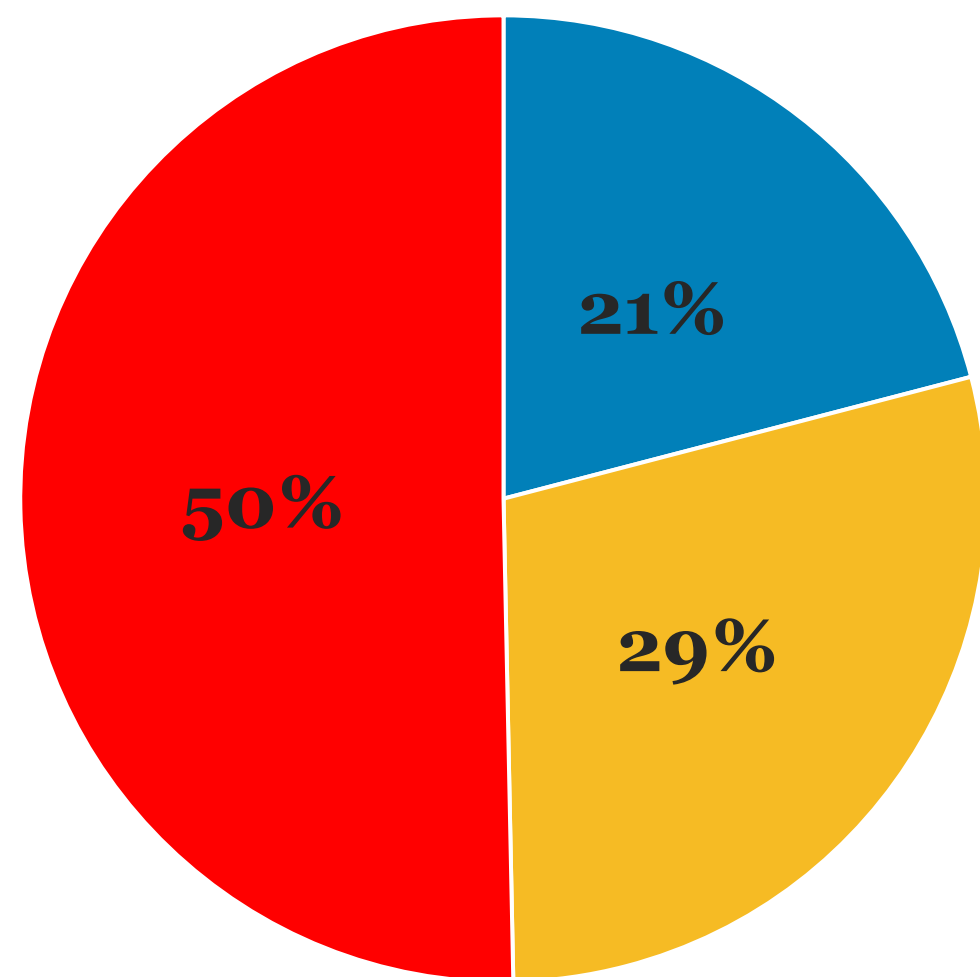
Composizione nucleo familiare





LA NOTORIETÀ DELLE VALLI

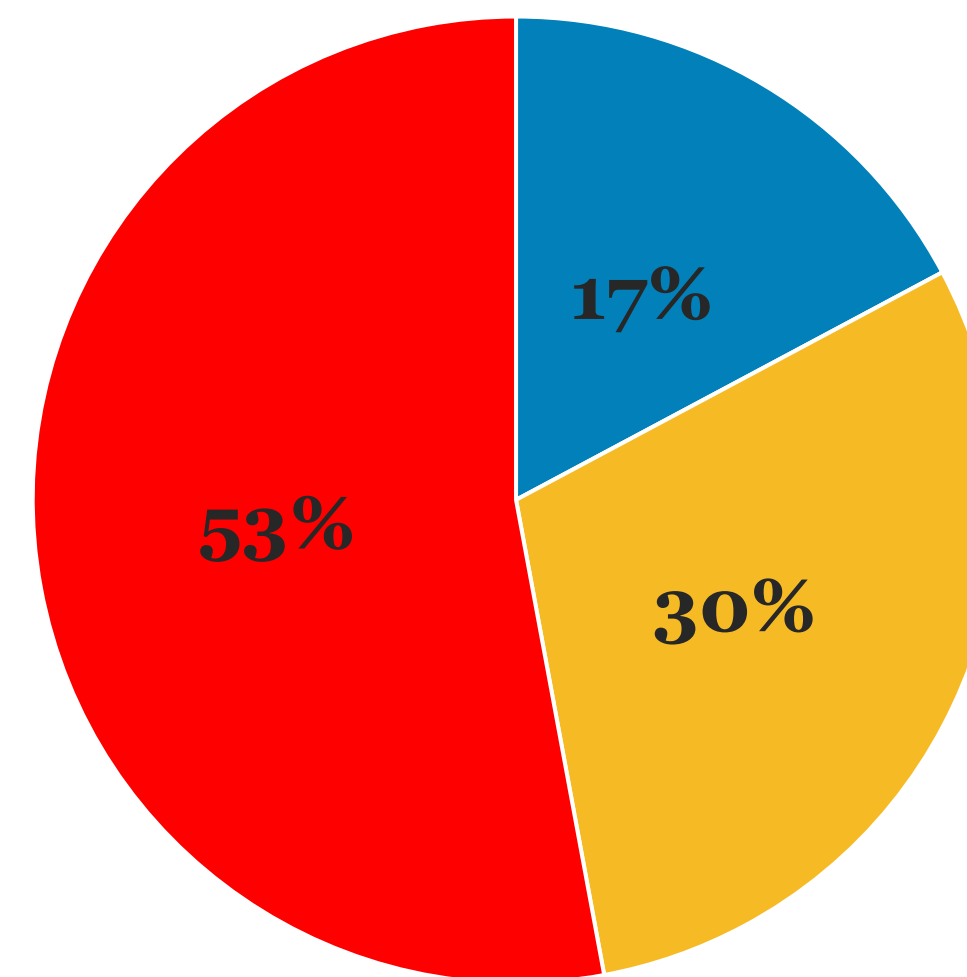
Valmarecchia



Notorietà
50%
+3 p.p. vs 2019

- Sì, la conosco
- Sì, ne ho sentito parlare
- No, è la prima volta che ne sento parlare

Valconca



Notorietà
47%
+5 p.p. vs 2019

- Sì, la conosco
- Sì, ne ho sentito parlare
- No, è la prima volta che ne sento parlare

La notorietà della Valmarecchia cresce di poco, quella della Valconca un po' di più

L'ampio campione di intervistati ha confermato quanto evidenziato nel 2019: il territorio della Valli, situato in un'area a forte impronta turistica non ha ancora la riconoscibilità che merita, per bellezza naturalistica, le eccellenze enogastronomiche e la storicità dei borghi.

Il 57% degli intervistati conosce almeno una delle due vallate. La notorietà tra le due, è di solo 3 punti percentuali superiore per la Valmarecchia (50%), rispetto alla Valconca (47%).

Paradossalmente la Valmarecchia è più conosciuta nelle Marche

Seppur di poco, la Valmarecchia ha un leggera conoscenza superiore nelle Marche (60%), rispetto all'Emilia-Romagna (58%).

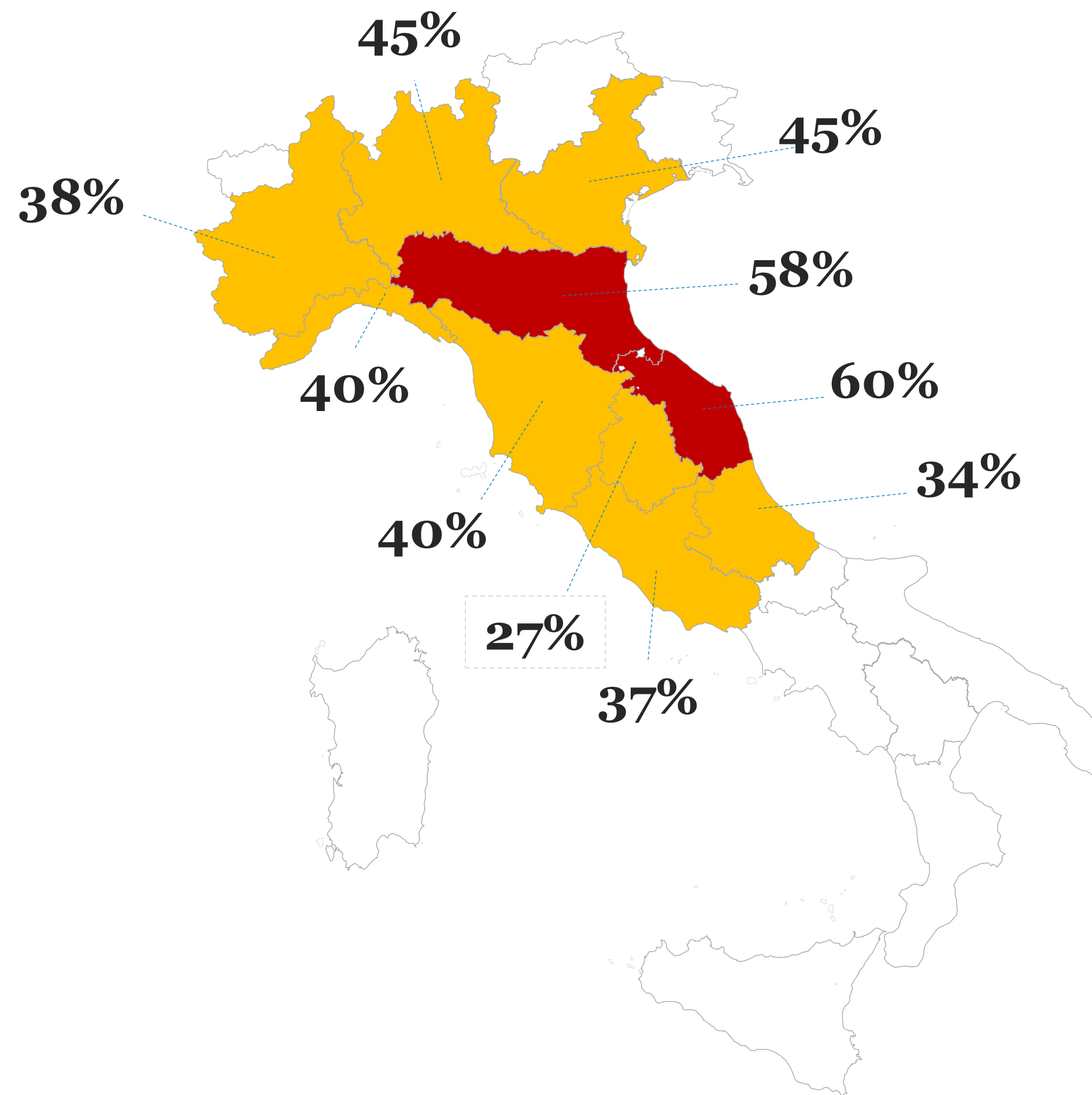
Dall'analisi dei dati per province delle due regioni nell'isocrona entro le due ore di auto dalle Valli, si evince quanto la distanza sia un fattore determinante per la conoscenza: più ci si allontana dal territorio, minore è la conoscenza.

Stupiscono i dati mediamente più alti rispetto a 5 anni fa della conoscenza delle Valli da parte degli italiani residenti in regioni distanti dall'area.

L'analisi mostrerà come la percezione di conoscenza mostrata al quesito, non riscontra successivamente una vera e propria conoscenza del territorio.

Valore medio
50%

Isocrona
<2 ore: 58%
>2 ore: 41%



Regione	% notorietà
Rimini	98%
Forlì-Cesena	84%
Ravenna	72%
Bologna	61%
Ferrara	59%
Reggio nell'Emilia	46%
Modena	43%
Parma	38%
Pesaro e Urbino	81%
Ancona	61%
Macerata	54%
Fermo	54%
Ascoli Piceno	38%

Troppe valli in Italia?

I dati della Valconca rispecchiano in parte i dati della «valle sorella», con una minore conoscenza media nelle province delle due regioni con maggior concentrazione di interviste, Marche ed Emilia-Romagna.

Rispetto alla Valmarecchia, è più alta la notorietà della Valconca nella vicina Toscana (45%).

Dall'analisi per regioni e province è possibile comprendere il probabile disorientamento degli italiani nell'attribuire la giusta collocazione geografiche a valli, come quelle del Marecchia e del Conca, in virtù di un territorio della penisola, attraversato dall'Appennino e circondato a nord dalle Alpi con la presenza di un numero sconfinato di valli.

Infatti, risulta particolarmente alto il dato della conoscenza dei residenti nelle regioni Veneto, Piemonte, Lombardia e Lazio, a cui, il richiamo della parola «Val», può eventualmente aver confuso gli intervistati, dal momento che nei quesiti successivi gli stessi rispondenti non sono stati in grado di dimostrare una conoscenza approfondita della Valconca, così come della Valmarecchia.

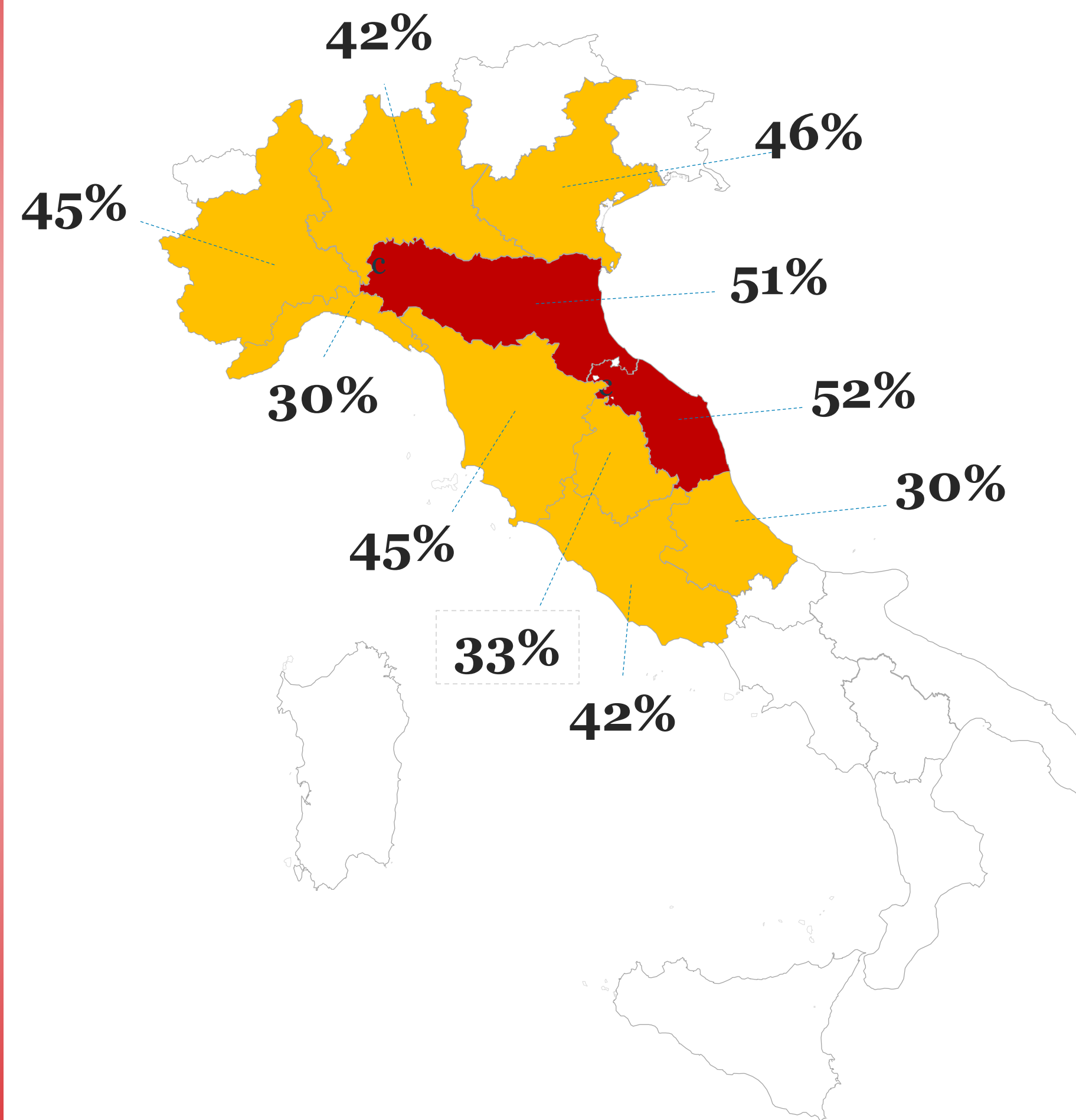
Valore medio

47%

Isocrona

<2 ore: 51%

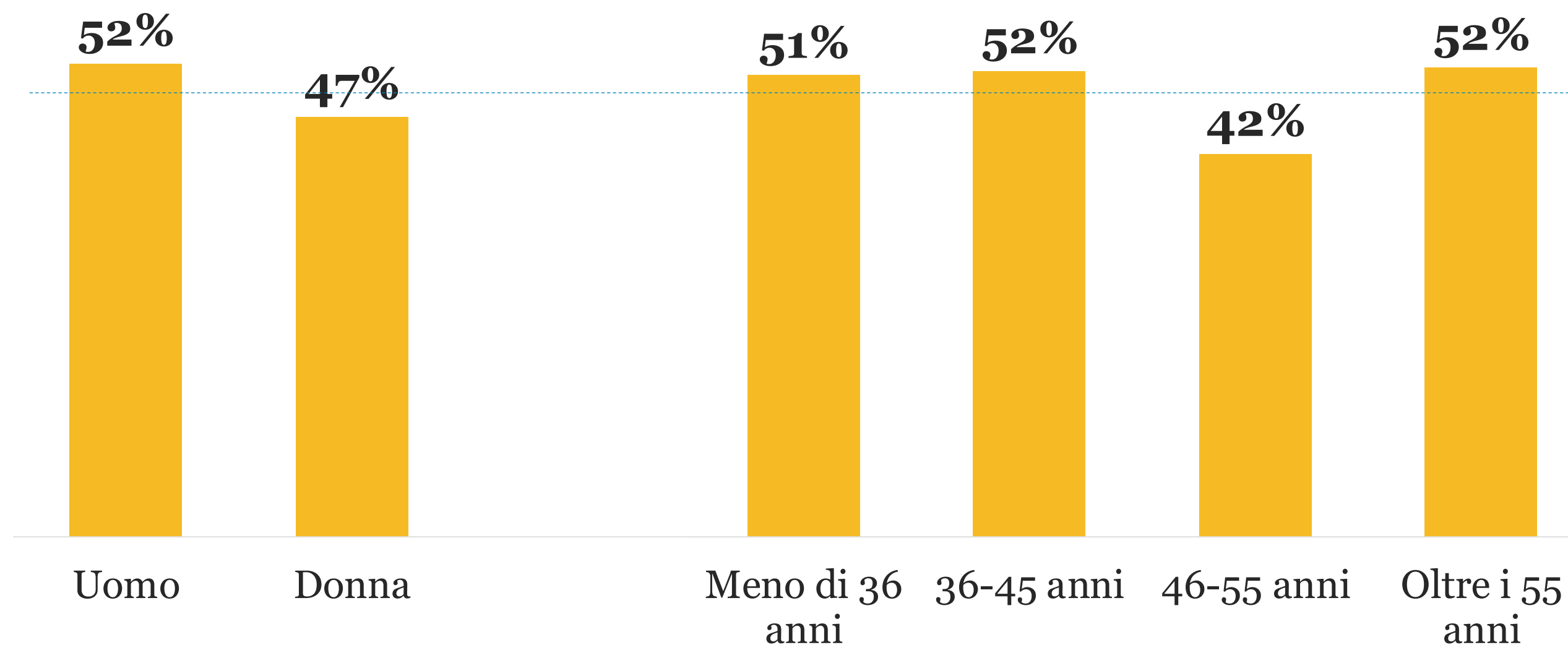
>2 ore: 43%



Regione	% notorietà
Rimini	98%
Forlì-Cesena	77%
Ravenna	61%
Ferrara	56%
Bologna	50%
Reggio nell'Emilia	39%
Modena	35%
Parma	35%
Pesaro e Urbino	83%
Ancona	53%
Macerata	48%
Fermo	35%
Ascoli Piceno	15%

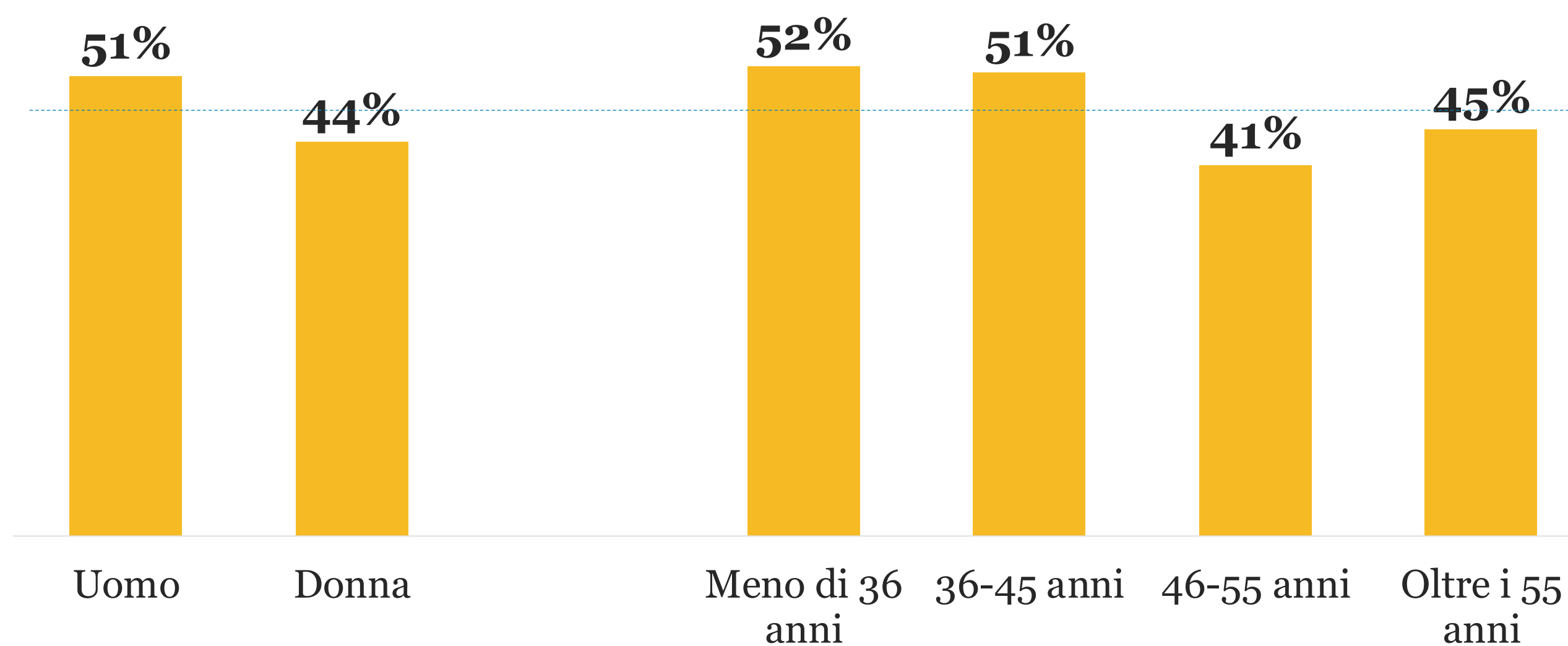
Valmarecchia

Valore medio
50%



Valconca

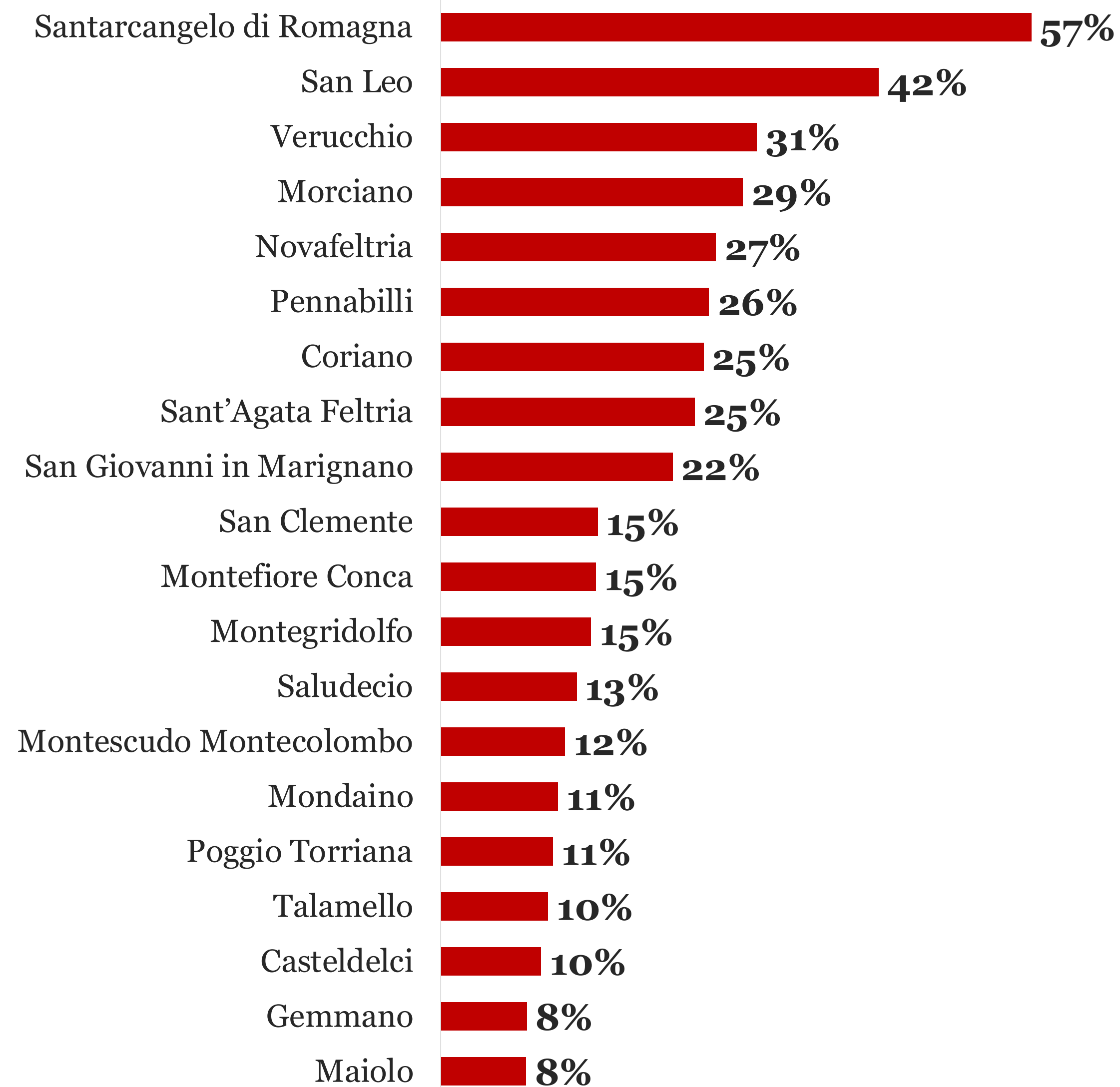
Valore medio
47%



I giovani, volano per la crescita della notorietà delle valli

L'analisi delle principali variabili socio-anagrafiche, mostra un andamento simile:

- gli uomini conoscono maggiormente le valli rispetto alle persone di sesso femminile;
- i più giovani in età entro i 46 anni conoscono maggiormente le valli, rispetto alle persone con età superiore, ad esclusione della Valmarecchia che, per le persone over 55 anni, torna ad aver un tasso superiore al 50% di conoscenza.



Santarcangelo di Romagna leader tra le località delle Valli

I risultati 2024 confermano in larga parte quanto registrato nel 2019 in riferimento alla conoscenza dei singoli comuni afferente alle Valli Marecchia e Conca.

Seppur con percentuali inferiori, Santarcangelo di Romagna e San Leo, si confermano ai primi due posti della classifica per conoscenza indotta.

Il terzo gradino di un immaginario podio è del comune di Verucchio, che con una percentuale di conoscenza identica al 2019, supera i comuni di Novafeltria, Morciano, Pennabilli e Sant'Agata Feltria.

In generale, sempre a conferma dei risultati 2019, le località della Valmarecchia sono più conosciute di quelle della Valconca.

A solid orange hexagon containing the white number '4' in a bold, sans-serif font.

L'IMMAGINE DELLE VALLI

Rimini l'ammiraglia del territorio e la conoscenza spontanea delle località aumenta

Per approfondire la conoscenza dei territori della Valmarecchia e della Valconca, è stato chiesto di indicare spontaneamente il nome di 3 località associate ai territori.

Confrontando i dati con la scorsa indagine, si evidenzia:

- Una maggiore conoscenza dei territori, infatti solo il 38% degli interpellati non è stato in grado di citare alcuna località (55% nel 2019).
- L'8% degli intervistati ha indicato territori geograficamente lontani dalle valli (i più citati Trentino e Lombardia);
- L'aumento del peso di Rimini come località attrattiva del territorio;
- La conferma di San Leo come principale località conosciuta in modalità spontanea all'interno delle Valli, seguita da Pennabilli, Santarcangelo di Romagna e Verucchio



Cita almeno un termine: 62% della base (55% cita una località nelle valli o nei dintorni + 8% cita località distanti (non presenti nel grafico))
 Numero complessivo di citazioni: 1.677 - Numero di citazioni distinte: 141

La *word map* per le citazioni che fanno riferimento al territorio specifico della Valmarecchia e della Valconca

Per permettere di evidenziare quali località del territorio sono maggiormente associate spontaneamente dagli intervistati, la mappa a destra fornisce un quadro più immediato.

A livello spontaneo, è San Leo, la località più citata dell'area, seguita da Pennabilli e da Santarcangelo di Romagna.



Numero complessivo di citazioni: 766 - Numero di citazioni distinte: 32

Località presenti nel territorio delle Valli

Località	% conoscenza
San Leo	18%
Pennabilli	12%
Santarcangelo di Romagna	11%
Verucchio	11%
Novafeltria	8%
Cattolica	7%
Montefiore conca	3%
Morciano di Romagna	3%
Misano Adriatico	3%
Maiolo	3%
Sant'Agata Feltria	3%
Talamello	3%
Fiume conca	3%
Carpegna	2%
Poggio Torriana	2%
Saludecio	2%

Località nei dintorni delle Valli

Località	% conoscenza
Rimini	28%
Emilia Romagna	12%
Toscana	8%
Romagna	7%
Pesaro	7%
Marche	6%
San Marino	6%
Badia Tedalda	4%
Urbino	3%
Riccione	3%
Coriano	2%
Montefeltro	2%

Località lontane dalle Valli

Località	% conoscenza
Trentino	5%
Lombardia	4%
Piemonte	2%
Veneto	2%

Citazioni superiori all'1%

Base: 745 interviste (conoscitori Valli in grado di fornire risposta spontanea)

DOM.10: Quali località, città, territori ti vengono in mente se pensi a Valmarecchia o Valconca? (Domanda aperta, massimo 3 citazioni)

Per delineare un profilo di immagine di Valmarecchia e Valconca, è stato chiesto ai conoscenti delle Valli di indicare i 3 aggettivi che associano al territorio.

Dall'analisi delle risposte ottenute si evince innanzitutto una parziale conoscenza delle Valli; infatti, il 45% degli interpellati non ha saputo indicare alcun attributo.

I dati aggregati di coloro che hanno fornito una propria visione delle vallate, restituiscono un'immagine totalmente positiva, senza alcuna citazione negativa.

Le Valli sono un territorio naturalistico (27%), bello (19%) e verdeggiante (10%), in cui ci si reca per il relax (8%) e la storia (8%).

Nonostante tra le località fosse molto citata Rimini, il tema «mare» e «movida» è più distante dall'immagine che i rispondenti hanno su Valmarecchia e Valconca



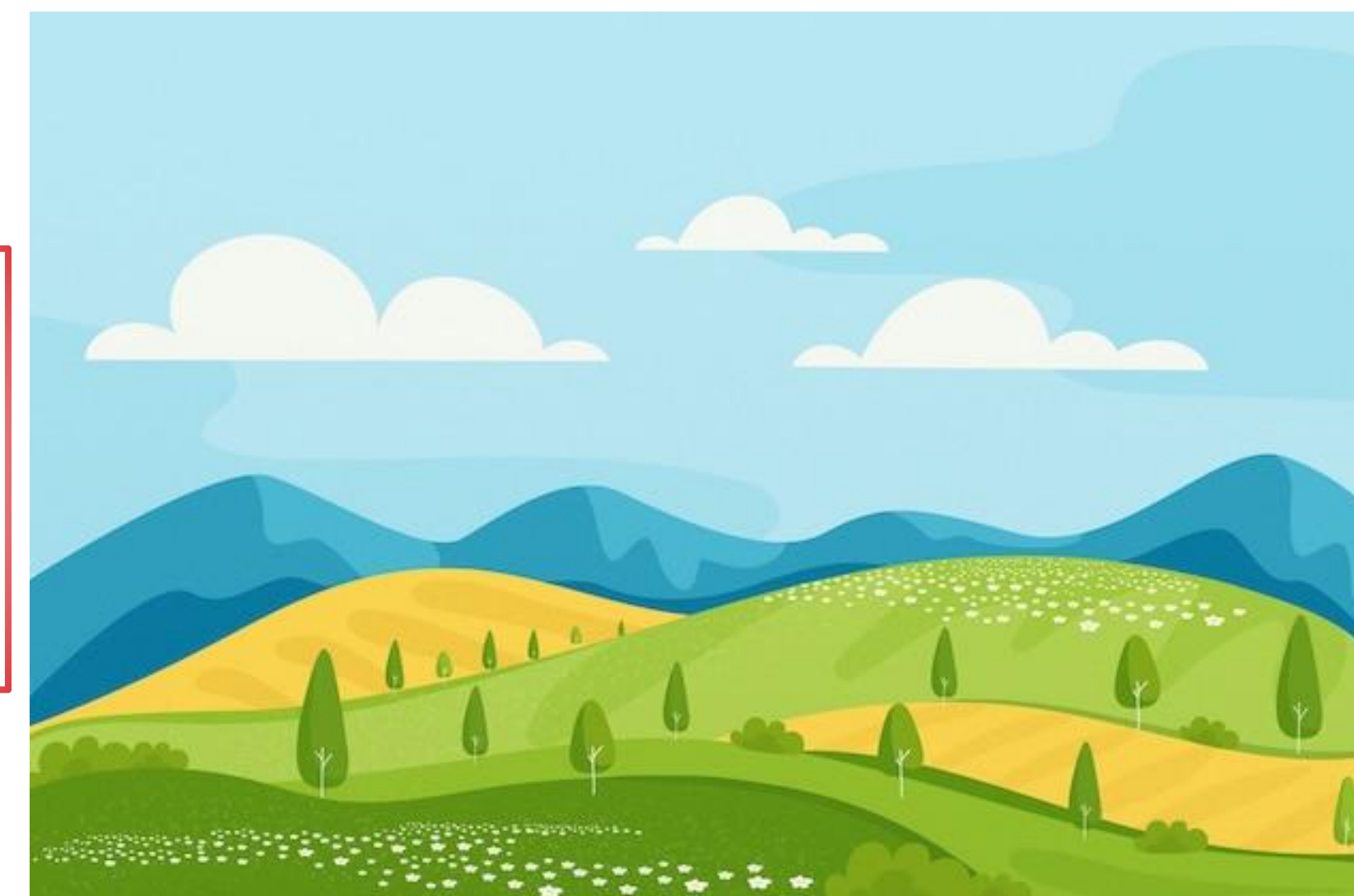
Cita almeno un termine: 55% della base
 Numero complessivo di citazioni: 1.865 - Numero di citazioni distinte: 359 (nel grafico mostrati gli aggettivi con almeno 3 citazioni)

	Località	% citazioni
●	Naturalistico	27%
	Bella	19%
●	Verdeggiante	10%
	Rilassante	8%
	Storico	8%
	Interessante	7%
	Tranquilla	7%
●	Montuoso	6%
	Collinare	5%
	Paesaggistica	5%
	Turistico	5%
	Enogastronomica	4%
●	Panoramica	4%
●	Fiume	3%
	Mare	3%
	Ospitale	2%
●	Affascinante	2%
	Boschivo	2%

Citazioni superiori all'1%

	Località	% citazioni
	Incantevole	2%
	Pace	2%
	Romagnolo	2%
	Vacanza	2%
	Ricca Di Tradizione	2%
	Divertente	2%
	Suggestiva	2%
	Medioevale	2%
	Salubre	2%

●
6 citazioni su 10 rimandano la mente ad un attributo naturalistico



Soli il 22% di chi conosce le vallate è in grado di collegare un personaggio famoso

Così come nel 2019, i conoscenti delle Valli faticano a ricondurre il territorio ad uno specifico personaggio, infatti solo 2 intervistati su 10 hanno fornito una risposta spontanea.

Dai nomi indicati, si nota una tendenza verso personaggi letterari e storici, ad esclusione di Valentino Rossi, originario nella vicina Tavullia.

L'aspetto da evidenziare maggiormente rispetto al 2019 è la discesa in termini di citazioni per Tonino Guerra, il più famoso personaggio dell'area, conosciuto per le sue poesie, libri e sceneggiature.

Le tante citazioni per Dante Alighieri, i Malatesta e Leonardo Da Vinci, confermano quanto evidenziato nel 2019, ovvero, la scarsa riconoscibilità del territorio e la mancanza di un vero e proprio ambasciatore del territorio.



Cita almeno un termine: 22% della base

Numero complessivo di citazioni: 554 - Numero di citazioni distinte: 110 (nel grafico mostrati i personaggi famosi con almeno 2 citazioni)

Località	% citazioni
Dante Alighieri	27%
Valentino Rossi	16%
Malatesta	15%
Leonardo da Vinci	15%
Giulio Cesare	15%
Conte di Cagliostro	14%
Federico Fellini	11%
Raffaello	10%
Tonino Guerra	8%
San Francesco	7%
Beata Chiara da Rimini	5%
Paolo e Francesca	5%
Fabio de luigi	3%
San Francesco d'Assisi	3%
Paolo Cevoli	3%
Marco Polo	2%

Citazioni superiori all'1%

Località	% citazioni
Casadei	2%
Giotto	2%
Isotta	2%
Pascoli	2%
Federico da Montefeltro	2%
Laura Pausini	2%
Marco Simoncelli	2%

		Entro 2 ore	Oltre 2 ore
Naturale	45%	44%	46%
Genuino e autentico	42%	43%	40%
Accogliente	37%	38%	35%
Rilassante	34%	34%	33%
Qualità della vita, star bene	30%	30%	30%
Folkloristico, tradizionale	25%	28%	23%
Semplice	23%	24%	22%
Nuovo, da scoprire	22%	21%	23%
Salutare	21%	21%	21%
Bello	21%	21%	21%
Affascinante	19%	18%	20%
Popolare	15%	15%	15%
Divertente	8%	7%	9%
Economico	7%	6%	7%
Innovativo	5%	4%	6%
Vecchio	4%	4%	4%

Natura, genuinità e autenticità e accoglienza compongono la brand image delle vallate

Sono le caratteristiche da sempre associate alla Romagna e alla sua popolazione a fornire, assieme alla caratteristica intrinseca di un territorio non densamente abitato, ovvero la natura, a fornire una lettura ben definita dell'immaginario comune associato alla Valmarecchia e alla Valconca da parte delle persone che dichiarano di conoscerla o di averne sentito parlare.

Qualità della vita e la possibilità di ritrovare un ambiente rilassante si confermano il secondo principale driver d'immagine e di attrattività del territorio.

Territorio, che però non riesce ad essere percepito per la sua bellezza e il suo fascino, selezionati solo da 1 intervistato su 5.

Base: 1.722 interviste (conoscitori Valli e/o Comuni)

DOM.16: Per la tua conoscenza/esperienza, quali delle seguenti caratteristiche assoceresti al territorio della Valmarecchia e Valconca? (max.5 risp.)



		Entro 2 ore	Oltre 2 ore
I borghi storici	41%	43%	39%
Le proposte enogastronomiche, buone e generose	29%	29%	29%
La bellezza delle colline	28%	29%	27%
Ospitalità, accoglienza e cordialità	26%	26%	27%
Il relax a contatto con la natura	25%	24%	27%
Luoghi da vedere	23%	23%	22%
L'offerta ambientale e naturale	21%	19%	22%
Gli eventi, le sagre e i festival	20%	24%	15%
L'arte e la cultura	15%	16%	14%
Le opportunità per una vacanza attiva all'aperto	14%	13%	15%
Un'esperienza da fare	12%	10%	13%
L'offerta legata al cicloturismo (bike)	7%	6%	9%

Borghi, enogastronomia e la bellezza delle colline sono gli asset strategici del territorio delle Valli Marecchia e Conca

L'indagine restituisce valori allineati all'offerta del territorio, con i borghi caratteristici considerati l'elemento rappresentativo dell'area nelle percezioni dei rispondenti.

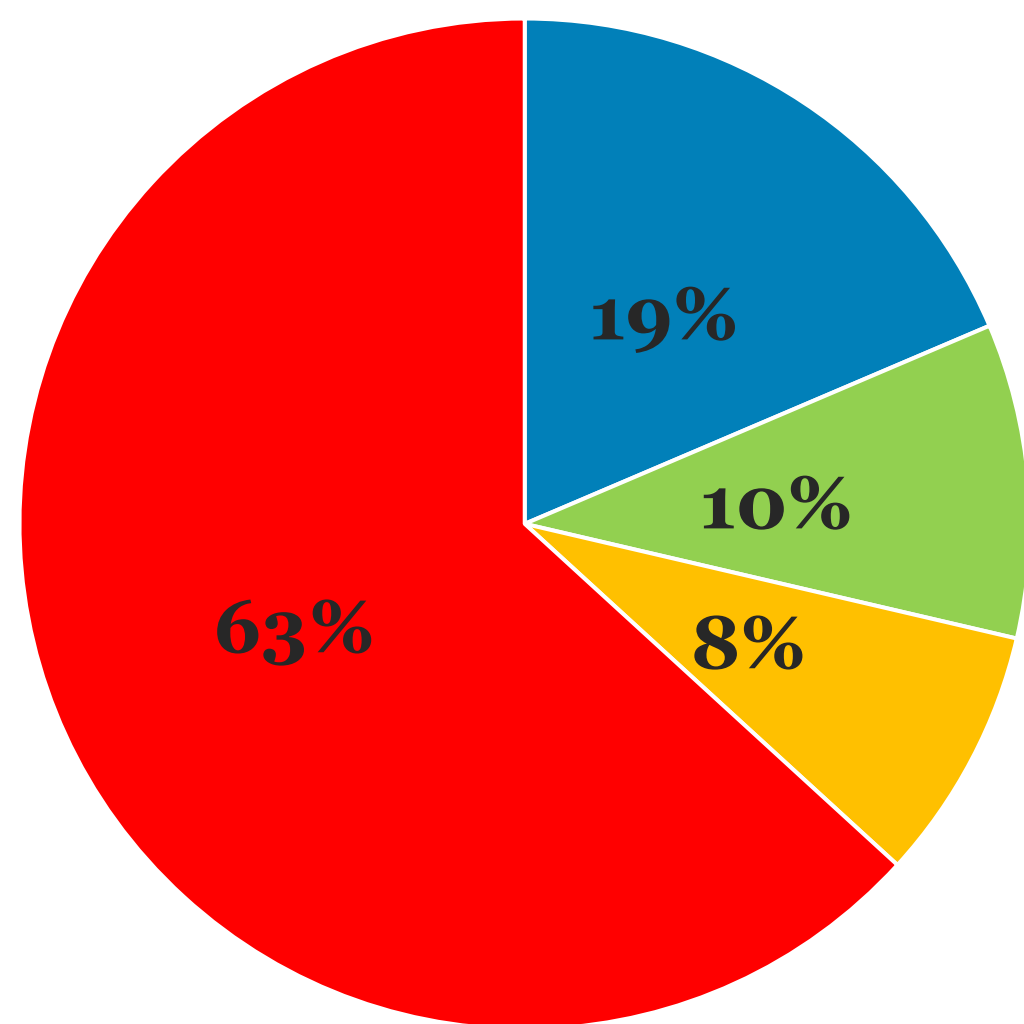
L'ampia proposta gastronomica, genuina e abbondante e la bellezza delle colline compongono il podio dei valori attribuiti alla Valmarecchia e Valconca.

Da sottolineare come i dati disaggregati per le due isocrone, entro/oltre 2 ore, forniscano risposte quasi sovrapponibili, come a rappresentare un quadro in cui anche chi vive lontano dal territorio, grazie al passaparola o a viaggi passati, riconosce gli stessi valori positivi di chi ha la possibilità di «viverli» più da vicino.

A solid orange hexagon containing the white number '5' in a bold, sans-serif font.

LA FRUIZIONE DEL TERRITORIO

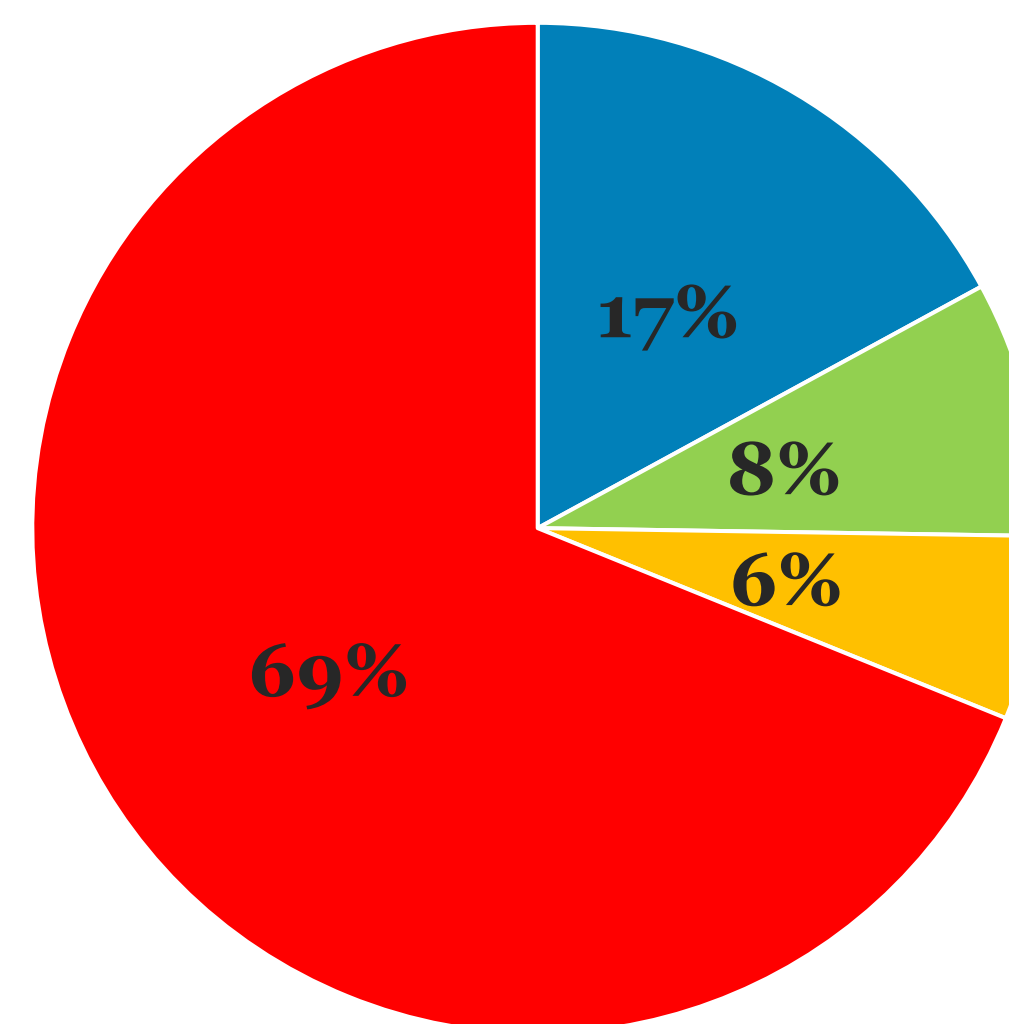
Valmarecchia



Penetrazione visita
37%
 +1 p.p. vs 2019

- Sì, una volta
- Sì, 2-3 volte
- Sì, più di tre volte
- No, mai

Valconca



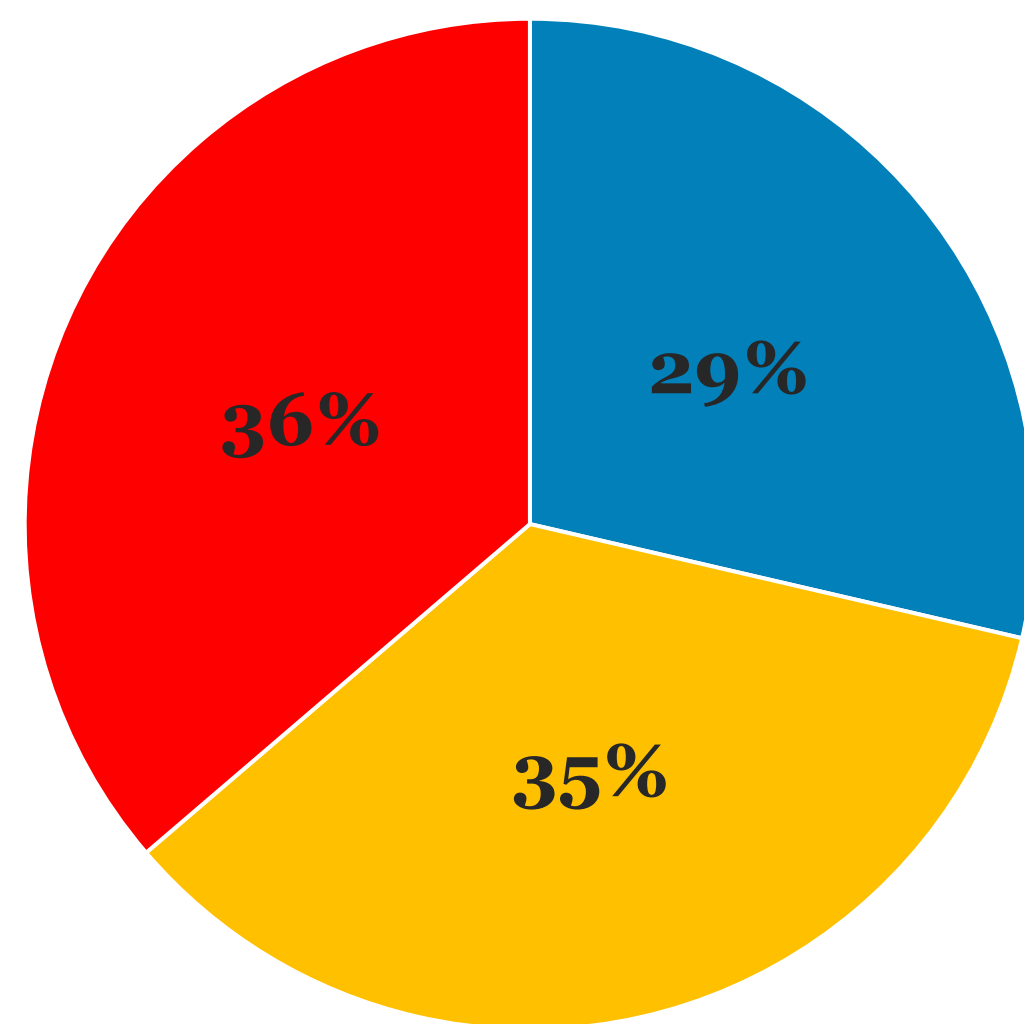
Penetrazione penetrazione
31%
 +1 p.p. vs 2019

- Sì, una volta
- Sì, 2-3 volte
- Sì, più di tre volte
- No, mai

La Valmarecchia è più visitata della Valconca, ma i visitatori non sembrano tornare

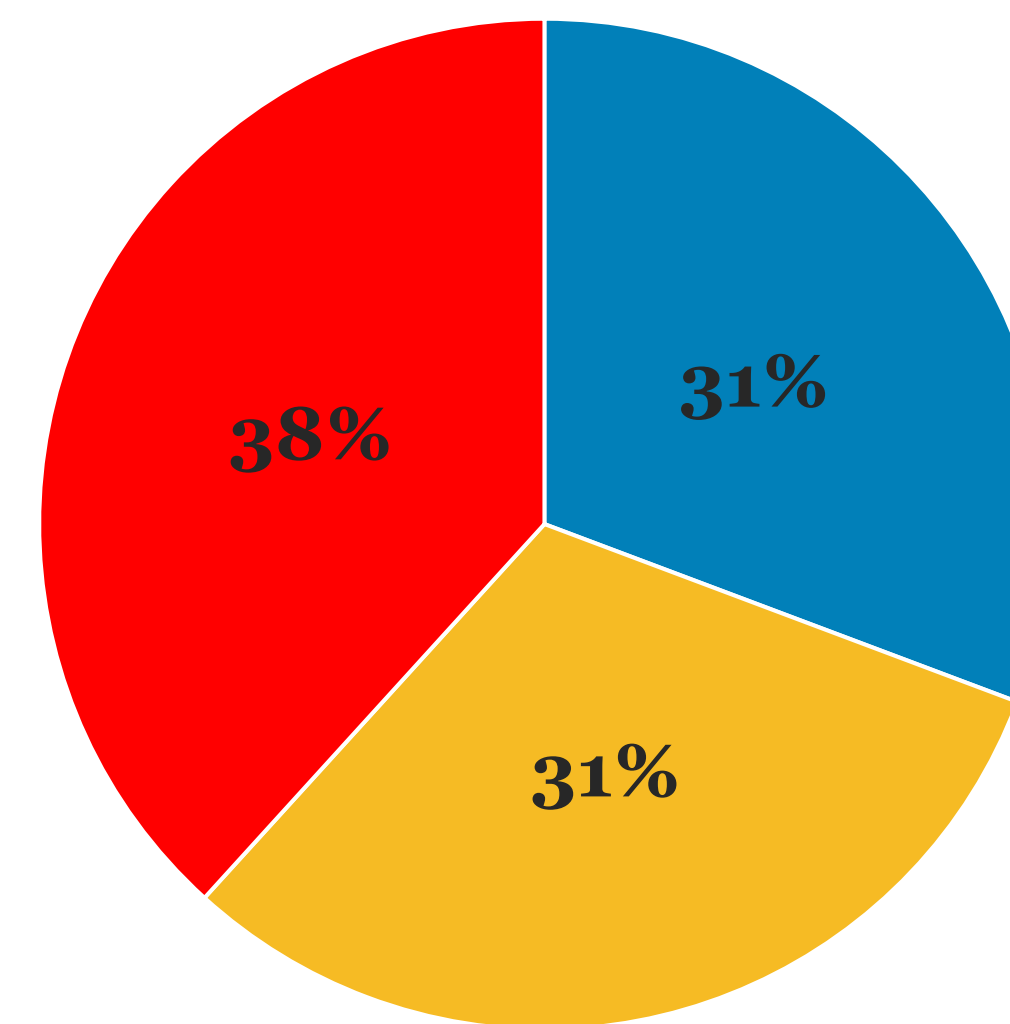
Lo si poteva evincere dai risultati della notorietà, la Valmarecchia è più conosciuta ed è anche la più visitata tra le due vallate. I dati sulla penetrazione di visita dei territori sono in linea a quelli raccolti nell'indagine del 2019. In controtendenza il dato sul tasso di ritorno delle persone, più basso rispetto a 5 anni fa. Il fenomeno può essere dovuto ai comportamenti nel periodo post-pandemico: le persone si sono riappropriate della loro libertà di movimento, ma hanno anche deciso di visitare luoghi nuovi e in alcuni casi, lontani.

Valmarecchia



■ Negli ultimi 12 mesi ■ Negli ultimi 2/3 anni ■ Più di 3 anni fa

Valconca



■ Negli ultimi 12 mesi ■ Negli ultimi 2/3 anni ■ Più di 3 anni fa

Le visite delle vallate sono spalmate nel tempo

Se la penetrazione di visita premia la Valmarecchia, le ultime visite delle persone sono state effettuate in archi temporali simili all'interno delle due vallate.

Dai dati, si evidenzia che nella maggior parte dei casi l'ultima visita è avvenuta negli ultimi 3 anni. Però, quasi 4 persone su 10 hanno visitato le due Valli più di 3 anni fa; ciò, deve fornire uno stimolo per ricercare azioni strategiche al fine di attirare nuovamente le persone a tornare, creando nuove occasioni di visita, per garantire un'esperienza «rinnovata» sfruttando i valori del territorio evidenziati nei capitoli di indagine precedente.

		Entro 2 ore	Oltre 2 ore
I paesi, i borghi	56%	58%	53%
Il cibo, l'enogastronomia	51%	53%	49%
Il paesaggio, il territorio, l'ambiente	48%	50%	44%
L'arte, la cultura e la storia	28%	27%	31%
La simpatia, la cordialità delle persone	27%	24%	31%
La qualità dell'ospitalità e dei servizi	26%	25%	27%
Le tradizioni, il folklore	25%	25%	25%
L'accoglienza degli abitanti del territorio	25%	23%	27%
La vicinanza al mare	22%	21%	23%
La convenienza economica	13%	11%	16%

Sono i valori del territorio ha fornire i motivi a visitare le vallate

Le ragioni che spingerebbero le persone a recarsi in Valmarecchia e Valconca, vanno ricondotte agli attributi valoriali associati nei precedenti quesiti alle vallate: i borghi, la gastronomia e il paesaggio naturale. Quasi 1 persona su 3 tornerebbe per l'arte, la cultura e la storia, elementi non distintivi per le Valli ripercorrendo i dati dei precedenti capitoli di indagine. Pertanto, viene da chiedersi se:

- manca un'adeguata comunicazione sugli eventi
- gli eventi del territorio non sono in grado di lasciare un ricordo
- non ci sono eventi rilevanti che attirino le persone.

Interessante verificare come l'intensità di fattori come la cordialità delle persone e l'accoglienza siano superiori tra gli intervistati nell'isocrona oltre le 2 ore di distanza, sintomo della caratteristiche positive riconosciute alla popolazione romagnola al di fuori del territorio.

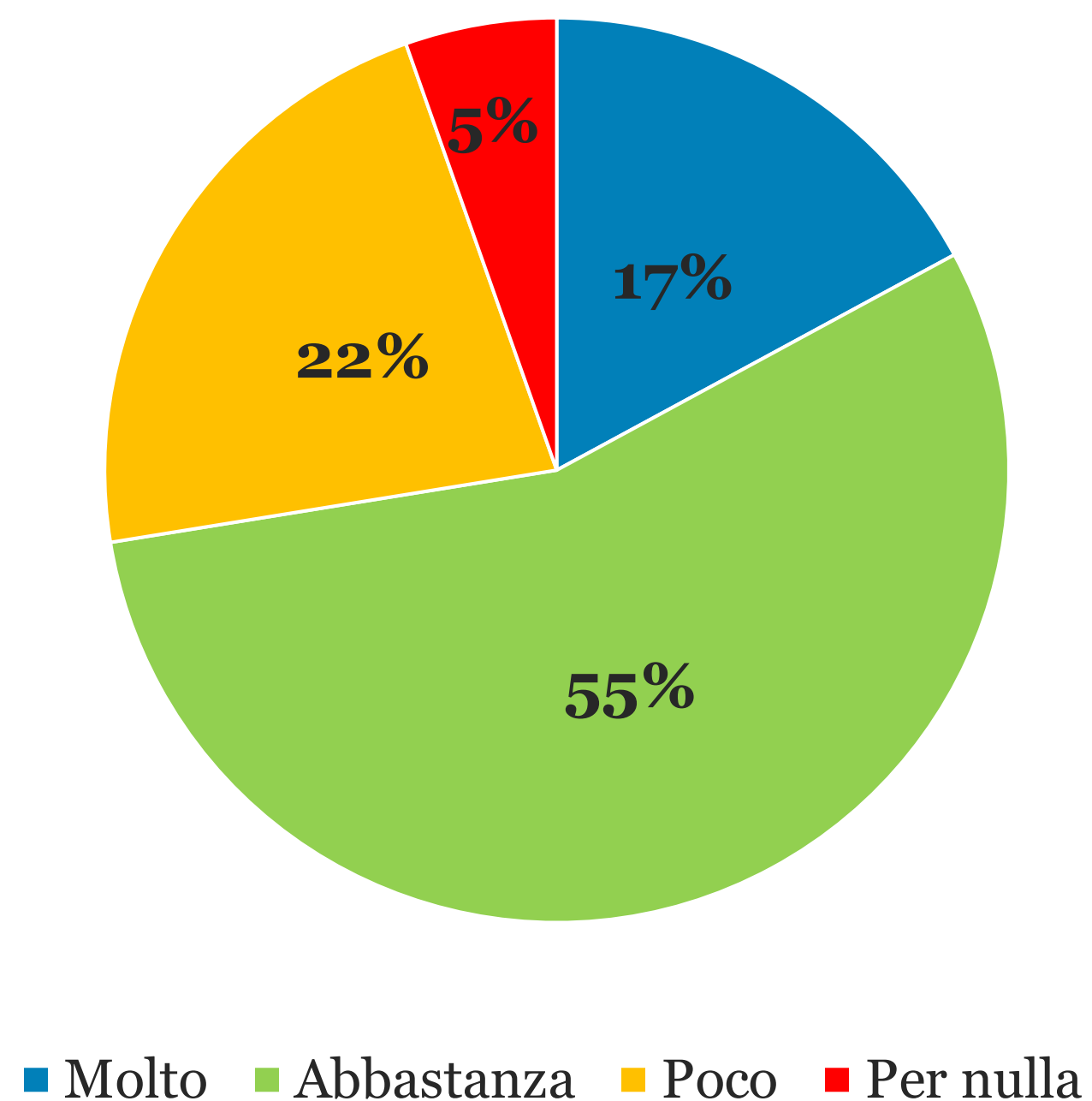
		Entro 2 ore	Oltre 2 ore
È difficile da raggiungere/è troppo lontana	15%	11%	21%
Il costo, i prezzi	13%	11%	17%
Il traffico, la viabilità	13%	12%	13%
I trasporti, i collegamenti, i parcheggi	12%	12%	11%
I servizi turistici non all'altezza	9%	7%	12%
L'arredo urbano trascurato, la sporcizia, l'inquinamento	9%	6%	13%
La poca organizzazione	9%	7%	11%
La cattiva accoglienza	6%	4%	8%
Non ci sono elementi negativi legati alla mia esperienza in...	52%	58%	43%

Un territorio positivo con poche negatività

1 intervistato su 2 dichiara che non ci sono elementi negativi legati alla precedente esperienza in Valmarecchia o Valconca che ostacolerebbero un potenziale ritorno futuro. Mentre, se l'intensità dei fattori come distanza e costi sono più alti per le persone che abitano lontano, tutti gli altri attributi sono allineati intorno al 10%.

Pertanto, si conferma che non ci sono barriere per un ritorno nella vallate, ma è necessario creare delle motivazioni per far tornare le persone.

Quanto ti attirano le Valli Marecchia e Conca?



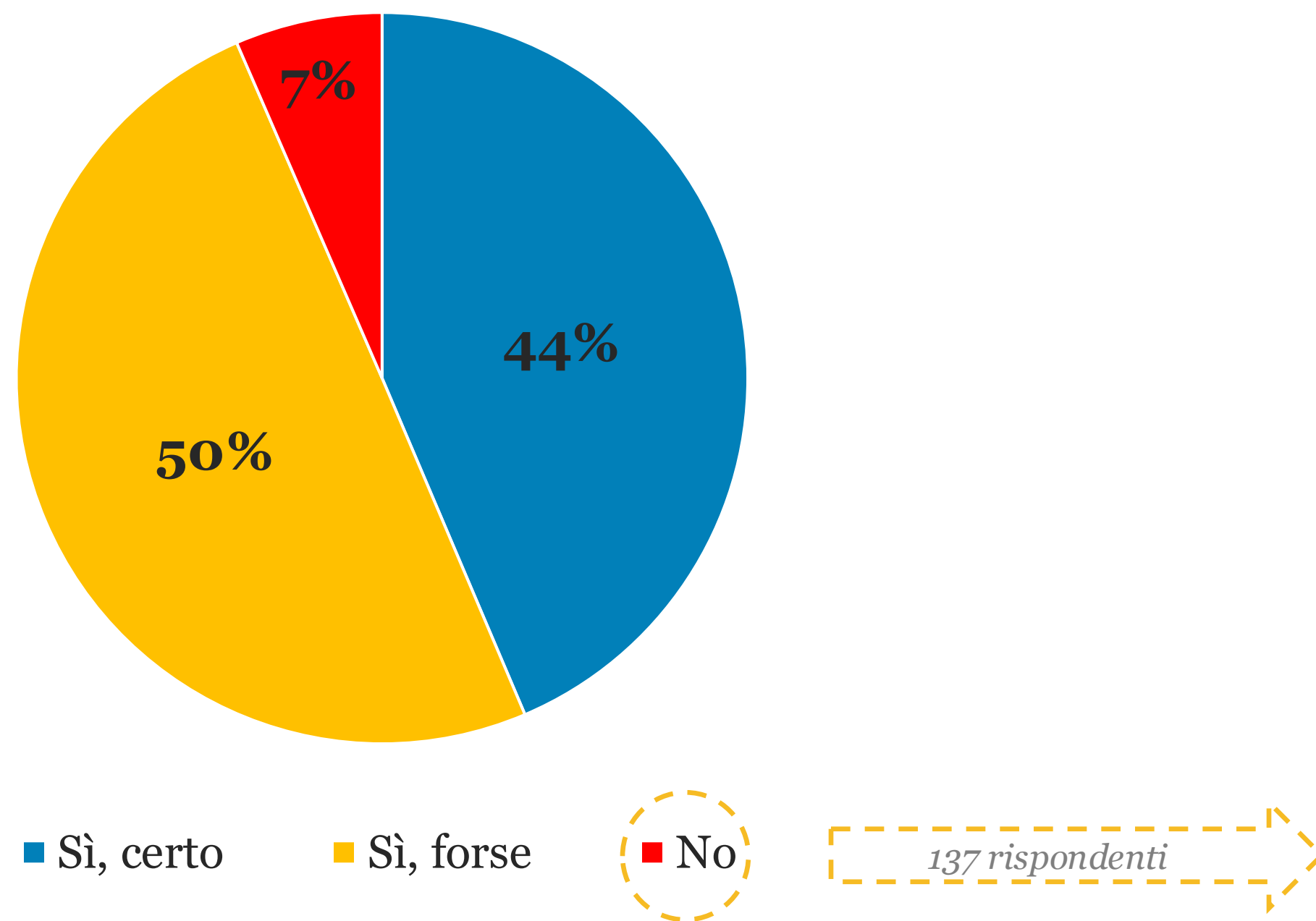
7 intervistati su 10 sono attratti dal territorio

Quanto descritto nei precedenti capitoli, conferma l'attrattività di un territorio con ottime prospettive per lo sviluppo del turismo.

Gli aspetti valoriali come «lo stare bene» e «la ricerca del bello» sono asset strategici per le vallate, ma hanno la necessità di essere ulteriormente esplicitate, comunicate e valorizzate.

Per generare maggior turismo, è necessario aumentare il livello di notorietà del territorio e garantire una *customer experience* nuova e distintiva.

In futuro potresti visitare le Valli Marecchia e Conca?

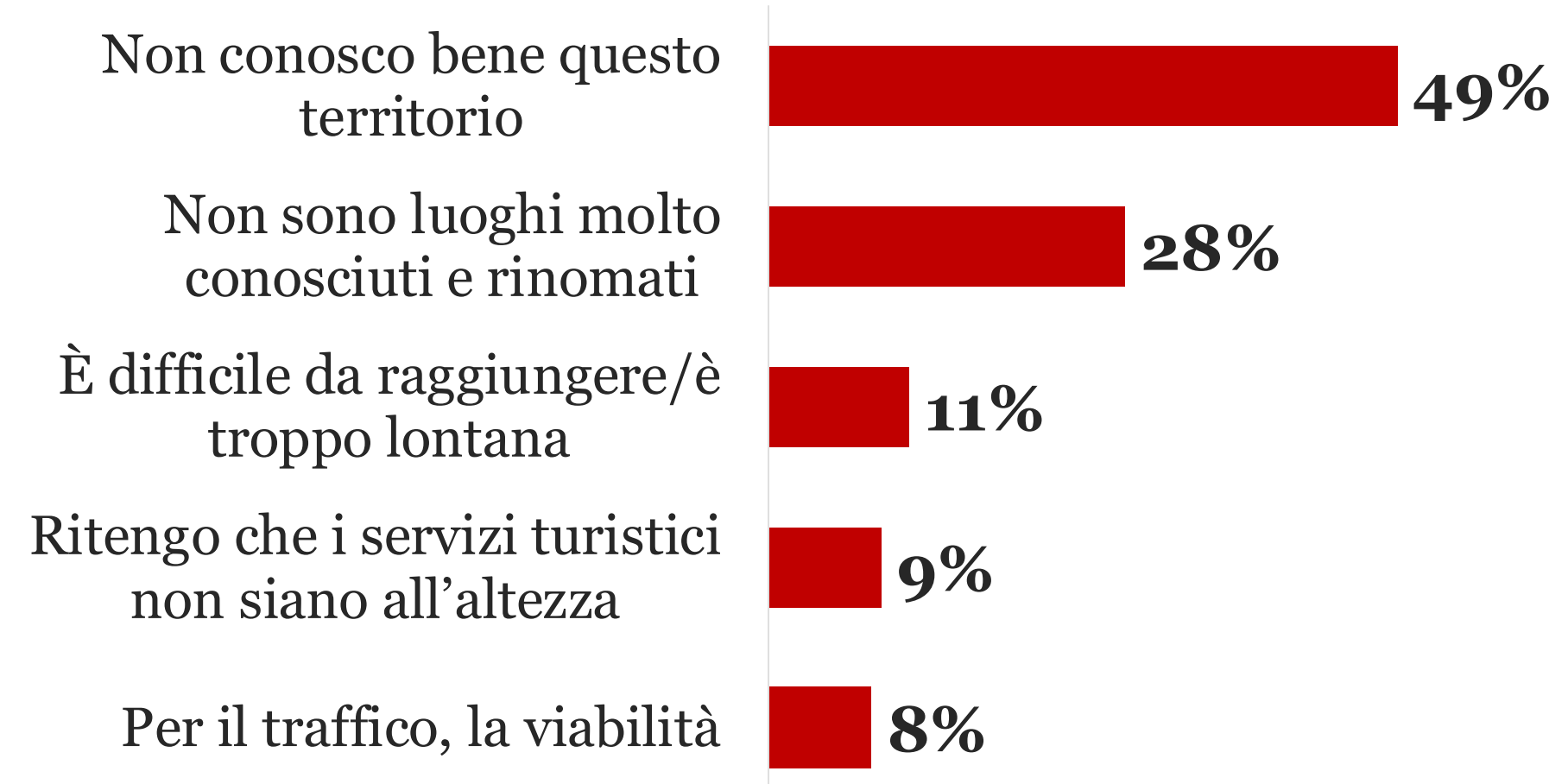


Visitare le Valli: perché no!

Un plebiscito per il territorio sancisce che la quasi totalità del campione intervistato visiterebbe la Valmarecchia e la Valconca.

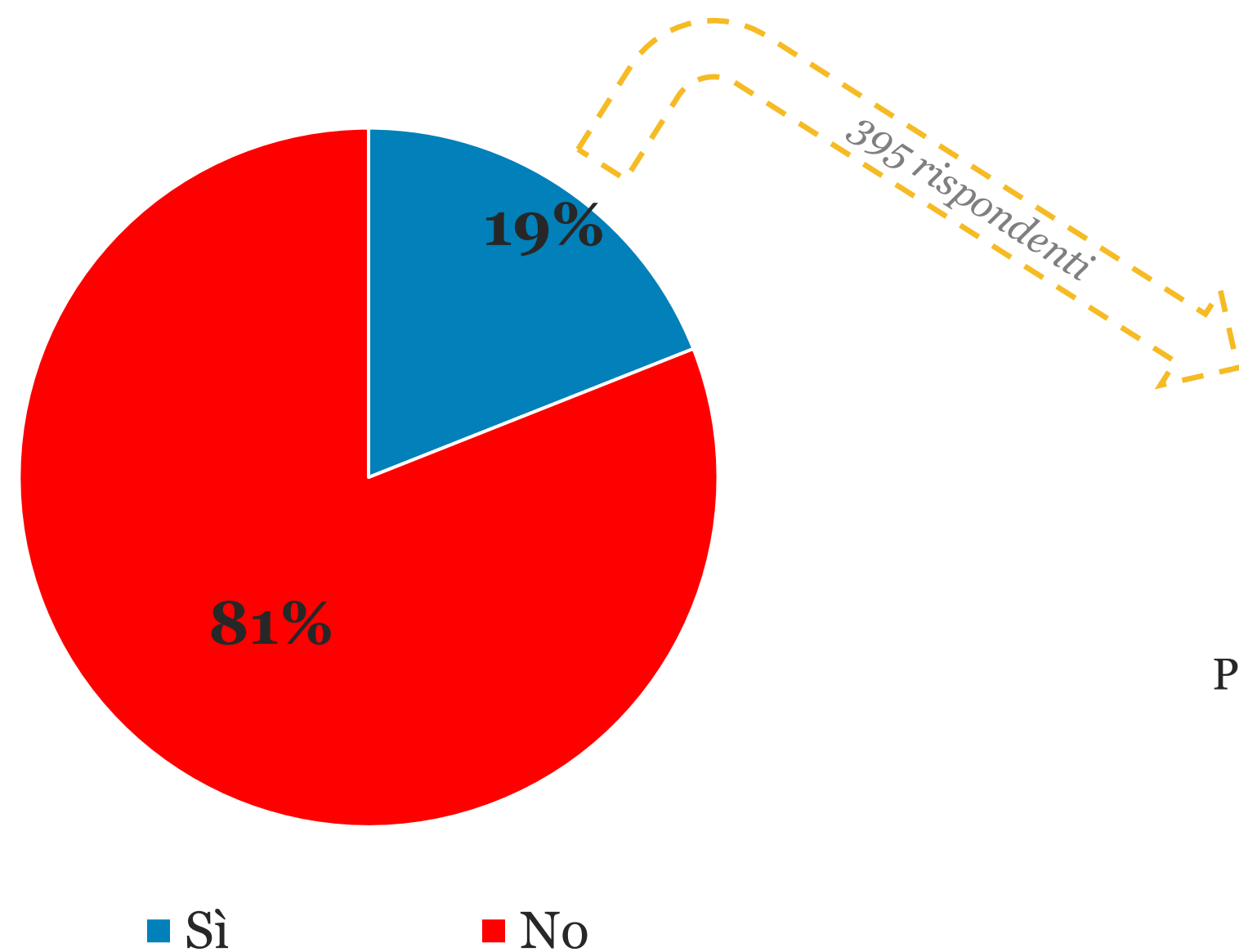
Non ci sono particolari barriere, se non la poca conoscenza del territorio.

Perché no?



Base: 2.105
 DOM.23: In futuro potresti visitare la Valmarecchia o la Valconca?
 DOM.24: Per quale motivo pensi di non visitare la Valmarecchia o la Valconca?

Hai mai sentito parlare del GAL (Gruppo Azione Locale)?



Solo 2 italiani su 10 hanno sentito parlare del GAL

La ridotta conoscenza dei GAL fornisce anche una distribuzione molto omogenea anche sui compiti e le attività che secondo i rispondenti sono afferenti ad un GAL.

I compiti e le attività di un GAL



Base: 2.105

DOM.13: Hai mai sentito parlare del GAL (Gruppo Azione Locale) ?

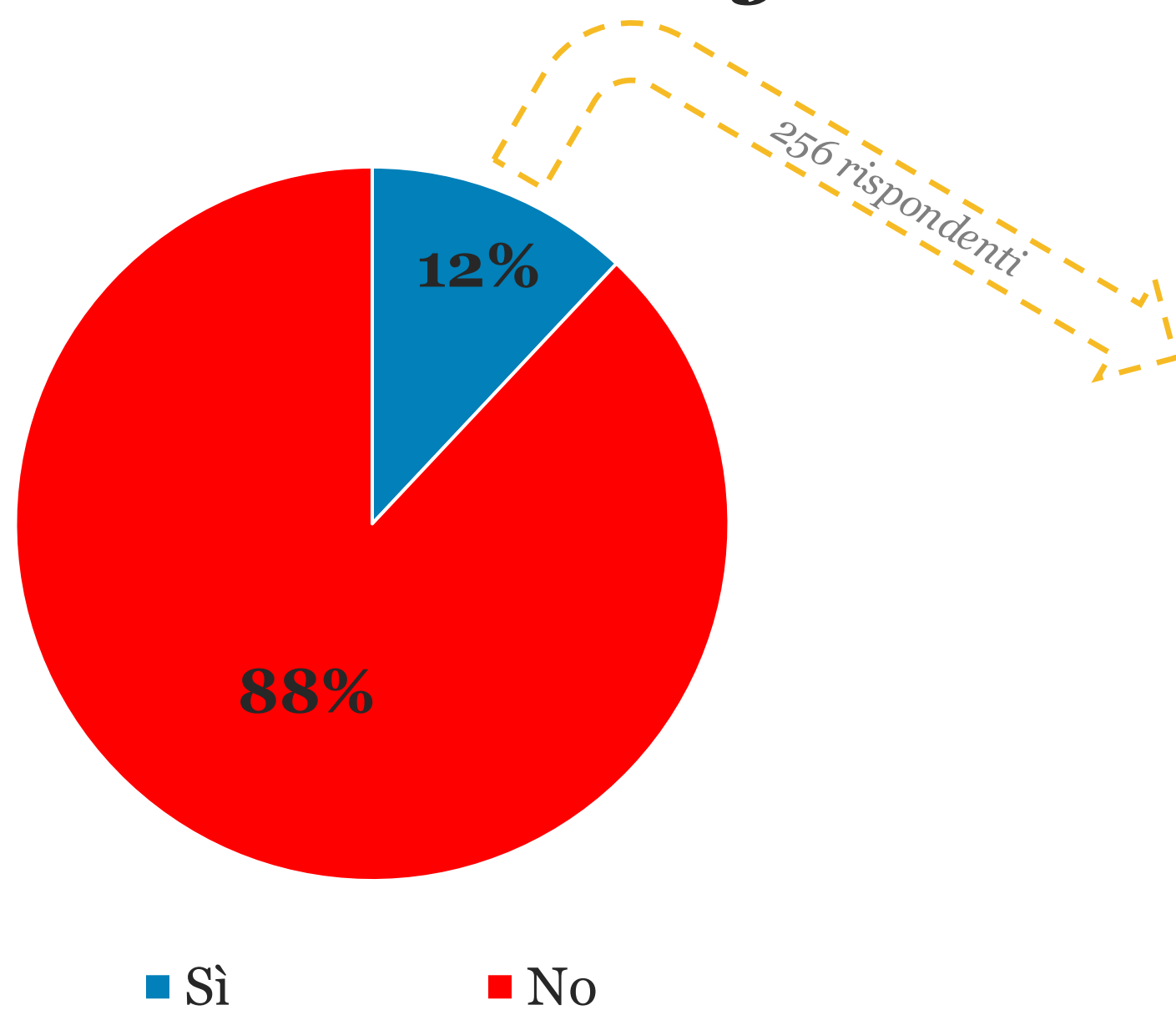
DOM.14: Quali sono secondo te i compiti / le attività che svolgono i GAL (Gruppi di Azione Locale)?



IL BRAND TERRITORIALE



Hai mai visto l'immagine?



Solo 1 intervistato su 2 ha visto il logo del brand territoriale

La ridotta intensità sulla penetrazione va controbilanciata con l'ampiezza territoriale in cui è stata attivata la ricerca.

Disaggregando i dati, la penetrazione sale al **20%** tra i conoscitori delle Valli e al **25%** tra le persone che hanno visitato il territorio.

Non sussistono «strumenti/luoghi» in cui la penetrazione è stata maggiore in maniera significativa.

Dove?



Base: 2.105

DOM.25: Hai mai visto questa immagine?

DOM.26: Dove l'hai vista?



Gli attributi comunicati

valutazione da 1 a 10

		Entro 2 ore	Oltre 2 ore
Natura	6.22	6,1	6,4
Accoglienza	6.14	6,0	6,3
Calore	6.09	5,9	6,2
Salute	5.67	5,4	5,9
Benessere	5.65	5,4	5,8
Emozione	5.55	5,4	5,7
Bontà culinaria	5.53	5,3	5,8
Arte	5.48	5,4	5,6
Bellezza	5.35	5,1	5,5
Mare	4.54	4,4	4,7

Natura e accoglienza sì, ma tiepidamente..

L'analisi della valutazione sugli aspetti valoriali comunicati istintivamente dal logo fornisce un quadro in linea con quanto il luogo dovrebbe comunicare, seppur con una risposta tiepida da parte dei rispondenti.

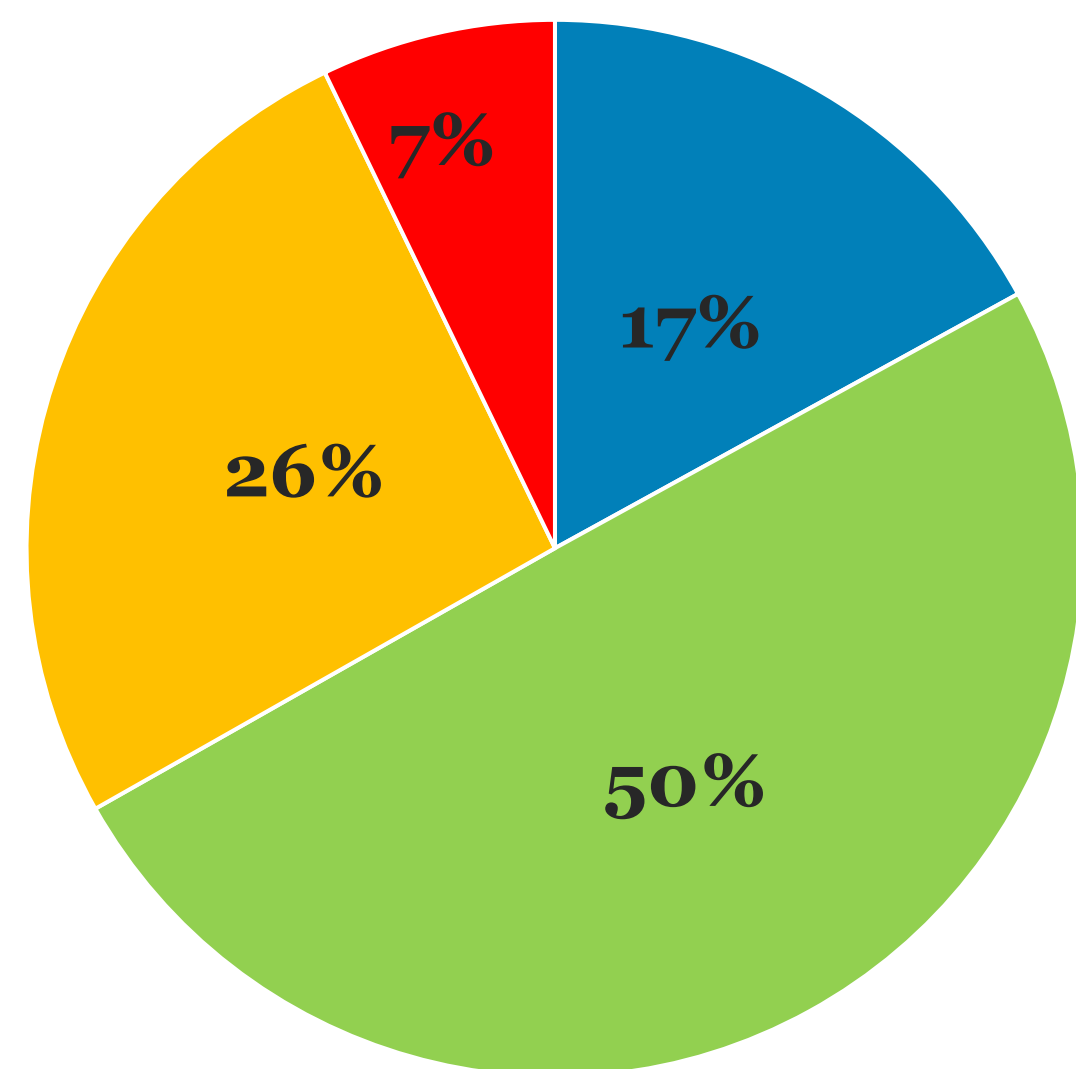
Seppur «natura» e «accoglienza» siano gli aspetti più in alto, le loro valutazioni sono di poco superiori al 7.

Da sottolineare che la «bontà culinaria», valore ampiamente riconosciuto nell'area, non trovi particolare riscontro all'interno del logo, secondo la percezione dei rispondenti.



Livello di apprezzamento

Molto+Abbastanza	%
MEDIA GENERALE	67%
Isocrona meno 2 ore	64%
Isocrona oltre 2 ore	69%
Uomo	71%
Donna	63%
Meno di 36 anni	68%
36-45 anni	64%
46-55 anni	66%
Oltre i 56 anni	70%



■ Molto ■ Abbastanza ■ Poco ■ Per nulla

Il logo piace a 2 intervistati su 3

Il logo pur essendo apprezzato, non entusiasma. Infatti, il 50% del campione, lo apprezza «solo abbastanza».

Va ricordato che per il 90% degli intervistati, il logo è stato visto per la prima volta e per pochi secondi, senza un vero e proprio storytelling.

La quota delle persone a cui non piace il logo è molto ridotta, solo il 7%.

Analizzando le principali variabili socio-anagrafiche, il logo piace maggiormente agli abitanti più distanti dalle vallate (apprezzamento 69%), uomini (71%), under 36 (68%) e over 55 (70%).

CONTACT US



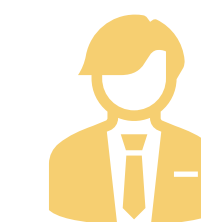
Via Scipione dal Ferro 4-
Bologna 40138



ubm.bo@ubm.bo.it



www.ubm.bo.it



Cesare Pizzirani
338 6719453
cesare.pizzirani@ubm.bo.it