

Rigenera Rovereto

Allegato 3 INDAGINI DI MERCATO

promosso da:

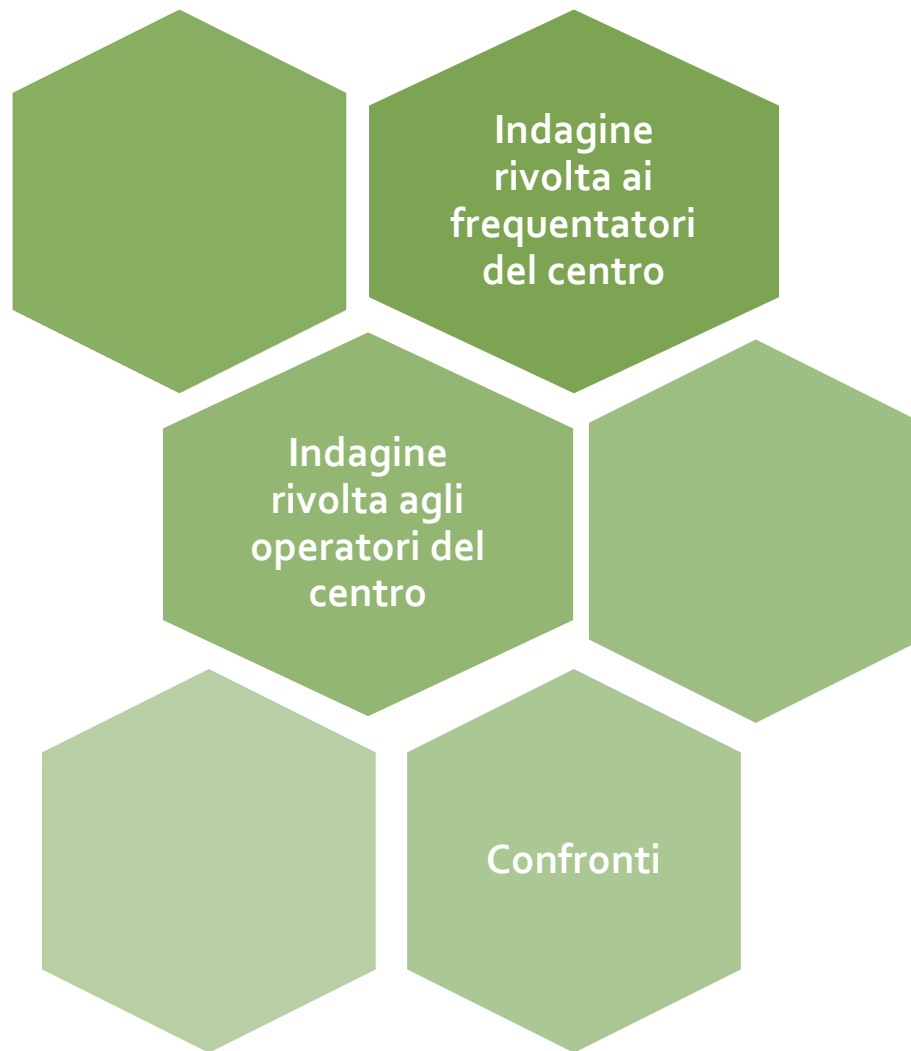


in collaborazione con



Laboratorio
Rigenerazione
Urbana
Rovereto





	N. Interviste previste	N. Interviste valide
Indagine rivolta a un campione di frequentatori del centro	250	297
Indagine rivolta a un campione di operatori di commercio turismo e servizi del centro	100	107
Totale interviste	350	414

Indice indagine frequentatori

- Il campione e il bacino di gravitazione
- Le modalità e le motivazioni di frequenza
- La frequenza e la propensione agli acquisti
- Le valutazioni sull'offerta del centro



Il campione e il bacino di gravitazione

promosso da:



in collaborazione con



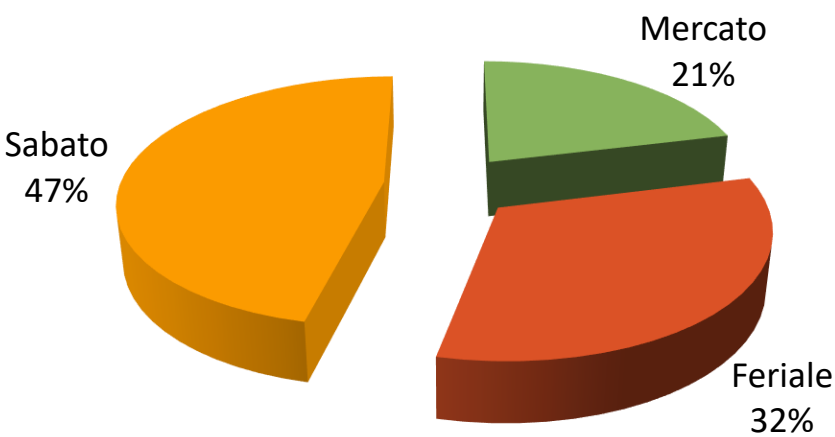
COMUNE DI ROVERETO

Laboratorio
Rigenerazione
Urbana
Rovereto



Momenti di rilevazione

- Interviste dirette realizzate tra giugno e luglio (25, 28 e 29 giugno e 2, 5 e 6 luglio) nelle giornate di martedì, venerdì e sabato).
- Luoghi di rilevazione: Piazza Erbe, Piazza Battisti, Piazza Nazario Sauro
- Sono risultate valide 297 interviste negli orari tipici del lo shopping:
 - 21,5% martedì , giorno di mercato
 - 32% venerdì, giorno feriale, mattina e pomeriggio
 - 46,5% sabato, mattino e pomeriggio.

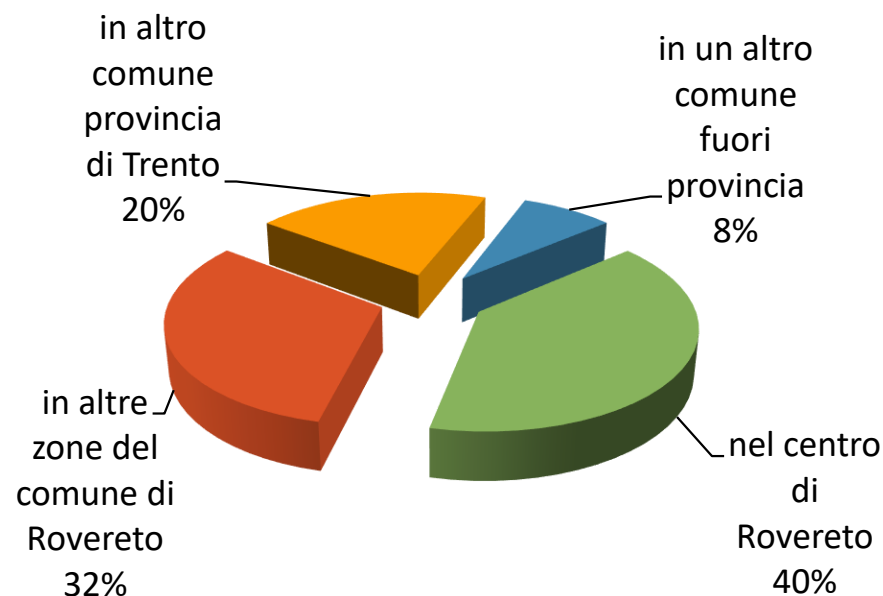
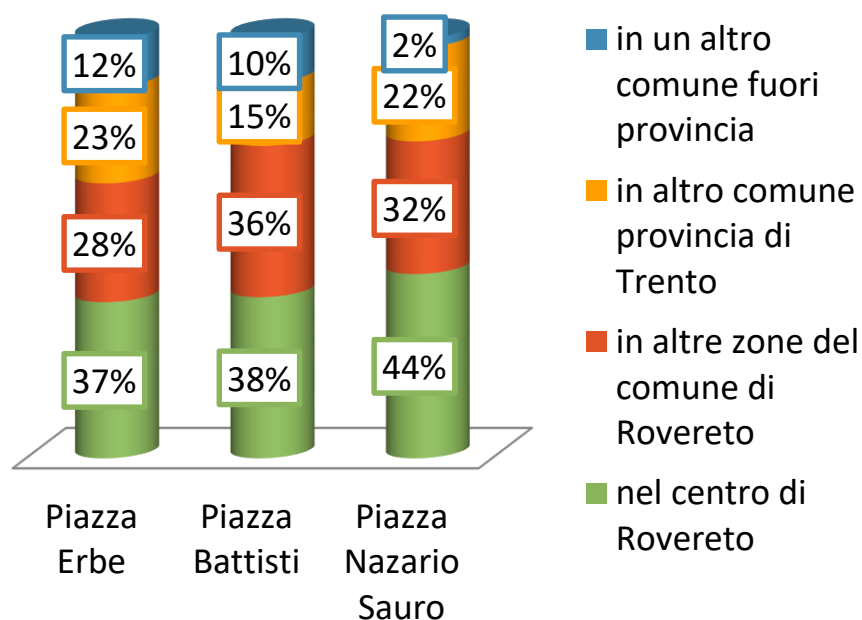


	matt.	pom.	Totale
Mercato	63	0	63
Feriale	61	35	96
Sabato	78	60	138
Totale	202	95	297

	matt.	pom.	Totale
Mercato	100%		100%
Feriale	64%	36%	100%
Sabato	57%	43%	100%
Totale	68%	32%	100%

Luogo di residenza - provenienza

- Nel comune di Rovereto abita complessivamente il 72% del campione: il 40% abita in centro e il 32% nelle zone periferiche o nelle frazioni.
- Le presenze da altri comuni sono complessivamente il 28% del totale: il 20% proviene dalla della provincia di Trento, mentre i turisti o residenti da fuori provincia sono il 8%.



- Nel campione intervistato in Piazza delle Erbe è maggiore la componente di persone che abita in aree esterne al comune (35%).
- Nel campione intervistato in piazza Nazario Sauro è più elevata la componente dei residenti in centro (44%).

Profilo demografico

Per il 63% il campione è composto da **donne**.

Sono rappresentati frequentatori di quasi tutte le fasce di età.

Pochi i giovanissimi al di sotto dei 25 anni (11%).

Per quanto riguarda la condizione professionale, il 60% è **in condizione professionale attiva**. Numerosi soprattutto gli impiegati e i lavoratori in proprio. Tra i non lavoratori, il 22% sono in pensione

Rispetto alle zone di provenienza, emerge chiaramente che quasi un terzo di chi risiede in centro è pensionato, mentre chi proviene da altre zone o da altri comuni sono lavoratori.

SESSO	In centro	Periferia/ frazione	Altro comune	Totale
Uomo	38%	41%	32%	37%
Donna	62%	59%	68%	63%
ETA'				
da 15 a 19 anni	4%	0%	2%	2%
da 20 a 24 anni	9%	13%	6%	9%
da 25 a 34 anni	12%	19%	20%	16%
da 35 a 44 anni	22%	12%	22%	19%
da 45 a 54 anni	13%	16%	15%	14%
da 55 a 64 anni	14%	26%	19%	19%
oltre 64 anni	26%	15%	15%	20%
PROFESSIONE				
Imprenditore	18%	14%	13%	15%
Lavoratore in proprio	14%	13%	15%	14%
Dirigente e impiegato	20%	18%	28%	22%
Operaio e assimilati	7%	7%	15%	9%
Disoccupato	2%	9%	5%	5%
Pensionato	27%	22%	15%	22%
Casalinga	1%	5%	2%	3%
Studente	12%	12%	6%	10%
<i>Totale</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>

Le modalità e le motivazioni di frequenza

promosso da:



in collaborazione con



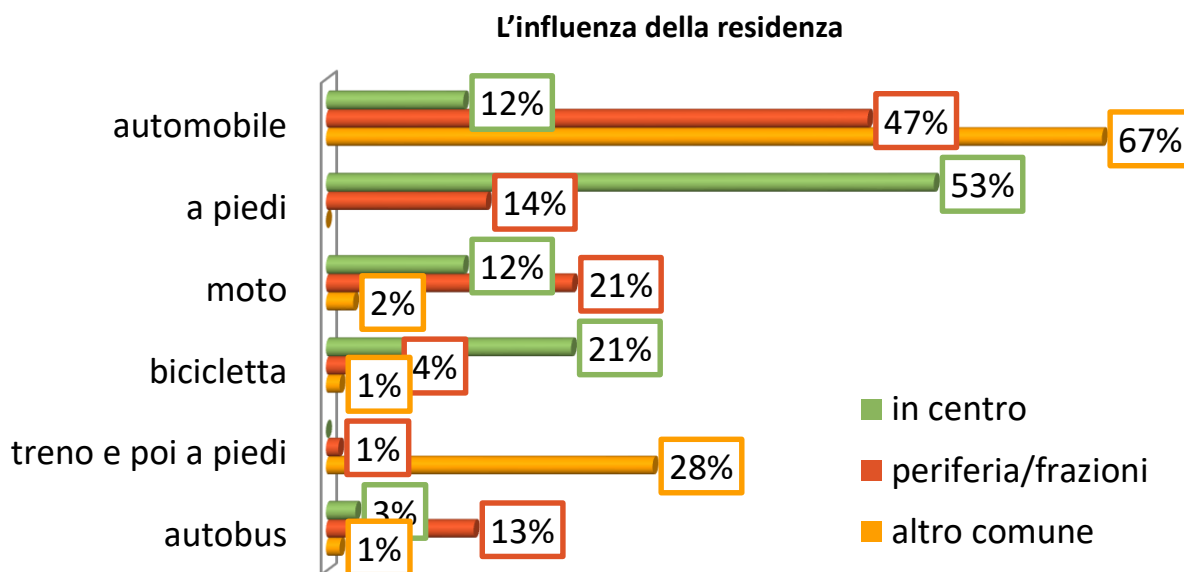
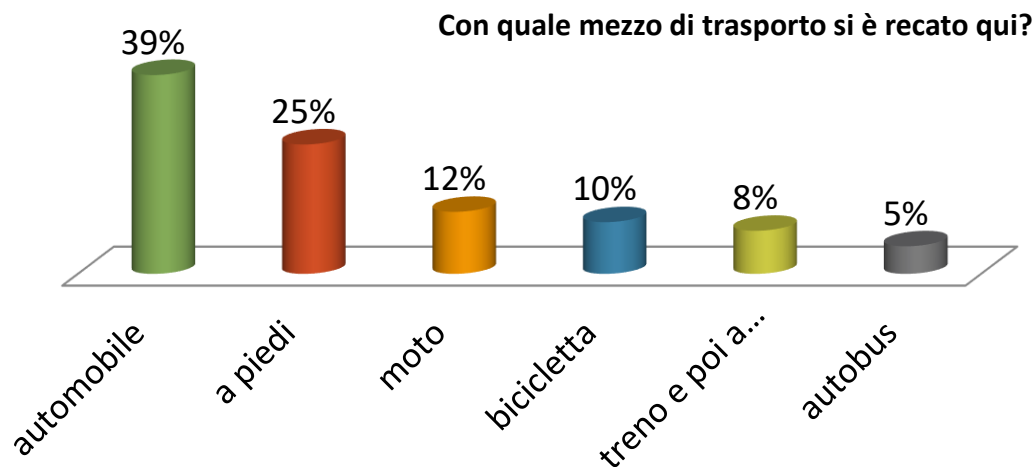
COMUNE DI ROVERETO

Laboratorio
Rigenerazione
Urbana
Rovereto



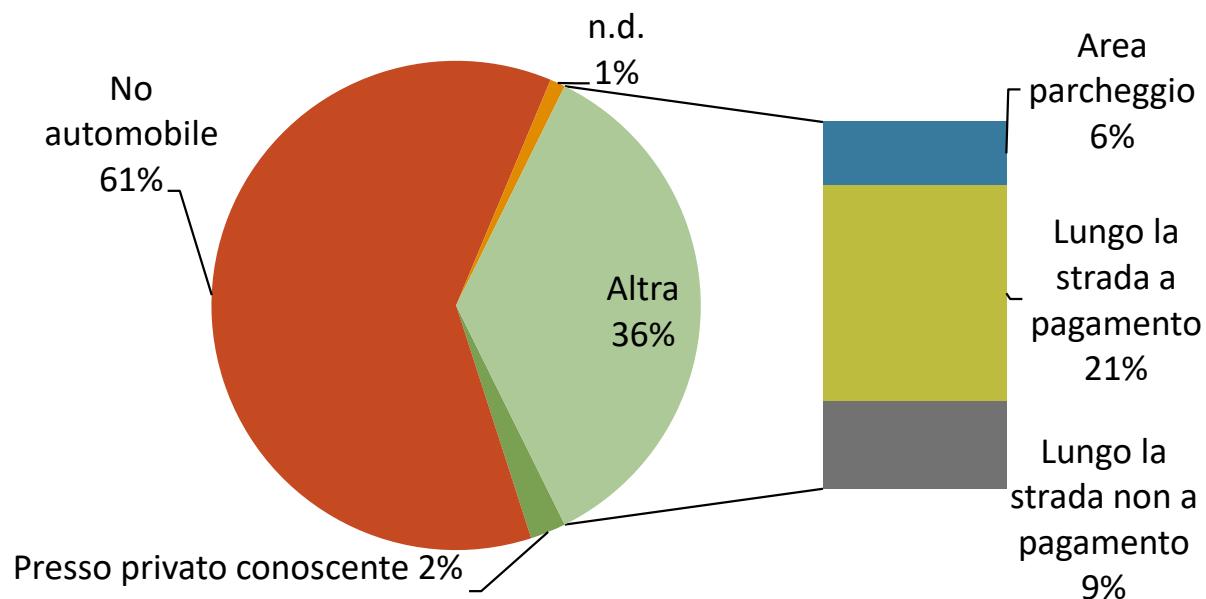
I mezzi di trasporto

- Rispetto al mezzo di trasporto, il 39% degli intervistati ha dichiarato di essere arrivato in centro in automobile.
- Risultano elevati però anche i tassi di «mobilità dolce» (si muove a piedi il 26%, in bici il 10%), ma sono soprattutto i residenti in centro ad utilizzare la bici o a muoversi a piedi.
- Chi abita in periferia, usa l'automobile (47%), la moto (21%) o l'autobus (20%)
- I non residenti utilizzano l'auto (67%) o i turisti anche il treno (28%)



Il parcheggio

- Chi ha utilizzato l'auto, l'ha lasciata lungo la strada nel 30% dei casi e nel 6% in aree adibite a parcheggio.
- I parcheggi citati sono Follone, Manzoni e Urban city
- Un 2% ha parcheggiato presso privati e conoscenti.



	in centro	periferia/ frazioni	altro comune	Totale
Lungo la strada a pagamento	18%	37%	45%	100%
Lungo la strada non a pagamento/con disco orario	8%	60%	32%	100%
Presso privato/conoscente	0%	14%	86%	100%
n.d.	0%	0%	100%	100%
Follone	0%	29%	71%	100%
Manzoni	14%	29%	57%	100%
Urban city	0%	25%	75%	100%

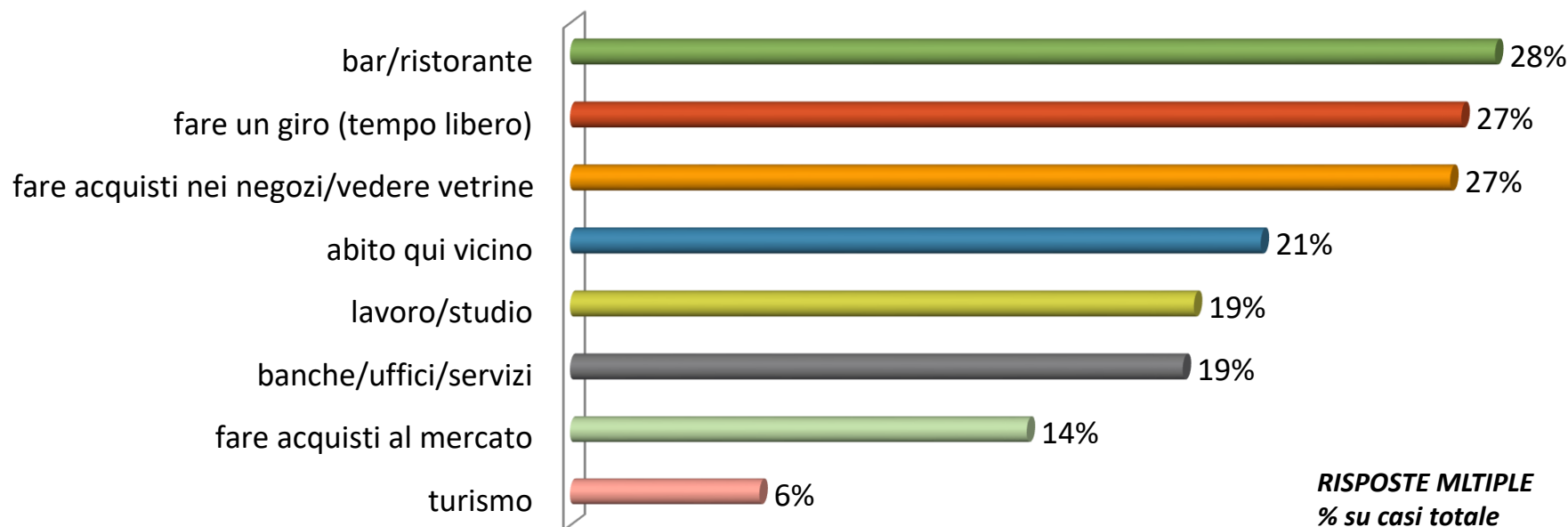
Le motivazioni di presenza

Alla domanda «Per quale motivo si trova in centro», il 28% ha risposto «per bar/ristoranti » e il 27% «per fare acquisti/vedere le vetrine» e un altro 27% per «fare un giro». La combinazione delle funzioni ludica e commerciale è prevalente.

Gli acquisti al mercato motivano la presenza dell'14% degli intervistati

Per studio e lavoro è presente il 19% degli intervistati. Sempre il 19% è in centro per commissioni (banche/servizi) Il 21% è in zona solo perché abita vicino e il 6% fa turismo.

Perché si trova in centro OGGI?



Le motivazioni di presenza per provenienza

	in centro	periferia/frazioni	altro comune	Totale
bar/ristorante	24%	47%	13%	28%
fare un giro (tempo libero)	20%	32%	31%	27%
fare acquisti nei negozi/vedere vetrine	33%	28%	16%	27%
abito qui vicino	52%	1%	0%	21%
lavoro/studio	8%	11%	44%	19%
banche/uffici/servizi	17%	19%	20%	19%
fare acquisti al mercato	17%	15%	8%	14%
turismo	0%	0%	20%	6%
Totale	100%	100%	100%	100%

RISPOSTE MLTIPLE - % su casi totale colonna

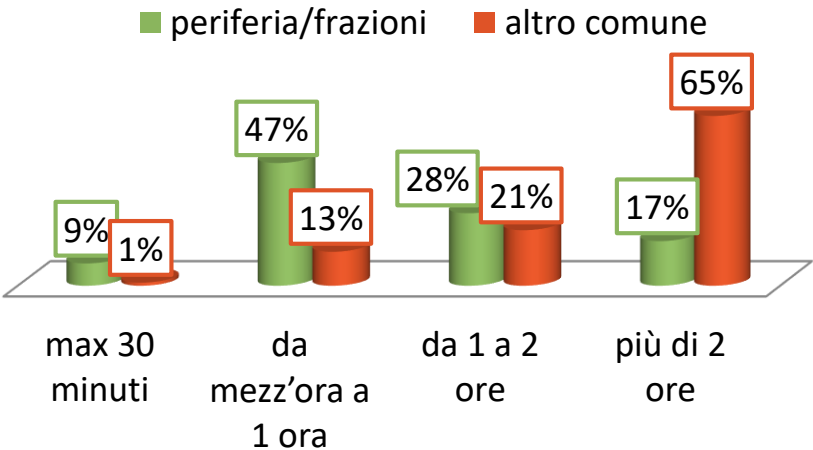
L’attrattività dei negozi e del mercato risulta maggiore per chi risiede nel comune.

I pubblici esercizi risultano attrattivi soprattutto per chi risiede fuori dal centro ma in ambito comunale (47%).

I residenti fuori dal comune frequentano il centro prevalentemente o per lavoro/studio (44%) o per tempo libero (31%)

I residenti di Rovereto che abitano fuori dal centro hanno dichiarato una permanenza in centro di non più di 2 ore (83%), mentre i non residenti si fermano più a lungo coerentemente con le motivazioni espresse.

Durata permanenza in centro



L'influenza del giorno di rilevazione

		mercato matt.	feriale mattino	feriale pom.	sabato mattina	sabato pom.
Provenienza	in centro	38%	48%	49%	33%	37%
	periferia/frazioni	33%	28%	29%	36%	30%
	altro comune	29%	25%	23%	31%	33%
Motivi di presenza	bar/ristorante	19%	41%	26%	26%	28%
	fare un giro (tempo libero)	16%	23%	34%	26%	40%
	fare acquisti nei negozi/vetrine	17%	38%	20%	26%	30%
	abito qui vicino	16%	28%	23%	19%	20%
	lavoro/studio	22%	18%	11%	21%	18%
	banche/uffici/servizi	16%	26%	34%	19%	3%
	fare acquisti al mercato	37%	0%	9%	18%	2%
	turismo	8%	2%	3%	5%	10%

- L'incidenza delle presenze dei residenti in centro sono superiori durante i giorni feriali, mentre diminuiscono al sabato, quando sono di più coloro che provengono dalle altre zone e dagli altri comuni. L'attrazione da fuori comune è elevata soprattutto nel giorno di mercato e al sabato.
- La funzione ludica del centro è tipica del sabato ma anche del venerdì pomeriggio; la presenza per acquisti è elevata il sabato pomeriggio e durante le mattine.

La frequenza e la propensione agli acquisti

NOTA METODOLOGICA

Per gli obiettivi dell'analisi da questa sezione sono state escluse le presenze occasionali (i residenti fuori regione e quelli che hanno dichiarato di essere presenti per turismo)

Il campione risulta quindi composto da 273 frequentatori

promosso da:



in collaborazione con



Laboratorio
Rigenerazione
Urbana
Rovereto



Frequentatori abituali - motivazioni

Circa la metà dei frequentatori abituali fa di solito acquisti quando si reca nel centro storico di Rovereto, nei negozi o al mercato.

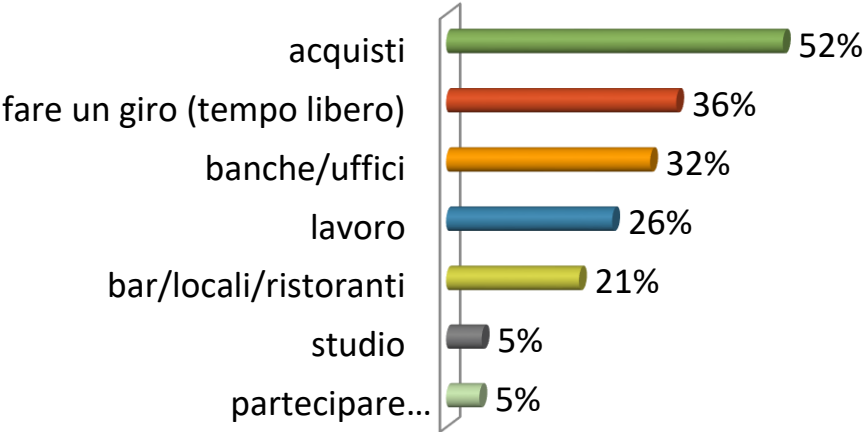
L'offerta ludica e dei pubblici esercizi attrae rispettivamente il 36% e il 32% degli intervistati

I motivi di studio e di lavoro incidono per circa il 30%, valore che si rileva anche per le funzioni di servizio (banche/uffici)

RISPOSTE MLTIPLI - % su casi totale

	in centro	periferia/ frazioni	altro comune	Totale
acquisti	60%	55%	31%	52%
fare un giro	36%	35%	34%	36%
banche/uffici	32%	28%	36%	32%
lavoro	15%	21%	52%	26%
bar/locali/ristoranti	17%	32%	10%	21%
studio	5%	7%	3%	5%
partecipare animazione/eventi	8%	2%	5%	5%

Frequentatori abituali – motivazioni



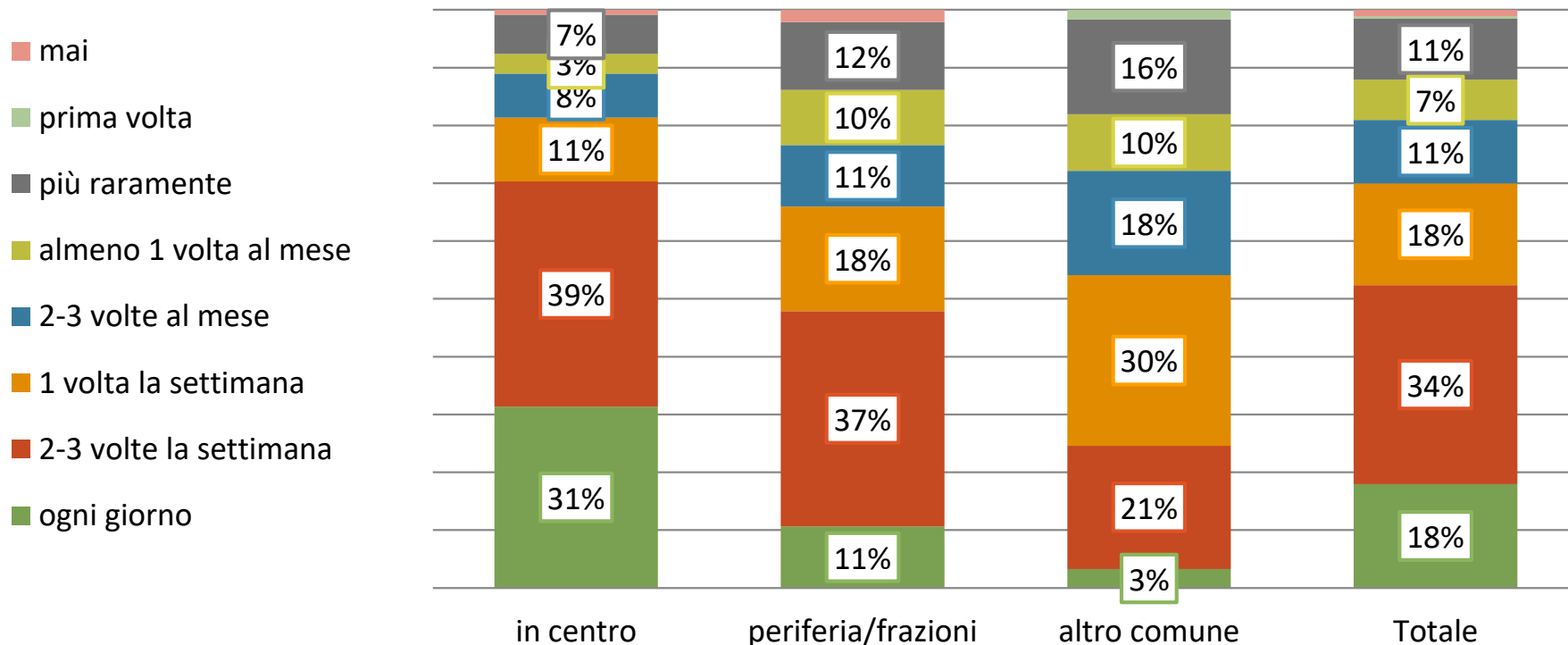
L’attrattività dei negozi e del mercato risulta maggiore per chi risiede nel comune; raggiunge il 60% per chi abita in centro. I pubblici esercizi risultano attrattivi soprattutto per chi risiede fuori dal centro ma in ambito comunale 32%.

La scelta passare in centro il tempo libero non dipende dalla provenienza.

I residenti fuori dal comune frequentano il centro prevalentemente o per lavoro/studio (55%) o per tempo libero (31%)

La frequenza di acquisti in centro

- Il **70%** frequenta il centro per acquisti almeno una volta la settimana
- I residenti in centro acquistano con una frequenza quasi quotidiana (31% ogni giorno e 39% più volte a settimana) Gli altri residenti del comune, comunque si recano in centro per acquisti con frequenza settimanale.
- La quota di acquirenti abituali è molto alta anche tra i residenti in altri comuni (NB sono stati escluse le presenze occasionali): più della metà fa acquisti con cadenza almeno settimanale
- Solo l'1% del totale non fa mai acquisti nel centro di Rovereto



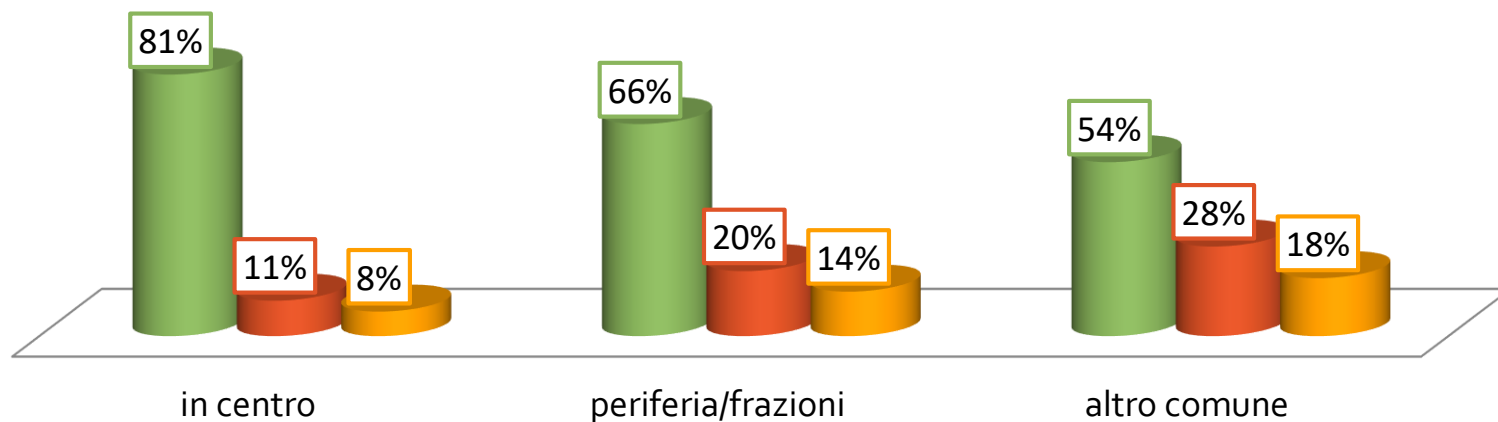
La periodicità di acquisti in centro

- Questo grafico presenta una sintesi delle frequenze di acquisto in centro sempre distinte in base alla residenza.
- L'81% dei residenti in centro fa acquisti almeno una volta la settimana.
- È elevata la frequenza settimanale anche di residenti in aree periferiche del comune (66%) ed in particolare lo è quella di coloro che risiedono fuori comune e che considerano Rovereto un polo commerciale rispetto ai loro luoghi di residenza (acquisti settimanali 54%)

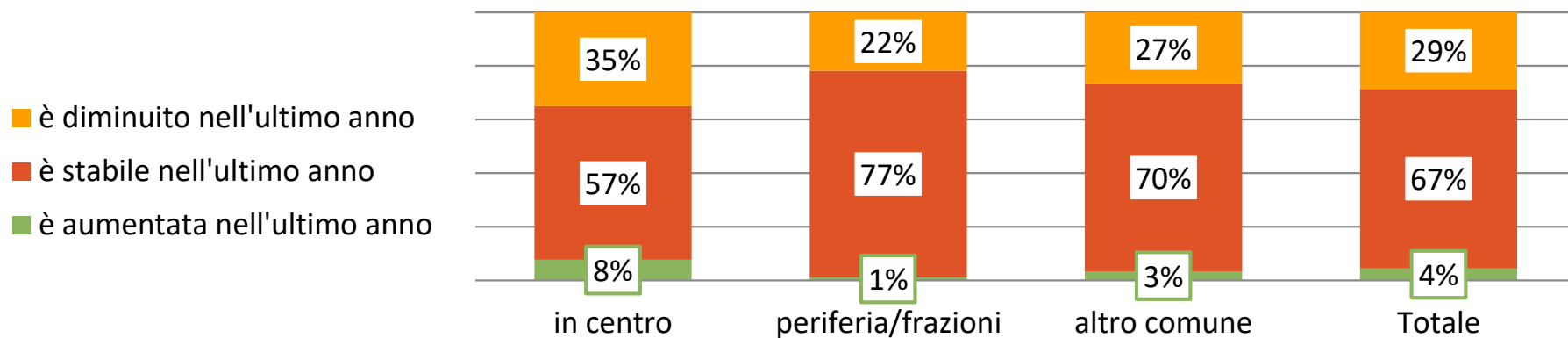
■ almeno 1 volta a settimana

■ più raramente di 1 volta a settimana ma almeno 1 volta al mese

■ più raramente di 1 volta al mese



Come è cambiata la frequenza per acquisti negli ultimi tempi/ ultimo anno

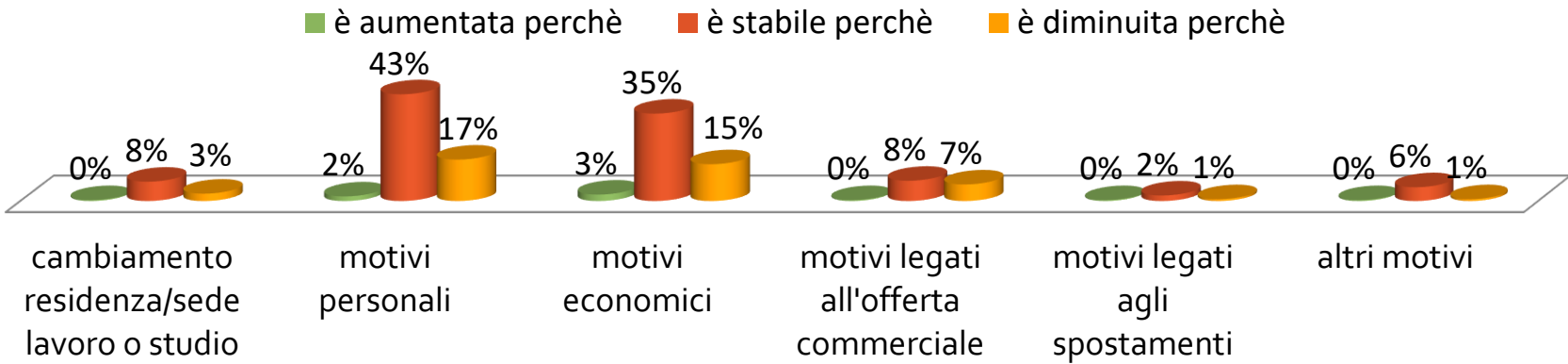


Il **67%** degli intervistati ha mantenuto **stabile** la periodicità di visita del centro per acquisti negli ultimi tempi.

Però il saldo tra chi ha aumentato e chi ha diminuito tale frequenza negli ultimi due anni è **negativo: (-25%)**.

Nello specifico, **il saldo negativo più elevato** riguarda i residenti del **centro** (-27%) ; ciò indica che si tratta più propriamente di un contenimento della spesa piuttosto che una minore propensione agli acquisti in centro.

Perché è cambiata la frequenza per acquisti



Perché la frequenza di acquisto è diminuita e non aumentata (motivi legati a offerta commerciale)	Numero citazioni
Scarsa varietà	15
Preferisce centri commerciali	13
scarsa convenienza	9
preferisce andare fuori città o altre zone	4
preferisce shopping online	3
problemi di viabilità /parcheggio	2
poca vitalità	1
scarsa offerta abbigliamento	1
Totale complessivo	48

L'aumento della frequenza per acquisti ha varie motivazioni, ma non è significativamente legata a un miglioramento dell'offerta commerciale.

Anche le ragioni della diminuzione della frequenza per acquisti è da attribuire in gran parte a motivi **personali** ed **economici**.

Il centro storico soffre della concorrenza dei centri commerciali , dell'online e di altre città e di altre aree commerciali periferiche che hanno una offerta più varia.

Chi ha aumentato la frequenza di acquisti lo ha fatto per la comodità anche dovuta ai limiti di spostamento dettati dell'età avanzata o per la preferenza verso i negozi di vicinato.

Le valutazioni sull'offerta del centro

promosso da:



in collaborazione con



Laboratorio
Rigenerazione
Urbana
Rovereto



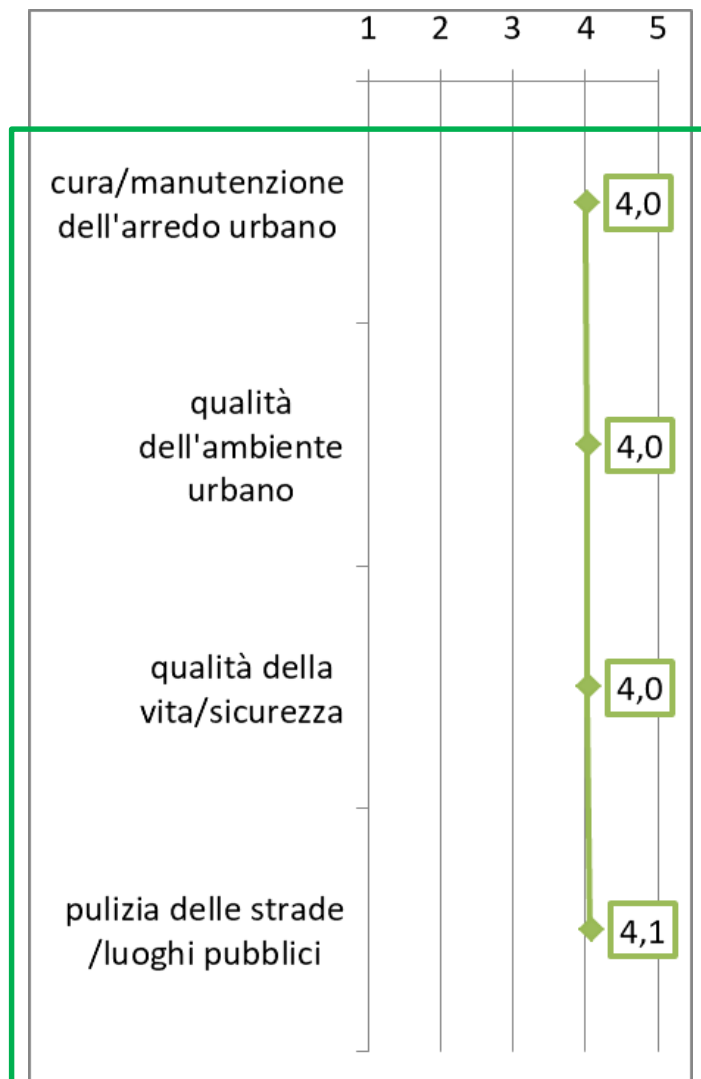
Valutazioni sulla qualità del centro di Rovereto

	Non sa giudicare	Pessimo	Scarso	Sufficiente	Buono	Ottimo	Totale
VALUTAZIONE SULL'OFFERTA COMMERCIALE							
possibilità di scelta per gli acquisti	5%	1%	8%	27%	38%	21%	100%
belle vetrine/qualità negozi	5%	0%	5%	27%	40%	22%	100%
convenienza negozi e servizi (prezzi)	4%	1%	13%	26%	36%	19%	100%
orari di negozi e servizi	6%	1%	4%	25%	42%	23%	100%
presenza bar-ristoranti	5%	1%	4%	20%	45%	26%	100%
cortesìa del personale dei negozi o locali	3%	1%	5%	22%	46%	24%	100%
qualità bar/ristoranti	5%	1%	5%	26%	43%	20%	100%
VALUTAZIONI SU AMBIENTE URBANO							
qualità dell'ambiente urbano	2%	1%	5%	16%	46%	31%	100%
cura/manutenzione dell'arredo urbano	2%	1%	3%	21%	44%	30%	100%
qualità della vita/sicurezza	5%	0%	5%	15%	44%	29%	100%
pulizia delle strade /luoghi pubblici	2%	2%	3%	16%	40%	36%	100%

- La maggior parte degli intervistati è stata in grado di esprimere una valutazione sugli aspetti inerenti la qualità dell’offerta commerciale e dell’ambiente urbano di Rovereto.
- Si è quindi deciso di utilizzare come indicatore il valore medio delle valutazioni fornire dagli intervistati e espresse su una scala da 1 a 5 (1=pessimo; 5=ottimo)

Le valutazioni su qualità della vita e ambiente urbano

Valutazioni su alcuni aspetti del centro
Scala da 1 a 5, in cui 1 = PESSIMO e 5 = OTTIMO



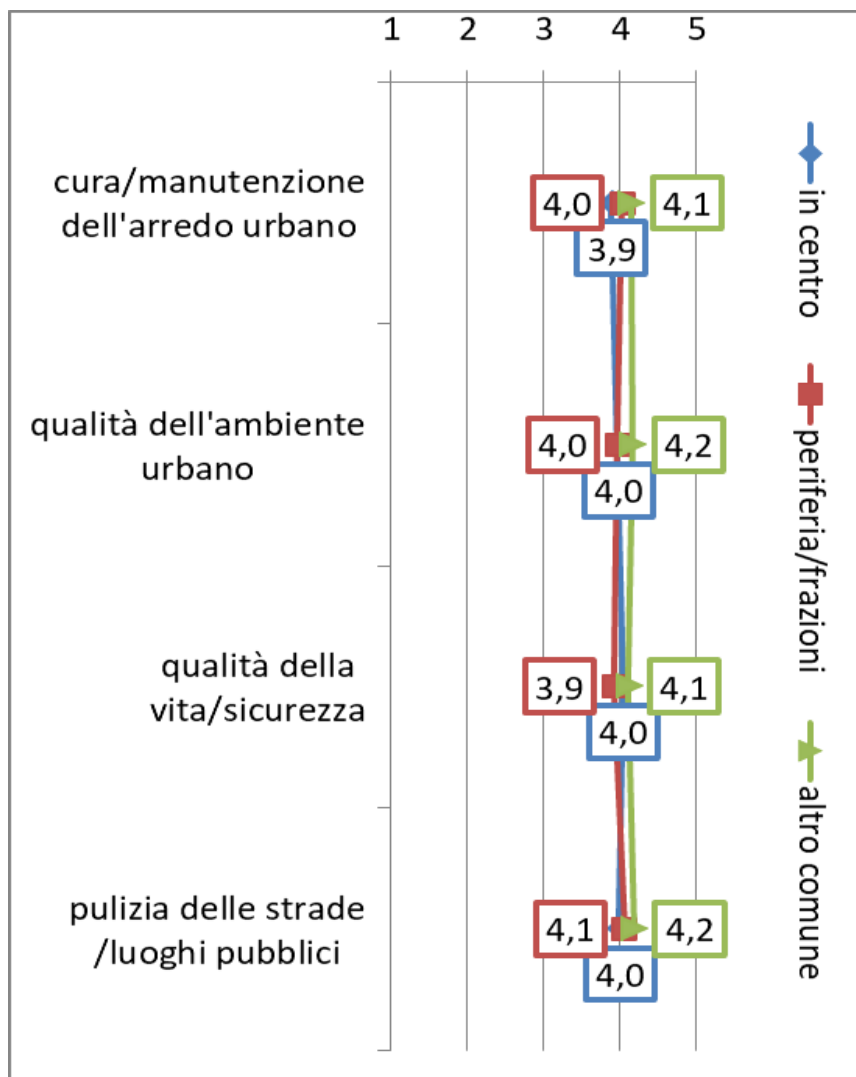
Aspetti positivi

- Le valutazioni fornite su qualità della vita e ambiente urbano del centro sono **molto elevate**: per tutti i fattori i valori medi superiori o uguali al 4.
- In particolare la pulizia delle strade/luoghi pubblici è l'elemento per eccellenza che contribuisce a qualificare l'ambiente urbano e a rendere piacevole e sicura l'esperienza in centro.

Le valutazioni per provenienza

Valutazioni su alcuni aspetti del centro

Scala da 1 a 5, in cui 1 = PESSIMO e 5 = OTTIMO

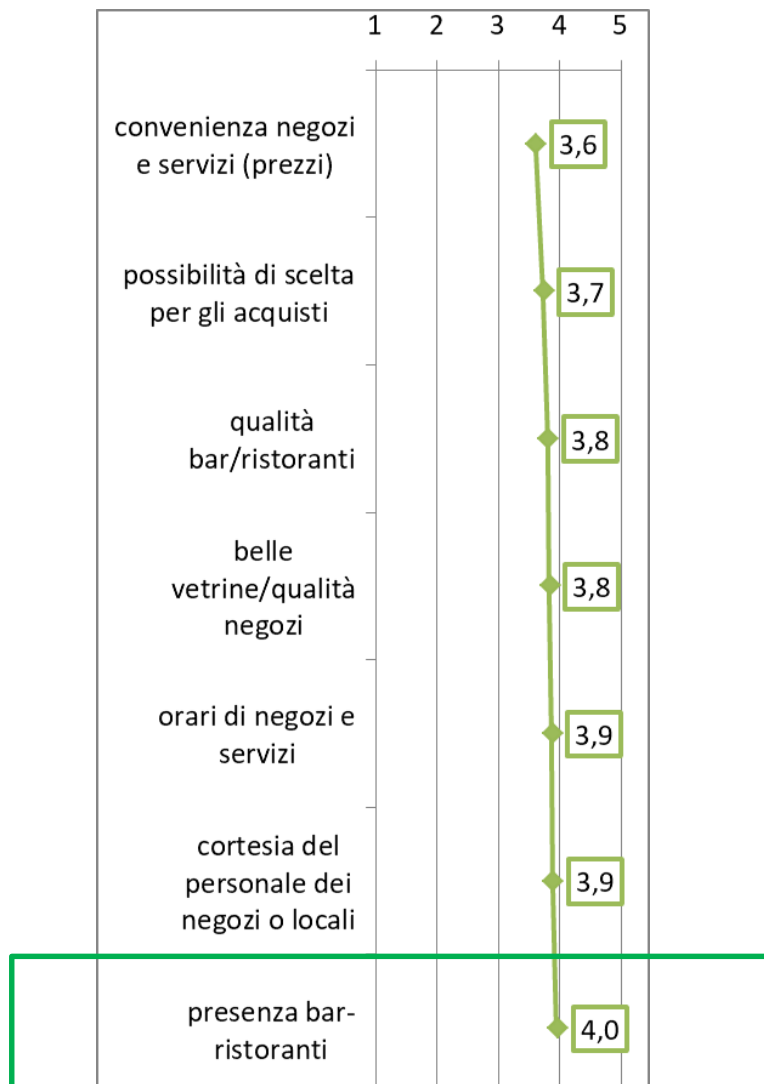


- Le valutazioni fornite sulla qualità del centro sono molto elevate per le varie tipologie di frequentatori, pertanto possono essere segnalati solo segnali deboli riconducibili a piccole differenze nei valori
- I residenti** hanno fornito il **valore più basso** sulla cura e manutenzione dell'arredo urbano e gli abitanti di altre zone del comune hanno fornito la valutazione più bassa per la qualità della vita e la sicurezza.
- I frequentatori occasionali o da altre province** sono i più soddisfatti in generale.

Le valutazioni sull'offerta

Valutazioni su alcuni aspetti del centro

Scala da 1 a 5, in cui 1 = PESSIMO e 5 = OTTIMO



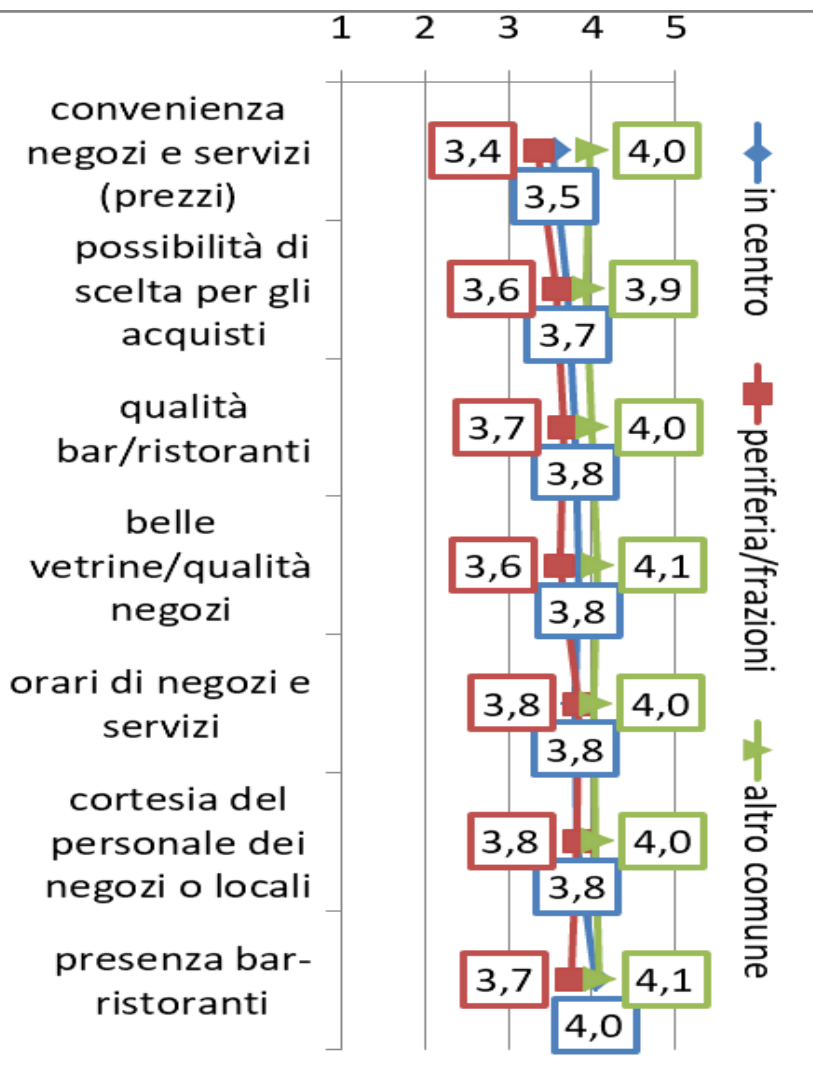
Aspetti positivi

- Anche per quanto riguarda l'offerta «commerciale» il giudizio che ne emerge è generalmente **positivo** (tutti i valori medi sono **superiori al 3,5**)
- Tuttavia **solo la dotazione pubblici esercizi** raggiunge una **valutazione eccellente (4)** e uguale a quella registrata per i fattori di qualità dell'ambiente urbano.
- Vicino all'eccellenza anche le valutazioni sul livello di servizio dell'offerta commerciale (cortesie del personale e orari) e sulla qualità.
- Sempre molto positive ma **con valutazioni inferiori** risultano i fattori legati alla **convenienza e alla possibilità di scelta**

Le valutazioni sulla qualità commerciale del centro per i frequentatori

Valutazioni su alcuni aspetti del centro

Scala da 1 a 5, in cui 1 = PESSIMO e 5 = OTTIMO



- In generale, gli intervistati che risiedono nella periferia/frazioni nel comune di Rovereto sono stati meno generosi nelle valutazioni sull'offerta commerciale.
- In particolare hanno segnalato criticità sulla convenienza e la varietà e qualità dei negozi del centro, pur valutandoli positivamente nell'insieme.
- I residenti in altri comuni e i turisti invece hanno dato valutazioni di eccellenza su tutte le voci e nel complesso sono i più soddisfatti.
- I residenti del centro sono critici solo sull'aspetto della convenienza.

3 eventi che consiglierebbe

Eventi	Numero di citazioni
Natale	76
Educa	49
Un borgo e suo fiume	43
Notte Verde	29
Rovereto in fiore	13
Street Food	12
Vintage festival	9
Strongman run	7
Meteo Orologia	6
Bande in Piazza	5
Jazz	5
Oriente Occidente Danza festival	4
Festival artisti di strada	3
Festival cibi internazionali	3
Halloween	3
Rassegna teatrale	3
Carnevale	2
Festival	2
Festival Mozart	2
MART eventi	2
SEGUE TABELLA	

Eventi	Numero di citazioni
700 900 musica	1
Cinema archeologico	1
Festa dell'artigianato	1
Mercato multietnico	1
Palio della Querca	1
Piazze dei sapori	1
Rovereto Venexiana	1
Sapori regionali	1
Serata musicale in borgo santa Caterina	1
Urban Festival	1

Circa la metà degli intervistati ha saputo indicare eventi che consiglierebbe.

Il Natale, con i mercatini e gli eventi è stato citato 76 volte. Seguono ma con la metà delle segnalazioni «Educa» (il festival dell’Educazione) e «un Borgo e il suo fiume» che si tiene a Borgo Sacco.

Si svolgono invece in centro la Notte verde, Rovereto in fiore e i festival dello Street food e del Vntage.

È stato citato un solo evento sportivo «Strongman Run»

Gli altri eventi sono musicali e culturali

Cosa manca secondo lei nel centro di Rovereto

OFFERTA COMMERCIALE

cosa manca	citazioni	% totale
NIENTE	96	32%
abbigliamento	14	5%
duplicazione chiavi	13	4%
pescheria	10	3%
botteghe artigiane	9	3%
prodotti tipici	8	3%
calzature	6	2%
macelleria	6	2%
libreria	5	2%
alimentari	3	1%
calzolaio	3	1%
musica	3	1%
souvenir	3	1%
falegname	2	1%
arredo	1	0%
SEGUE TABELLA		

cosa manca	citazioni	% totale
arrotino	1	0%
bricolage	1	0%
casalinghi	1	0%
elettricista	1	0%
fotografo	1	0%
galleria arte	1	0%
merceria	1	0%
oreficeria	1	0%
sartoria	1	0%
tessuti	1	0%
weed shops	1	0%
Totale complessivo	193	65%

Gli intervistati hanno segnalato la necessità di negozi di abbigliamento precisando in alcuni casi la necessità di una offerta più conveniente ma di qualità. È stata segnalata anche la mancanza di specializzati alimentari (pescherie). Andrebbe rafforzata l'offerta di attività di artigianato di servizio (duplicazione chiavi, calzolaio falegname, ecc) e quella commerciale rivolta ai turisti con botteghe artigiane di antichi mestieri, prodotti tipici e souvenir,

Cosa manca secondo lei PUBBLICI ESERCIZI E CENTRO

Cosa manca	citazioni	% sul totale
NIENTE	97	33%
fast food	12	4%
per giovani	12	4%
cucina locale	11	4%
locali/bar serali	10	3%
ristoranti pesce	8	3%
più convenienti	6	2%
eventi di qualità	4	1%
eventi musicali	3	1%
per turisti	3	1%
spazi per eventi/concerti ecc	3	1%
birreria artigianla	2	1%
cucina etnica	2	1%
osteria	2	1%
bowling	1	0%
cucina internazionale	1	0%
karaoke	1	0%
per bambini	1	0%
per coworking	1	0%
per pausa pranzo	1	0%

- Le richieste rispetto all'offerta di bar, bar locali e ristoranti, che merge dalle risposte aperte, si concentra su una integrazione degli esercizi già presenti con formule più innovative e rivolte alla clientela giovane (apericena, etnico, fast food, birreria artigianale, ecc).
- Anche l'offerta di ristorazione basata sulla cucina locale può essere rafforzata per un servizio migliore che sia più efficace rispetto alla clientela turistica oltre che a quella locale
- In questa risposta aperta gli intervistati sono stati invitati a segnalare in generale altre criticità relative al centro.*
- Dalle risposte riclassificate è emersa , anche se dal numero di citazioni si può considerare un segnale debole, la necessità di migliorare la manutenzione di strade e verde, la pulizia delle strade e la segnaletica*

Che cosa esprime meglio l'immagine / vocazione di Rovereto?

	Per niente	Poco	Abbastanza	Molto	Totale
Città industriale, dell'innovazione e tecnologia	3%	20%	49%	28%	100%
Città dello sport	1%	14%	54%	32%	100%
Città della cultura	2%	20%	50%	28%	100%
Città dei giovani	13%	25%	39%	24%	100%
Città della pace	3%	15%	51%	31%	100%

Ai frequentatori è stato chiesto di scegliere tra **5 possibili espressioni** quella in grado di esprimere al meglio l'immagine o la vocazione di Rovereto.

Tutte le espressioni sono abbastanza rappresentative dell'immagine di Rovereto.

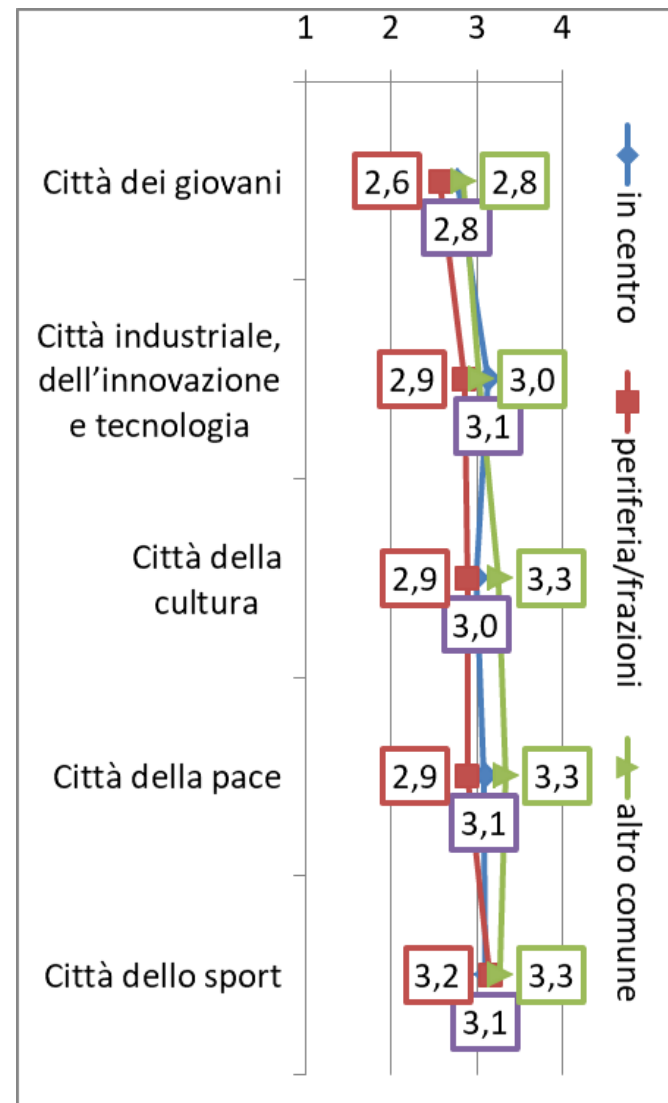
Solo il 3% non ha voluto esprimere la sua scelta.

Che cosa esprime meglio l'immagine / vocazione di Rovereto?

Rovereto risulta essere una **città dinamica da un punto di vista sportivo**, ma poco verso i giovani; «città dei giovani non ha raggiunto la soglia di accettabilità (3 in una scala di 4 valori)

È una città che esprime i valori di una convivenza pacifica, a cui viene riconosciuta anche la vocazione culturale e di polo economico.

Le scelte sono omogenee in base alla provenienza.



Scala da 1 a 4, in cui 1 = PER NIENTE e 4= MOLTO

Indice indagine operatori

- Il campione
- Le valutazioni sull'offerta del centro
- La notorietà e la valutazione delle iniziative
- Partecipazione alle iniziative per il centro



Il campione

promosso da:

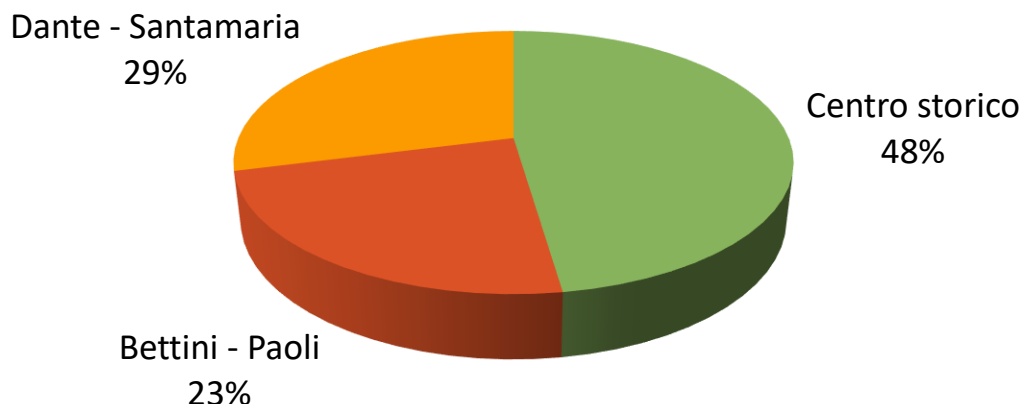


in collaborazione con



Laboratorio
Rigenerazione
Urbana
Rovereto



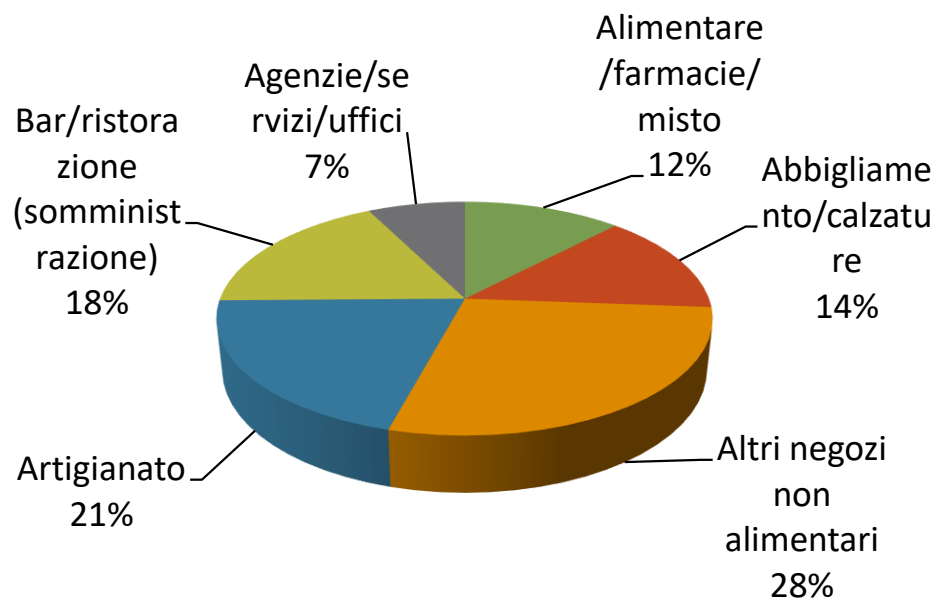


- Sono state realizzate **107** interviste valide rivolte a operatori di commercio, pubblici esercizi, attività dell'artigianato e altri servizi del centro storico nel periodo tra il 24/06/2019 e il 2/7/2019
- Le interviste sono state somministrate in modalità face to face presso le attività presenti nei principali assi commerciali del centro storico (48%), nell'area Bettini – Paoli (23%) e Dante – Santamaria (29%)

Vie e piazze

Centro storico (51 operatori)	Bettini – Paoli (25 operatori)	Dante – Santamaria (31 operatori)
CARDUCCI	BETTINI	CAMPAGNOLE
CHIESA	BEZZI	CANESTRINI
CONCIATORI	INDIPENDENZA	DANTE
DELLA TERRA	PAGANINI	FOLLONE
ERBE	PAOLI	FONTANA
GARIBALDI	PIOMARTA	LEONI
GIOVANNA MARIA DELLA CROCE	POSTA	NAZARIO SAURO
MALFATTI	ROSMINI	NEGRELLI
MAZZINI	ROSSARO	PAROLARI
MERCERIE	SAN GIOVANNI BOSCO	SAIBANTI
MESSAGGERO	SAVIOLI	SANTA CATERINA
OCHE	TOMMASEO	SANTA MARIA
OREFICI	XXV APRILE	SETAIOLI
PODESTA		TACCHI
PORTICI		
REDENTORE		
RIALTO		
ROMA		
SCUOLE		
SOTTOPORTICO DEL LEONE		
STOPPANI		
SUFFRAGIO		
TARTAROTTI		
VALBUSA GRANDE		
VALBUSA PICCOLA		

Le attività del campione

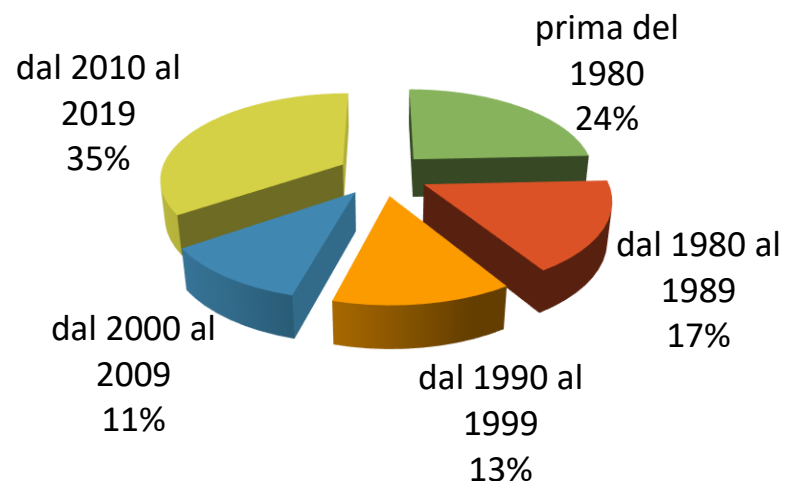


- Il 47% delle attività è stata avviato dopo il 2000, si tratta quindi di un mix equilibrato di attività storiche e punti vendita più recenti

Tipo di attività

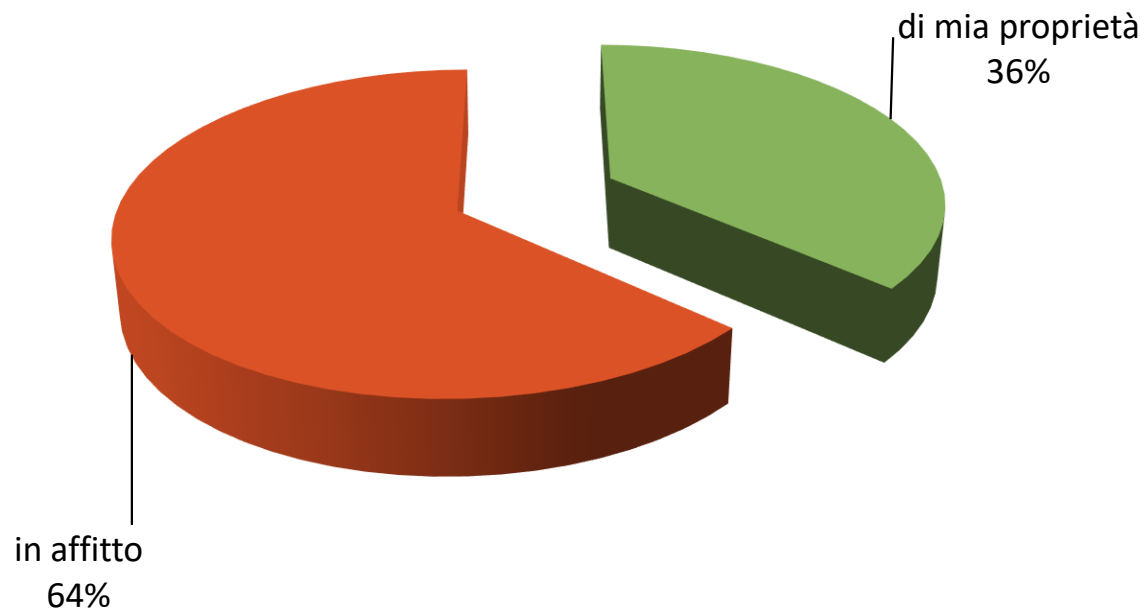
- Le attività commerciali sono il 54% del totale; le altre sono bar/ristoranti (18%), artigianato (21%) o attività di servizio (7%)

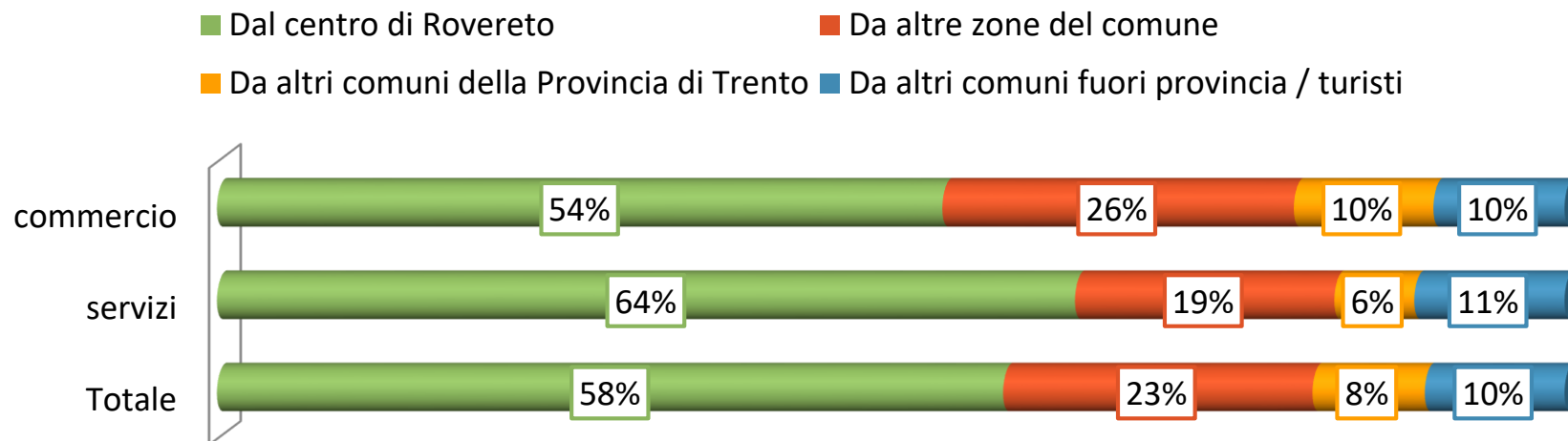
Anno inizio attività



I locali sono...

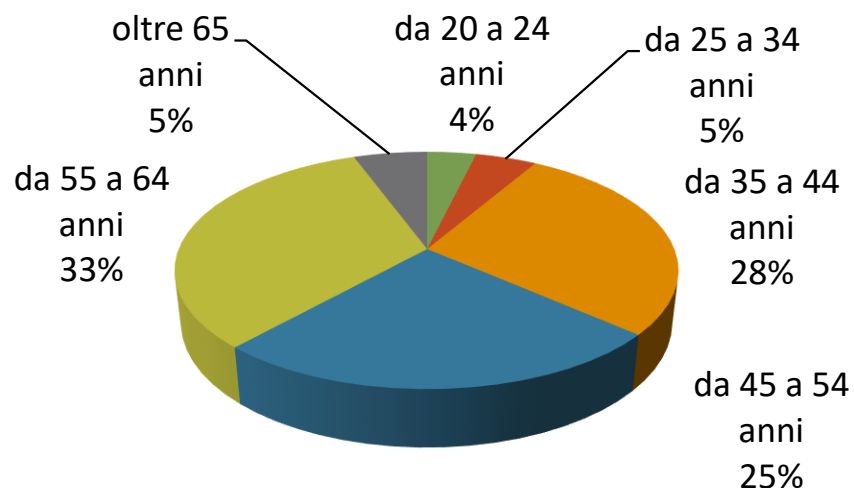
- I locali sono prevalentemente in affitto (64%)



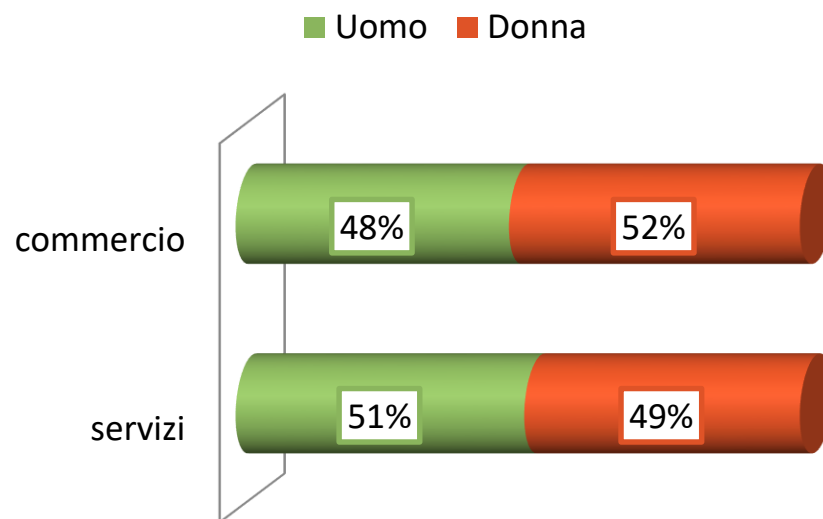
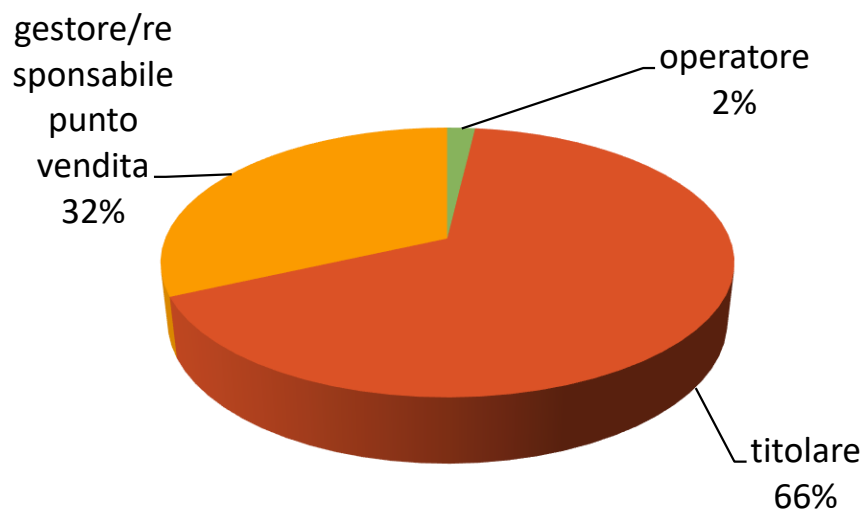


- Gli operatori hanno dichiarato che in media il 58% della loro clientela risiede nel centro di Rovereto.
- Nei servizi, che comprendono pubblici esercizi, artigianato e servizi in senso stretto, questa quota raggiunge il 64% mentre nel commercio risulta stimata nell'ordine del 54%.
- Il 23% è clientela che proviene dalle altre aree del comune (zone di periferia e frazioni.)
- La capacità attrattiva della rete di attività economiche del centro da altri comuni si attesta sul 18-20%.
- I servizi hanno un ambito di riferimento più locale.

Gli operatori intervistati



- Nel campione risulta qualificato rispetto agli obiettivi del monitoraggio perché è composto per il 66% da titolari e per il 32% da gestori o responsabili del punto vendita. Sono presenti al 50% imprenditori che imprenditrici
- Il 37% degli intervistati ha meno di 45 anni, ma la quota più rilevanti è quella con un età tra i 45 ai 64 anni (58%)



Le valutazioni sull'offerta del centro

promosso da:



in collaborazione con



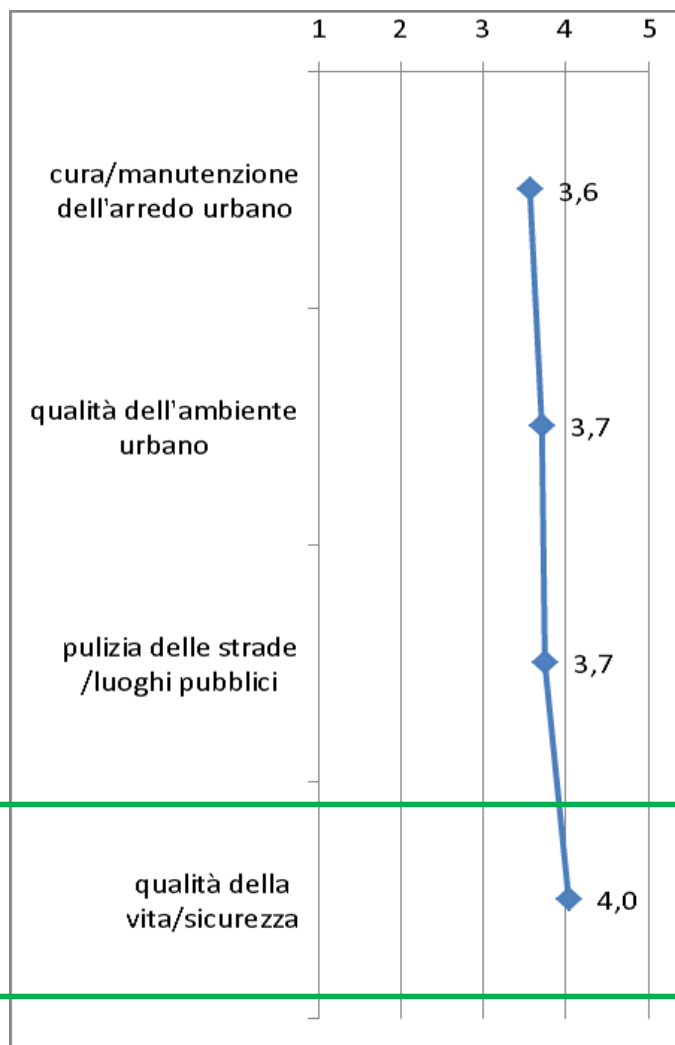
Laboratorio
Rigenerazione
Urbana
Rovereto



Valutazioni sulla qualità del centro

Valutazioni su alcuni aspetti del centro

Scala da 1 a 5, in cui 1 = PESSIMO e 5 = OTTIMO



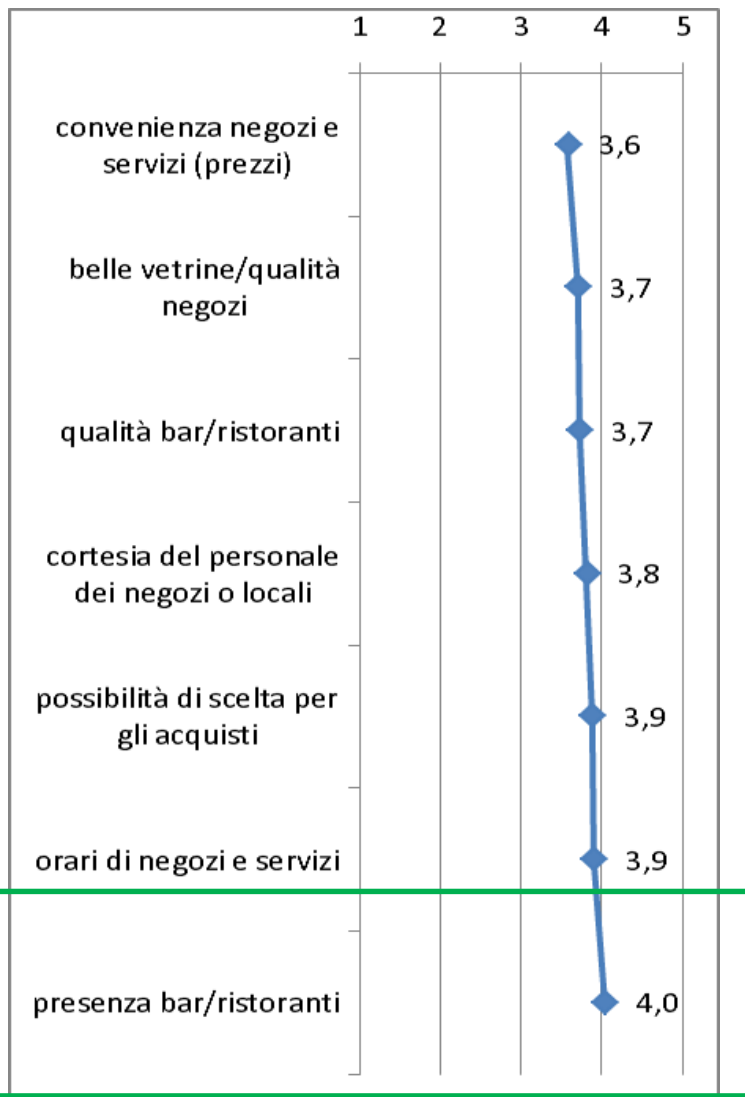
*Aspetti
positivi*

- Anche gli operatori hanno fornito giudizi **positivi** su tutti i componenti della qualità della vita e dell'ambiente urbano.
- La qualità della vita e la sicurezza sono l'aspetto che ottiene il giudizio medio più alto (4= eccellenza)
- Più che buoni anche i giudizi riferiti a pulizia, cura e qualità dell'ambiente urbano.

Valutazioni sull'offerta commerciale

Valutazioni su alcuni aspetti del centro

Scala da 1 a 5, in cui 1 = PESSIMO e 5 = OTTIMO



*Aspetti
positivi*

- Anche per quanto riguarda i fattori di «auto valutazione» il giudizio che ne emerge è **generalmente positivo**; tutti i valori sono superiori al 3,5.
- Si identifica nella dotazione dei pubblici esercizi il punto di forza dell'offerta;
- Vicino all'eccellenza anche le auto valutazioni sulla possibilità di scelta dei negozi e sul livello di servizio dell'offerta commerciale (orari e cortesia del personale)
- Positive le valutazioni sull'immagine e la convenienza dei punti vendita del centro.

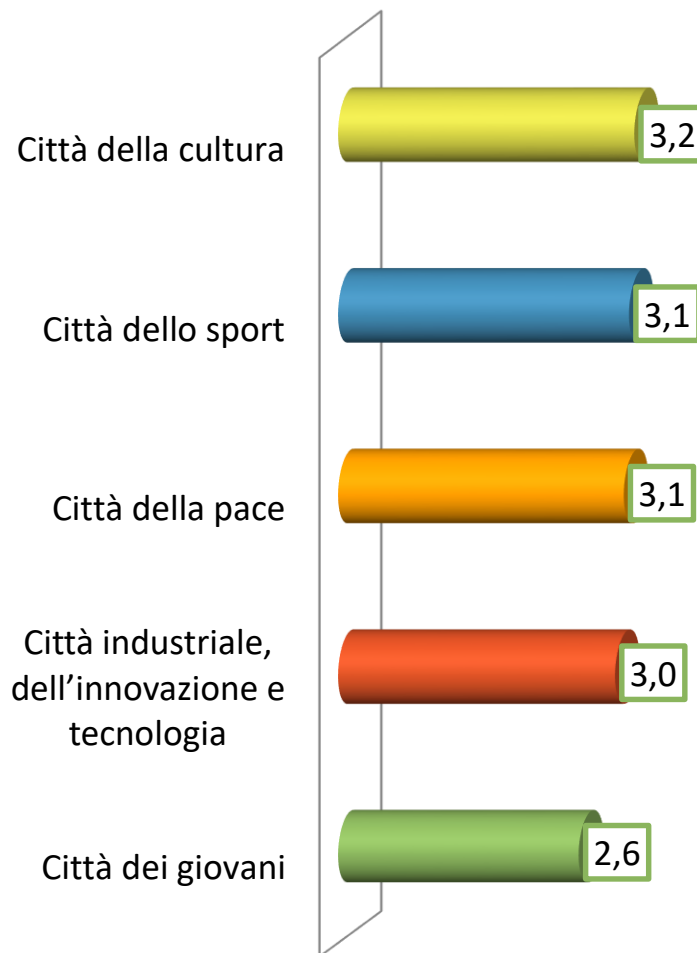
Che cosa esprime meglio l'immagine / vocazione di Rovereto?

	Per niente	Poco	Abbastanza	Molto	Totale
Città industriale, dell'innovazione e tecnologia	9,5%	19,0%	36,2%	35,2%	100,0%
Città dello sport	1,0%	15,2%	54,3%	29,5%	100,0%
Città della cultura	1,0%	14,3%	50,5%	34,3%	100,0%
Città dei giovani	23,8%	22,9%	24,8%	28,6%	100,0%
Città della pace	3,8%	14,3%	53,3%	28,6%	100,0%

Anche agli operatori è stato chiesto di scegliere tra 5 possibili espressioni quella in grado meglio di esprimere l'immagine o la vocazione di Rovereto.

Quasi tutte le espressioni sono abbastanza rappresentative per la stragrande maggioranza degli operatori-

Che cosa esprime meglio l'immagine / vocazione di Rovereto?



Scala da 1 a 4, in cui 1 = PER NIENTE e 4= MOLTO

- L'immagine della città, nella percezione degli operatori risultata associabile a più temi: la cultura, lo sport, la pace e l'innovazione.
- L'unica definizione che non ha raggiunto la soglia di accettabilità (3 in una scala di 4 valori) è quella di Città dei Giovani; su questo aspetto quindi vi sono margini di miglioramento

Partecipazione alle iniziative per il centro

promosso da:



in collaborazione con



Laboratorio
Rigenerazione
Urbana
Rovereto



Disponibilità a partecipare a iniziative per il centro

Disponibilità ad essere coinvolto



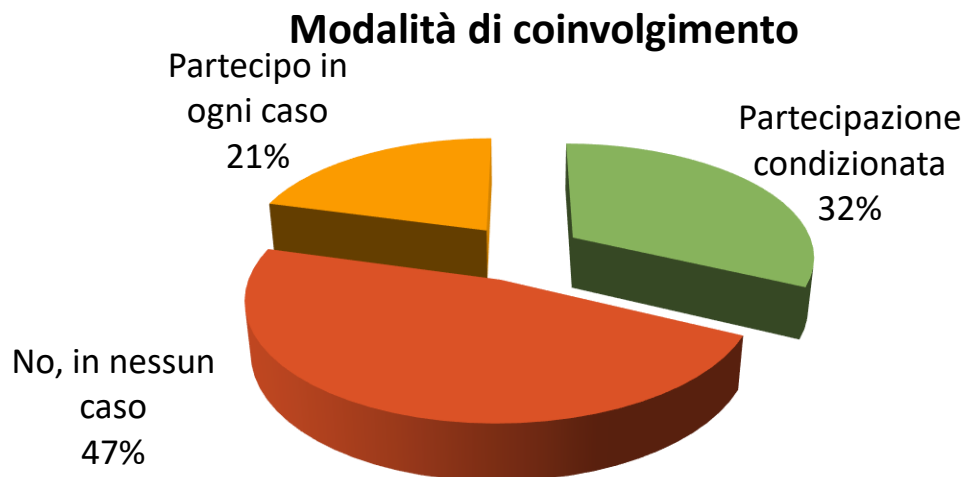
Scala da 1 a 4, in cui 1 = per niente e 4= molto

- In linea di principio almeno il 75% degli operatori intervistati si è rivelato **«abbastanza»** disponibile ad essere coinvolti in alcune iniziative.
- L'iniziativa che ha riscosso maggiore disponibilità è quella relativa a **«iniziative di gruppo/strada con altri commercianti»**
- Anche le **iniziative nello spazio pubblico davanti al negozio/locale** sono considerate utili dall'80% ma qui prevale «abbastanza» sul «molto»
- Un po' più scettico il campione sull'utilizzo dei locali sfitti per iniziative

	Per niente	Poco	Abbastanza	Molto	Totale
Iniziative di gruppo/strada con altri commercianti	8,5%	12,3%	35,8%	43,4%	100,0%
Usare locali sfitti per iniziative	12,3%	11,3%	36,8%	39,6%	100,0%
Iniziative nello spazio pubblico davanti al negozio/locale	9,4%	10,4%	45,3%	34,9%	100,0%

Disponibilità a partecipare a iniziative per il centro

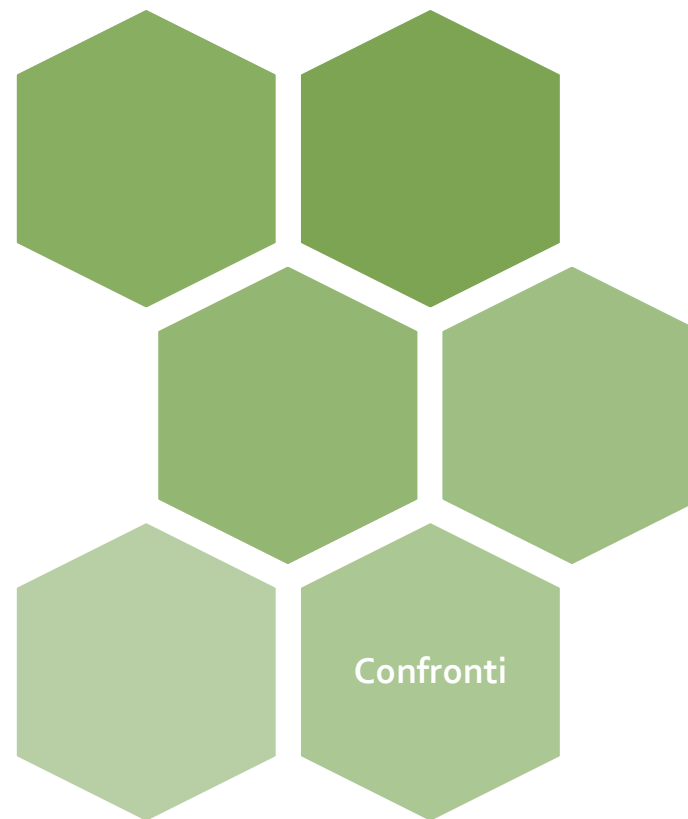
- Su iniziative generiche invece a propensione alla partecipazione a iniziative per l'animazione del centro urbano non è molto alta.
- Solo il 21% non pone condizioni alla partecipazione, mentre il 32% richiede di valutare preliminarmente il tipo di iniziative per verificarne le ricadute e la coerenza con la propria attività. Inoltre per alcuni è importante che non ci siano costi aggiuntivi e che non siano richieste aperture straordinarie e nei giorni festivi.
- **Il 47%, non è comunque disponibile** Chi ha detto «abbastanza» evidentemente è comunque reticente ad essere direttamente coinvolto
- Quindi solo il 20% si dimostra facilmente coinvolgibile,



CONDIZIONI PER PARTECIPARE	citazioni
dipende dal tipo di proposta	11
se portano ricadute per la mia attività	10
se gratis/no costi aggiuntivi	7
no aperture straordinarie o festive	4
se valorizzano immagine del centro	4
se non richiedono impegno/tempo	2
se costi contenuti	2
se adeguatamente pubblicizzate	1
se collaborazione di tutti gli operatori	1
Totale complessivo	42

Confronti risultati operatori e frequentatori

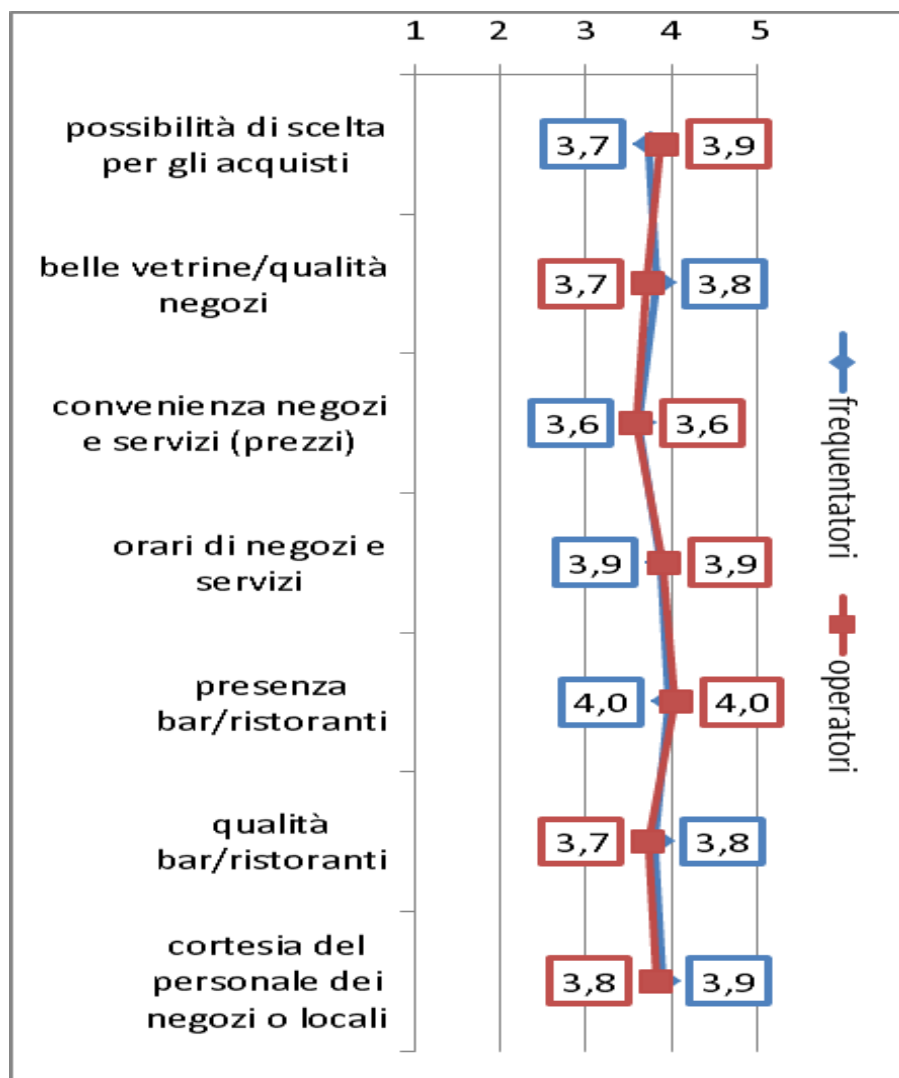
- Valutazioni sull'offerta «commerciale»
- Valutazione sull'«ambiente urbano»
- Percezione dell'immagine e della vocazione della città



Valutazioni sull'offerta

Valutazioni su alcuni aspetti del centro

Scala da 1 a 5, in cui 1 = PESSIMO e 5 = OTTIMO

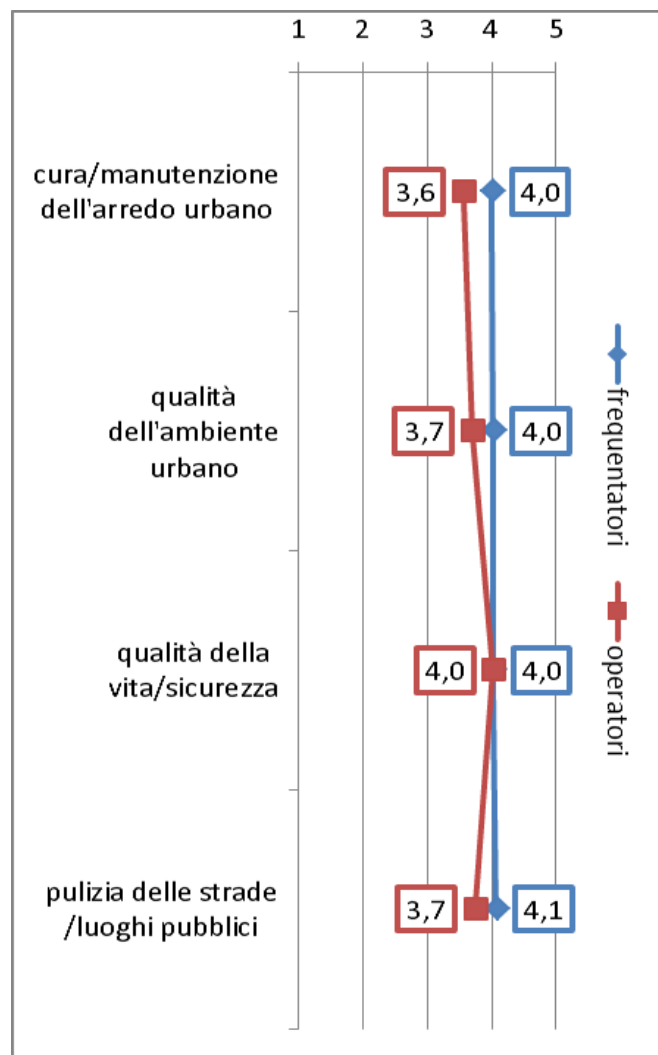


- Le valutazioni sull'offerta sono molto simili e i giudizi concordano. Per entrambi il valore più elevato è nella dotazione di pubblici esercizi e il valore più basso (sempre comunque superiore al 3,5) è la convenienza.
- I frequentatori sono un poco più soddisfatti degli operatori della qualità dei negozi e locali e del livello di servizio mentre **sono meno soddisfatti** di quello che ritengono gli operatori sul «**livello di scelta fornito dall'insieme delle attività**»
- Evidentemente c'è qualche problema di «**visibilità**» dell'offerta

Valutazioni del CENTRO STORICO

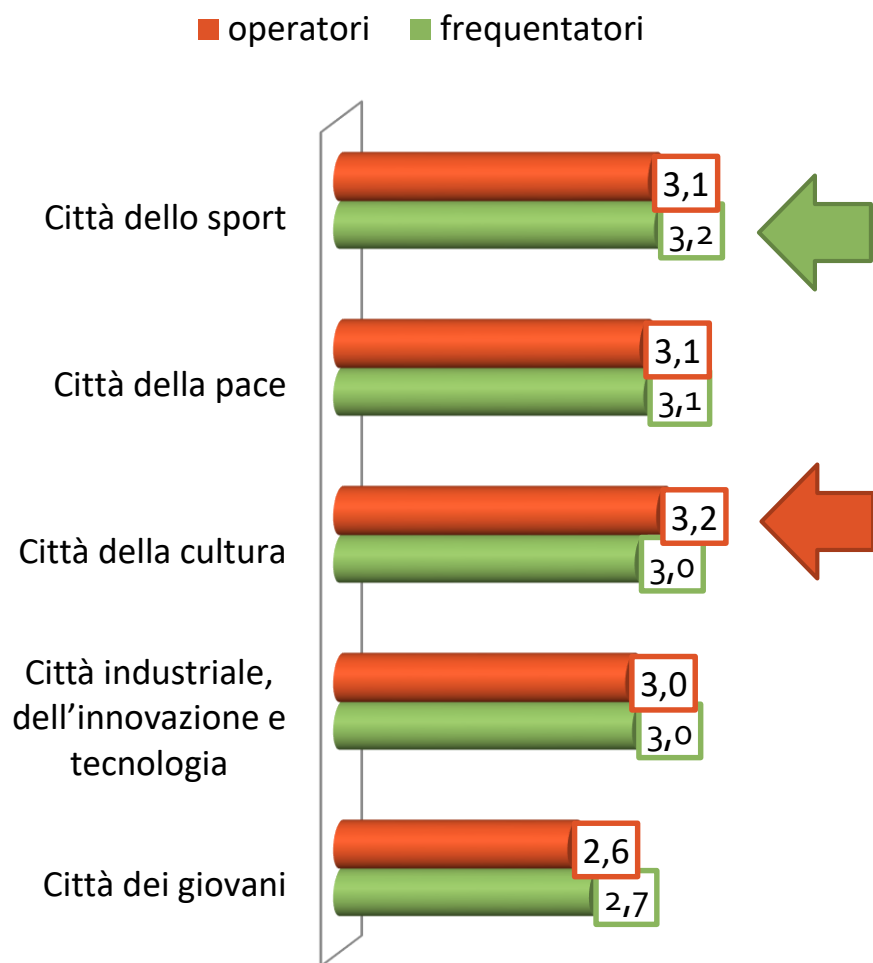
Valutazioni su alcuni aspetti del centro

Scala da 1 a 5, in cui 1 = PESSIMO e 5 = OTTIMO



- Sugli aspetti della qualità urbana , i frequentatori hanno dato valutazioni eccellenti su tutti i punti e in particolare sulla pulizia delle strade/luoghi pubblici.
- Gli operatori sono concordi sulla qualità della vita ma indicano alcune criticità su aspetti di qualità dell'ambiente urbano, in particolare la **cura/manutenzione**.

Immagine della città - confronto



Scala da 1 a 4, in cui 1 = PER NIENTE e 4= MOLTO

- Anche nell'identificare l'immagine / vocazione della città operatori e frequentatori sono concordi.
- Al primo posto per i **frequentatori** abbiamo l'immagine di «**Rovereto- città dello sport**» mentre per gli operatori «**Rovereto – città della cultura**»
- Per entrambi al secondo posto vi è «**Rovereto città della pace**» e al terzo posto «innovazione..»
- Entrambi sono concordi sul fatto che Rovereto sia lontana dall'immagine della città dei giovani.

Le indagini mettono in evidenza un quadro articolato; si riassumono i dati emersi come «segnali forti» rinviando al contenuto esposto nel report per gli elementi di dettaglio e profondità.

- Il centro viene vissuto sia per le opportunità di acquisti, tempo libero e luogo di lavoro; discreta la presenza in centro di turisti e persone che abitano fuori dal centro e comuni del trentino;
- le iniziative più note alla popolazione che vive o frequenta il centro, emerse da domande aperte, sono: «Natale», «Educa», «un borgo e suo fiume» e «Notte Verde»;
- I frequentatori del centro apprezzano la qualità dell'ambiente urbano, la dotazione di pubblici esercizi e il livello di servizio fornito dall'insieme delle attività economiche; qualche problema si rileva nelle percezioni del livello di scelta fornito dall'offerta commerciale oltre che dalla convenienza;
- gli operatori sono concordi nel considerare come punti di forza del centro la qualità della vita e la dotazione di bar e ristoranti; essi indicano alcune criticità su aspetti di qualità dell'ambiente urbano, in particolare la cura/manutenzione;
- la disponibilità al coinvolgimento a iniziative di valorizzazione insieme ad altri operatori della zona/strada è sottoposta a condizioni non sempre esplicitate;
- L'immagine che rappresenta maggiormente la città di Rovereto per i frequentatori è **«città dello sport»** e per gli operatori **«città della cultura»**; si concorda sull'espressione anche di **«città della pace»**.