

Laghi e Monti Life

Progetto INTERREG PIT IntegraMedia 2007-2013

Ver. 1.0, novembre 2012

webatelier.net, Università della Svizzera Italiana (USI, Lugano)

Lorenzo Cantoni, Laura Malinverno, Asta Adukaite e Maurizio De Rose

Con il contributo degli studenti del I anno del Master in Gestione dei Media



Programma di cooperazione transfrontaliera Italia-Svizzera 2007-2013
Le opportunità non hanno confini
Progetto cofinanziato dal Fondo Europeo Sviluppo Regionale (FESR)





Programma di cooperazione transfrontaliera Italia-Svizzera 2007-2013
Le opportunità non hanno confini
 Progetto cofinanziato dal Fondo Europeo Sviluppo Regionale (FESR)



webatelier.net



Unione Europea
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale



DISTRETTO
TURISTICO
DEI LAGHI



Lago Maggiore
Lago d'Orta
Lago di Mergozzo
Monti e Valli d'Ossola



Associazione Musei d'Ossola



Indice

Lista tabelle e grafici.....	2
Acronimi	2
Fonti statistiche	2
Executive Summary	3
Introduzione	4
Metodologia	5
Breve profilo dei turisti nell'area insubrica	5
Distretto Turistico dei Laghi	5
Ticino	6
Campionamento	6
Protocollo	7
Risultati.....	8
Profilo degli intervistati	8
Motivazioni per visitare la regione insubrica	9
Informazioni prima del viaggio	11
Immaginario collettivo.....	12
Caratteristiche e miglioramenti.....	14
Caratteristiche e punti di forza.....	14
Miglioramenti e suggerimenti	17
Altre informazioni.....	19
Conclusioni	21
Autori.....	0

Lista tabelle e grafici

Grafico 1: Pernottamenti provincia di Novara e Provincia Verbano-Cusio-Ossola	5
Grafico 2: Pernottamenti in Ticino 2010- 2011	6
Grafico 3: SWOT analisi tematiche intervista	7
Grafico 4: Top nazionalità: numero di turisti intervistati	8
Grafico 5: Genere DTL e TI	9
Grafico 6: Numero di turisti per fascia d'età e tipologia	9
Grafico 7: Motivazioni per visitare il DTL	10
Grafico 8: Motivazioni per visitare il TI	10
Grafico 9: Raccolta informazioni prima della partenza (DTL e TI)	11
Grafico 10: Destinazioni più frequentemente citate come simili al DTL	12
Grafico 11: Destinazioni più frequentemente citate come simile al TI	13
Grafico 12: Punti di forza DTL e TI	14
Grafico 13: Categorie divise percentualmente in sottogruppi DTL	15
Grafico 14: Categorie divise percentualmente in sottogruppi TI	16
Grafico 15: Aspetti da Migliorare DTL	17
Grafico 16: Aspetti da Migliorare TI	18

Acronimi

DTL - Distretto Turistico dei Laghi

TI – Ticino

Fonti statistiche

DTL

Rapporto sull'andamento della stagione turistica anno 2011, Osservatorio del Turismo della provincia del Verbano Cusio Ossola

Rapporto flussi turistici 2011, Assessorato al Turismo della provincia di Novara

TI

Turismo Alberghiero in Ticino Rapporto Trend – Stagione Estiva 2011, IRE Osservatorio del Turismo O-Tur (online: http://www.otur.usi.ch/sites/www.otur.usi.ch/files/uploads/o-tur_rapporto_trend_estate2011.pdf)

Statistica sulla domanda di turismo in Ticino Dicembre e Anno 2011, IRE Osservatorio del Turismo O-Tur (online: http://www.otur.usi.ch/sites/www.otur.usi.ch/files/uploads/o-tur_domanda_dicembre_2011.pdf)

Executive Summary

Quali sono le ragioni che spingono i turisti a recarsi in Ticino e nel Distretto Turistico dei Laghi? Hanno questi due luoghi, così vicini geograficamente, anche delle somiglianze a livello turistico? Che cosa cercano e che cosa trovano i turisti? Scopo di questa ricerca, svolta nell'ambito del progetto INTERREG *Laghi e Monti Life*, è di dare voce ai turisti in visita nella regione insubrica: sono state raccolte 279 interviste tra aprile e luglio 2012 in alcune delle principali destinazioni turistiche del Distretto Turistico dei Laghi e Ticino. Le interviste hanno un carattere semi-strutturato, così da lasciare all'intervistato la possibilità di esprimere liberamente le proprie opinioni; l'89% degli intervistati provengono da nazioni europee e i tre principali bacini risultano essere Italia, Svizzera e Germania, inoltre, quasi la metà degli intervistati hanno un'età compresa tra i 36 e 55 anni (47%) e il 46% viaggiava in coppia.

Seguendo la logica della pianificazione di viaggio, il Report presenta le ragioni che hanno spinto i turisti a visitare le due aree e quali fonti sono state utilizzate per raccogliere informazioni inerenti al viaggio e alle destinazioni. Le principali motivazioni sono la bellezza del luogo, la natura e l'occasione per visitare amici e parenti che abitano nell'area. Internet è invece il mezzo più utilizzato per cercare informazioni su hotel, che cosa visitare e che cosa fare una volta arrivati a destinazione.

Un altro tema affrontato è quello dell'immaginario collettivo, i turisti dovevano indicare a quali altri luoghi del mondo associassero il Distretto Turistico dei Laghi e il Ticino. Entrambe le aree sono state associate al Lago di Como e al Lago di Garda, e non sono mancate associazioni a località europee, come per esempio Annecy o Utrech. Segue una sezione dedicata ai punti di forza delle due aree e agli aspetti che a detta degli intervistati, potrebbero essere migliorati. Le caratteristiche più importanti delle due aree riguardano la natura e l'atmosfera, come per esempio il lago, il paesaggio, la cultura, la bellezza e la cura dei luoghi. Inoltre, circa un terzo degli intervistati sostiene che non deve essere fatto alcun miglioramento, mentre alcuni turisti hanno invece suggerito miglioramenti per quanto riguarda strutture alberghiere e il rapporto qualità/prezzo.

In generale, gli intervistati si sono detti soddisfatti della propria esperienza turistica, e alcuni di loro si sono detti pronti a ritornare a visitare le due aree.

Introduzione

Il Progetto “Laghi e Monti Life”, svolto nell’ambito dell’INTERREG PIT IntegraMedia, ha ascoltato l’opinione dei turisti in visita sul territorio insubrico. Seguendo un approccio centrato sull’ascolto, sono state condotte interviste a 279 turisti in visita nell’area del Ticino e del Distretto Turistico dei Laghi in Piemonte.

Tre sono i destinatari principali di questa ricerca: i manager di destinazione, gli operatori turistici locali e i cittadini.

Poiché questa ricerca permette di vedere il territorio insubrico con gli occhi dei turisti, consente ai *manager delle destinazioni* di disegnare attività di miglioramento, nuove offerte e attività promozionali più adeguate rispetto ai pubblici di riferimento.

Gli *operatori turistici*, grazie a una piattaforma online (ascoltodeituristi.futour.net) hanno accesso alle interviste e ai risultati della ricerca, così da potersi in qualche modo specchiare nell’esperienza dei turisti.

Infine i *cittadini* possono meglio comprendere l’importanza del settore turistico, e rendersi conto del loro ruolo d’ambasciatori delle destinazioni.

Il Report è così strutturato: dopo una sezione che presenta la metodologia della ricerca, i risultati vengono presentati e discussi, con particolare attenzione alle motivazioni che spingono i turisti a visitare l’area oggetto dell’indagine, a come hanno acquisito le informazioni turistiche prima del viaggio, a quale immagine hanno delle varie destinazioni, specificandone i punti di forza e di debolezza percepiti, e i miglioramenti suggeriti.

Il Report termina con una breve sezione di conclusioni e con il profilo di chi ha contribuito alla ricerca.

Metodologia

La ricerca ha carattere esplorativo e qualitativo, mira all'ascolto di turisti in visita nella regione insubrica: le aree prese in considerazione per la ricerca sono quella del Distretto Turistico dei Laghi e del Ticino. Sono state realizzate 279 interviste in un periodo di quattro mesi, tra aprile e luglio 2012, in diverse destinazioni delle due aree coinvolte.

Di seguito un profilo dei turisti nelle due aree studiate, la modalità di campionamento dei turisti intervistati e la struttura delle interviste.

Breve profilo dei turisti nell'area insubrica

Di seguito, sulla base delle statistiche disponibili, un breve profilo dei turisti nell'area studiata.

Distretto Turistico dei Laghi

I dati turistici delle provincie di Novara e di Verbano-Cusio-Ossola, su cui insiste il Distretto Turistico dei Laghi, indicano che il numero degli stranieri è maggiore a quello degli italiani. Il grafico *Pernottamenti DTL 2010-2011* (Grafico 1) mostra i pernottamenti di italiani, stranieri e totale negli anni 2010-2011.

Nel 2011 sono stati registrati 3'769'487

pernottamenti totali così suddivisi percentualmente tra italiani e stranieri: 31% e 69%. Il numero di pernottamenti è lievemente aumentato tra 2010 e 2011, e questo è avvenuto in modo bilanciato tra le due categorie.

I mercati stranieri più importanti nel 2011 sono stati Germania, Francia e Paesi Bassi. Le statistiche evidenziano come queste tre nazioni, nel corso degli anni, registrino numeri più alti sia per arrivi sia per presenze. Il principale bacino turistico per il Distretto Turistico dei Laghi è l'Europa, anche se non mancano turisti provenienti da paesi più lontani come Stati Uniti d'America e Brasile. Secondo dati statistici della provincia di Novara turisti italiani, europei e d'oltre Oceano presentano una sostanziale differenza a livello di permanenza media: gli italiani prediligono una visita di pochi giorni, spesso corrispondente al fine settimana; i turisti di nazioni europee hanno una permanenza media di 5 giorni, mentre quelli dei paesi d'oltre Oceano di circa 2 giorni.

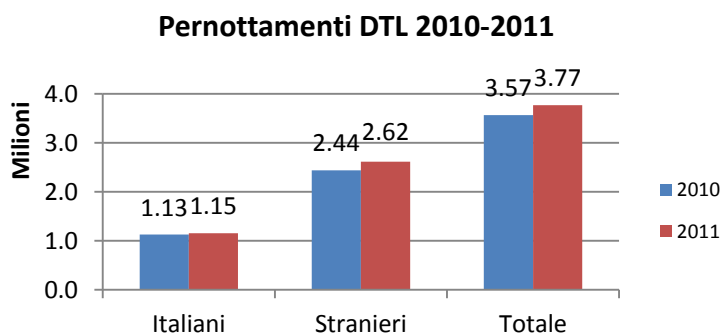


Grafico 1: Pernottamenti provincia di Novara e Provincia Verbano-Cusio-Ossola

Ticino

I dati statistici dell'industria turistica ticinese riguardanti i pernottamenti e la provenienza dei turisti mostrano una situazione diversa da quella del Distretto Turistico dei Laghi. Nel 2011 il numero di pernottamenti registrati sono 2'372'103, un numero leggermente inferiore a quello del 2010. Il Grafico 2 mostra come il numero di stranieri e svizzeri sia più bilanciato rispetto al Distretto Turistico dei Laghi. Infatti il principale bacino è il mercato interno: la Svizzera

conta il 58,8% dei pernottamenti registrati nel 2011, seguita da Germania, Italia e Paesi Bassi. Anche per il Ticino, l'Europa è il principale mercato estero di riferimento. Le nazioni non europee più rilevanti sono gli Stati Uniti d'America e i paesi BRIC (Brasile, Russia, India e Cina), che contano rispettivamente il 2,3% e il 2,0% dei pernottamenti.

La permanenza media degli svizzeri in Ticino è di 3 giorni, quella degli italiani di quasi 2 giorni, e infine i tedeschi hanno una permanenza media di 3 giorni e mezzo.

Campionamento

Il campionamento è stato basato sui dati statistici raccolti e su interviste con esperti/operatori del settore. Si è dunque deciso di condurre le interviste in un intervallo di 4 mesi – da aprile a luglio 2012 –, così da includere parte della primavera e parte dell'estate; ciò ha permesso di avere un campionamento più adeguato dal punto di vista sia della nazionalità che della tipologia degli intervistati. Le interviste sono state fatte sia durante la settimana, sia nel fine-settimana, così da poter intervistare anche chi si reca nella regione insubrica per una vacanza breve, o chi si prende una pausa dal lavoro nel fine settimana. Sono state così raccolte le risposte sia di chi ha pernottato nella regione, sia degli escursionisti, a entrambi i gruppi ci si riferisce nel Report col termine di turisti.

Per le interviste sono state scelte alcune tra le destinazioni e le attrazioni predilette dai turisti nelle due aree: Stresa, Isola dei Pescatori, Verbania-Intra, Cannobio, Arona, Orta San Giulio e San Carlo nel Distretto Turistico dei Laghi; Lugano, Locarno, Bellinzona, Fox Town e Swissminiatur in Ticino.

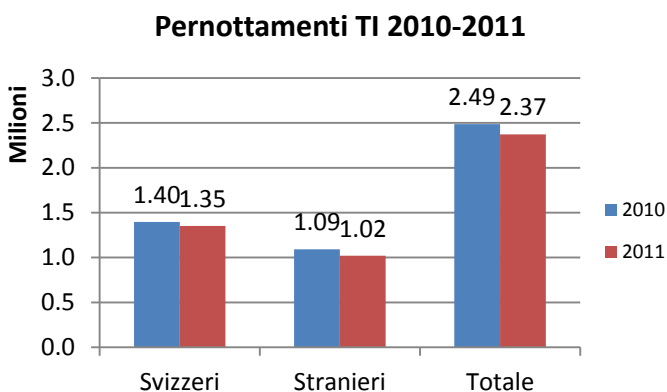


Grafico 2: Pernottamenti in Ticino 2010- 2011

Protocollo

Ogni intervista è organizzata in due parti: nella prima sono stati annotati i dati anagrafici della persona intervistata: anno di nascita, nazionalità, sesso, e i dati legati alla tipologia di turista: single, coppia, famiglia, business, e se in passato fosse già stata visitata la regione Distretto Turistico dei Laghi o Ticino: *first-visitor*, *repeater*. La seconda parte, registrata, è stata dedicata alle domande aperte. Le interviste sono state raccolte prevalentemente in formato audio, ma si sono realizzate anche 24 video-interviste sia nel Distretto Turistico dei Laghi sia in Ticino. Le interviste hanno una durata che varia da due a otto minuti, a seconda della disponibilità della persona intervistata.

Le interviste sono state svolte con l'aiuto degli studenti del primo anno del Master in Gestione dei Media della Facoltà di Scienze della Comunicazione dell'Università della Svizzera italiana di Lugano (a.a. 2011-12). Gli intervistatori, che hanno lavorato individualmente o in coppia, si sono rivolti a persone di diverse nazionalità, sesso ed età, così da avere un campionamento migliore, invitandole a partecipare alla ricerca, una volta acquisito il consenso, hanno iniziato la registrazione.

Dal momento che l'obiettivo della ricerca è ascoltare i turisti, si è voluto dare spazio alle loro idee e opinioni attraverso interviste semi-strutturate che, se da un lato richiedevano di toccare alcuni temi definiti, dall'altro lasciavano ampia libertà alla persona intervistata nel presentare il proprio punto di vista.

I nuclei tematici che ogni intervista doveva toccare possono essere presentati come un'analisi SWOT (*Strengths / Weaknesses / Opportunities / Threats*), come indicato nel Grafico 3. La prima tematica, *Insubria come Destinazione*, indaga su come e perché il Distretto Turistico dei Laghi e il Ticino sono stati scelti come mete turistiche, quali attrazioni sono state visitate e quale sia piaciuta di più. Inoltre, indaga come i turisti siano venuti a conoscenza della regione e che tipo di media abbiano usato per

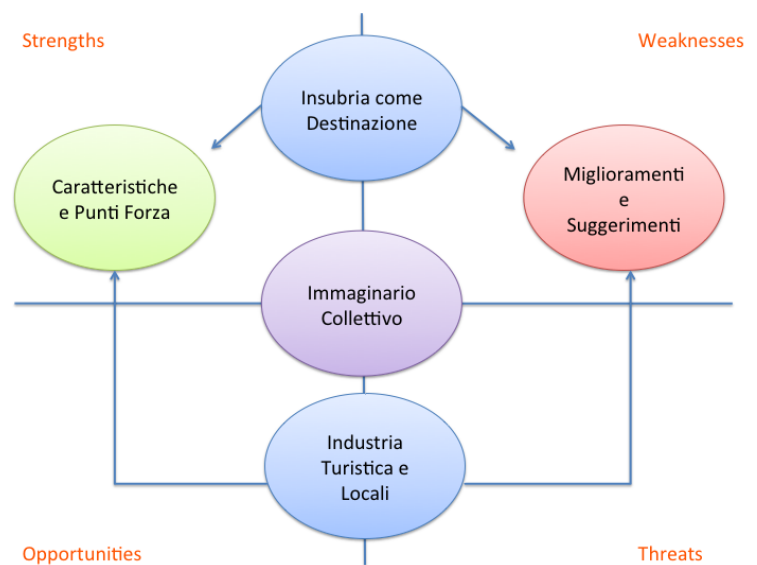


Grafico 3: SWOT analisi tematiche intervista

raccogliere informazioni. La tematica *Industria Turistica e Locali* si concentra sui servizi turistici e sul contatto con gli abitanti del posto. Queste due tematiche hanno fatto emergere le caratteristiche positive della regione e alcuni suggerimenti utili per un processo di miglioramento. La categoria *Immaginario Collettivo* indaga come il Distretto Turistico dei Laghi e il Ticino vengano percepiti dai turisti: il turista veniva incoraggiato ad associare il luogo che stava visitando a un'altra località turistica.

Risultati

In questa sezione sono presentati i risultati della ricerca: il primo paragrafo è dedicato alla presentazione del profilo delle persone intervistate, mentre i paragrafi successivi presentano quanto emerso dalle interviste organizzandolo seguendo lo schema di ogni esperienza turistica: *prima, durante e dopo* il viaggio. Si presentano dunque le ragioni del viaggio e come sono state raccolte le informazioni utili per organizzarlo, il tema dell'*Immaginario Collettivo*, dove s'indaga a quali luoghi del mondo la regione insubrica viene associata; infine, si è lasciato spazio alle caratteristiche delle due aree e ai suggerimenti emersi durante le interviste. L'ultimo paragrafo – *Altre Informazioni* – presenta in breve ulteriori dati emersi dalle interviste, come le aspettative e il budget giornaliero, e lascia inoltre spazio ad alcuni punti emersi da colloqui avuti con le persone del luogo.

Profilo degli intervistati

Nel corso dei quattro mesi sono stati intervistati 279 turisti: 145 nel Distretto Turistico dei Laghi e 134 in Ticino, per un totale di 247 registrazioni audio e 24 registrazioni audio-video. Nel Distretto Turistico dei Laghi, 8 turisti non hanno acconsentito che la conversazione venisse registrata, ma hanno autorizzato l'intervistatore a prendere nota delle risposte, tali interviste sono state incluse nell'analisi dei dati.

I 279 turisti intervistati provengono da 32 nazioni; 89% da nazioni europee, 5% dall'America, 5% dall'Asia e 1% dall'Oceania. Nel grafico (Grafico 4) sono state prese in considerazione solo le nazioni che contano almeno tre intervistati. Italia e

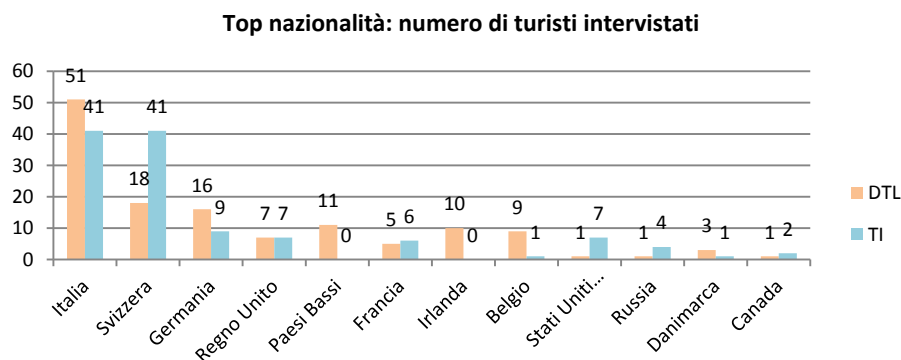


Grafico 4: Top nazionalità: numero di turisti intervistati

Svizzera rappresentano più della metà del campione, e contano rispettivamente il 34 % e 21% degli intervistati; mentre Germania, Regno Unito, Paesi Bassi e Francia rappresentano insieme il 21% degli intervistati. Questi sei paesi compaiono nelle prime 6 posizioni nella classificazione del numero di arrivi per nazionalità, sia per il Distretto Turistico dei Laghi, sia per il Ticino. L'unico paese degno di nota non presente nella campionatura è la Cina.

Il grafico *Genere DTL e TI* (Grafico 5) mostra che il 53% degli intervistati sono donne mentre il 47% uomini, il che assicura un buon bilanciamento del campione dei turisti intervistati sotto questo aspetto.

Genere DTL e TI

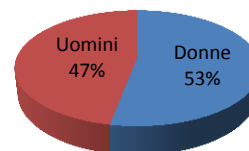


Grafico 5: Genere DTL e TI

Il grafico 6 mostra il numero d'intervistati in base alla fascia d'età e alla tipologia di turista. La fascia d'età 36-55 anni è quella che conta più rispondenti (130), seguita dai 56+ (76) e infine dai 15-35 anni (73). La tipologia *Coppia* è quella più rappresentata in tutte le fasce d'età, seguita da quella *Famiglia*. Tra Distretto Turistico dei Laghi e Ticino esiste però una differenza: la tipologia *Single* conta la metà del totale degli intervistati per la fascia d'età 15-35 anni in Ticino, questa peculiarità evidenzia da un lato che il Ticino è una destinazione adatta anche ai più giovani e dall'altro che questi turisti viaggiano anche individualmente nella regione.

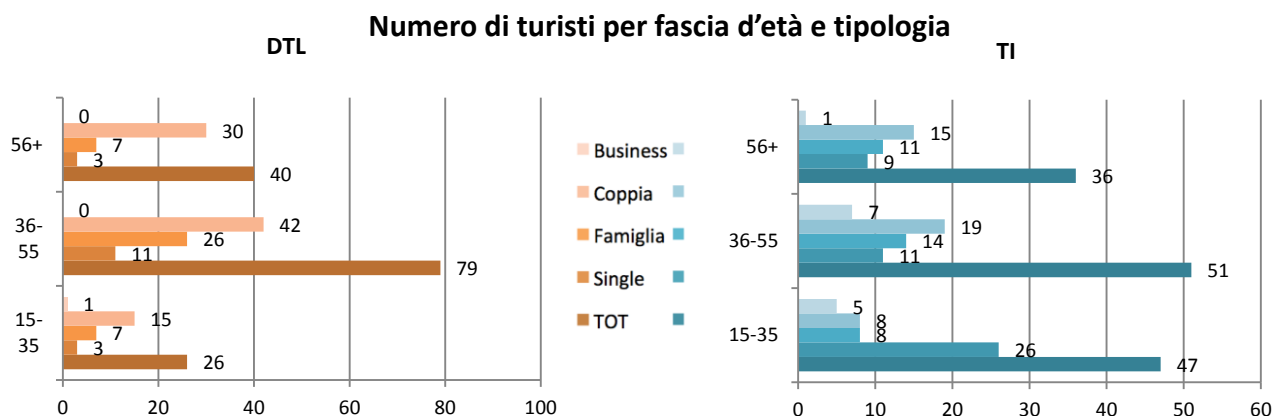


Grafico 6: Numero di turisti per fascia d'età e tipologia

Il profilo dei turisti intervistati rispecchia abbastanza bene i dati statistici disponibili sui turisti dell'area. Secondo i dati raccolti i turisti viaggiano soprattutto in coppia (46%), seguiti da famiglia (26%) e single (23%); e, inoltre, quasi un terzo degli intervistati (73) appartiene alla fascia d'età più giovane.

Motivazioni per visitare la regione insubrica

Nella prima parte dell'intervista le domande erano volte a capire in che modo le regioni sono percepite come destinazioni turistiche. Agli intervistati, è stato chiesto quale motivazione/i li abbia indotti a recarsi nella destinazione. Nel Distretto Turistico dei Laghi hanno risposto a questa domanda 126 turisti su 145 mentre in Ticino 69 turisti su 134. L'intervistato poteva dare più di una risposta, e queste sono state raccolte in 10 categorie presentate nei grafici *Motivazioni Visita DTL* e *Motivazioni Visita TI* (Grafici 7 e 8).

Motivazioni visita DTL

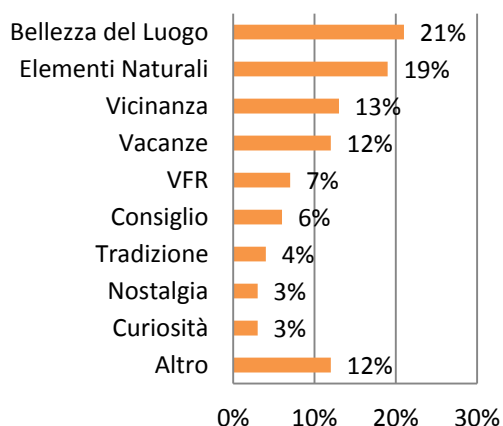


Grafico 7: Motivazioni per visitare il DTL

per il Ticino considerano la regione in subrica attrattiva perché facile da raggiungere – *Vicinanza* – a partire dalla propria destinazione o da un'altra destinazione in cui si trovavano. Altra categoria rilevante è *Visita a parenti/amici (VFR)* (DTL 7%, TI 18%), molti dei turisti si sono recati nell'area per incontrare amici o parenti che vivono nella regione. Infine, l'ultima categoria in comune è *Consiglio* (DTL 6%, TI 12%), in questo caso la visita è stata suggerita da amici o parenti, sulla base della loro esperienza.

Quattro categorie sono invece uniche e presenti solo in una delle due aree. Nel Distretto Turistico dei Laghi, il 12% degli intervistati hanno spiegato che si sono recati nell'area per fare vacanza (*Vacanza*), il 4% perché visita abitualmente la regione una o più volte all'anno da molti anni (*Tradizione*), 5 turisti hanno deciso di tornare nell'area piemontese perché già visitata in giovane età e volevano rivederla (*Nostalgia*) infine 5 turisti hanno asserito che è stata la curiosità a spingerli a visitare la regione (*Curiosità*). Per il Ticino, l'8% ha detto che è venuto per ragioni di business (*Business*), il 7% ha deciso di fermarsi in una località ticinese perché si trovava sull'itinerario di viaggio (*Transito*); infine, il 6% si è recato in Ticino per shopping (*Shopping*), questo risultato si spiega in particolare per il fatto che alcune interviste sono state realizzate nell'outlet center "Fox Town".

La categoria *Altro* (12% in entrambe le aree) riunisce le motivazioni che non potevano essere inserite in nessun altro gruppo e/o non avevano un numero sufficientemente alto di ricorrenze.

Le categorie in comune alle due destinazioni sono: *Bellezza del Luogo*, *Elementi Naturali*, *Vicinanza*, *Visita a parenti/amici (VFR)*, e *Consiglio*. Il 21% dei rispondenti ha dichiarato di visitare l'area piemontese per la *Bellezza del Luogo* in generale, ragione seguita da *Elementi Naturali*, che conta il 19%. Queste due categorie in Ticino si trovano alla quarta e settima posizione con il 12% e 7%. La categoria *Elementi Naturali* raccoglie il lago, il verde, la natura e il clima. Il 13% per il Distretto Turistico dei Laghi e il 18%

Motivazioni visita TI

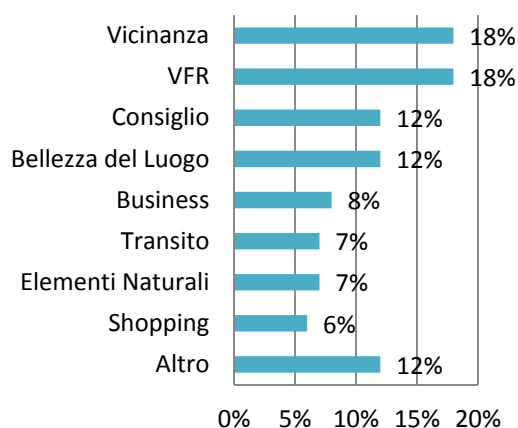


Grafico 8: Motivazioni per visitare il TI

Informazioni prima del viaggio

Il Grafico 9 mostra quali fonti e supporti sono stati utilizzati per raccogliere informazioni prima della partenza, questi risultati si basano sulle risposte di 112 turisti nel Distretto Turistico dei Laghi e di 73 in Ticino. Alcuni di questi turisti hanno usato più di una modalità di raccolta d'informazioni, per un totale, nelle due regioni, di 216 occorrenze.

Il canale di ricerca d'informazioni più utilizzato è internet, il 55% (DTL) e il 43% (TI) delle persone intervistate ha cercato nel web le informazioni di cui aveva bisogno: alberghi, trasporto, che cosa visitare ecc. Alcuni intervistati hanno usato google.com e/o altri motori di ricerca, sette turisti hanno specificato che hanno cercato informazioni riguardanti gli alberghi e dieci hanno anche usato i siti istituzionali delle due aree. Il 16% (DTL) e 33% (TI) non hanno fatto nessuna ricerca prima di partire; 36 persone hanno spiegato che conoscevano già la zona mentre 18 (*first-visitors*) hanno spiegato che preferiscono esplorare la zona e/o apprezzano l'avventura.

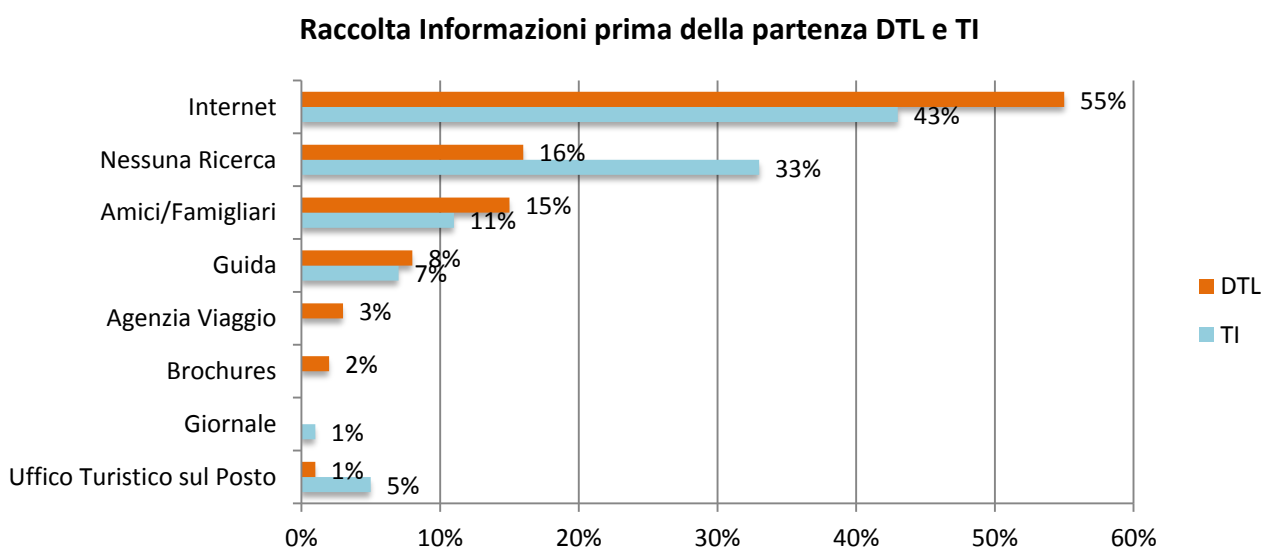


Grafico 9: Raccolta informazioni prima della partenza (DTL e TI)

In terza posizione tra le fonti d'informazione troviamo parenti e amici (DTL 15%; TI 11%) che hanno fornito le indicazioni necessarie per affrontare il viaggio. Altro strumento usato sono le guide turistiche che sono state impiegate anche durante la visita (DTL 8%; TI 7%). Solo nel Distretto Turistico dei Laghi 3 intervistati hanno ottenuto informazioni attraverso agenzie di viaggio e 2 turisti da brochure e volantini mentre unicamente in Ticino tre turisti hanno trovato informazioni attraverso giornali e riviste

La categoria *Ufficio Turistico sul Posto* non riguarda come sono state raccolte le informazioni prima d'intraprendere il viaggio, indica invece quelle persone che al momento dell'arrivo a destinazione si sono recate all'ufficio turistico (DTL 1%; TI 5%) in modo da poter ottenere ulteriori informazioni e consigli su che cosa visitare.

In conclusione, lo strumento più usato è sicuramente il web, per la sua ricchezza, facilità e rapidità d'uso, una peculiarità emersa dalle interviste è che 8 turisti hanno cercato conferma delle informazioni trovate sul web utilizzando risorse a stampa, come le guide, rivolgendosi ad amici o agli uffici turistici. Alcuni hanno preferito utilizzare direttamente i siti turistici istituzionali, e a questo proposito è emerso come, da un lato, non esista ancora un'integrazione d'informazione tra la regione del Distretto Turistico dei Laghi e il Ticino, dall'altro, come talora, questi siti siano percepiti come difficili da navigare. A tal proposito, due coppie in visita in Ticino hanno sostenuto che dopo aver cercato informazioni sulle attività disponibili sui diversi siti degli uffici turistici ticinesi, alla fine non sapevano più che cosa scegliere. Questo problema è comune nelle due aree e la ragione va ricercata nella vasta gamma di offerta, che, ancora a detta degli intervistati, è difficile da sintetizzare. Alcuni turisti avrebbero preferito ricevere proposte su che cosa fare a seconda del numero di giorni di permanenza e del tipo di vacanza desiderata. A parte queste difficoltà, in generale gl'intervistati si sono mostrati soddisfatti delle informazioni trovate sui siti delle due regioni e dei servizi offerti negli uffici turistici.

Immaginario collettivo

La tematica *Immaginario Collettivo* indaga quale sia l'immagine della regione insubrica nelle mente dei turisti: lo si è fatto chiedendo loro a quali altri luoghi associassero il Distretto Turistico dei Laghi e il Ticino. In questo modo si delineano i punti chiave delle due regioni, e le località che possono essere considerate come simili/concorrenti. Per questo tema è stato possibile analizzare le risposte di 152 turisti: 78 per il Distretto Turistico dei Laghi e 74 per il Ticino, gl'intervistati potevano indicare più di una destinazione.

Dalle interviste condotte nel Distretto Turistico dei Laghi è risultata una lista di 61 luoghi indicati come simili, che sono stati suddivisi in tre aree: luoghi che si trovano in Italia (51%), Svizzera (21%) e resto del mondo (28%). Nel Grafico 10 sono elencati i luoghi menzionati più frequentemente

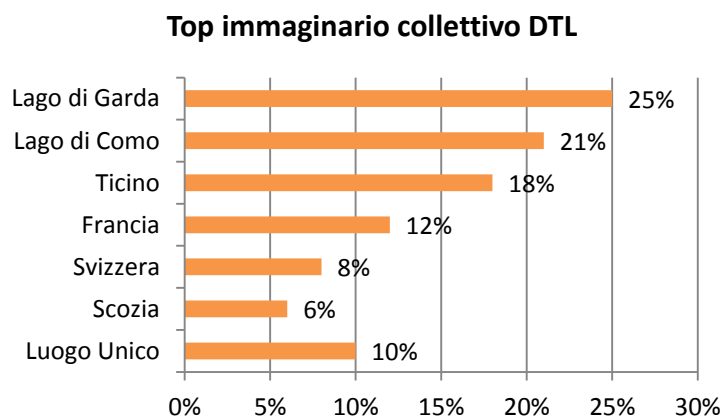


Grafico 10: Destinazioni più frequentemente citate come simili al DTL

dagli intervistati, in prima posizione vi è l'area del Lago di Garda (25%): Garda è menzionato da 9 intervistati, il lago di Garda da 3, e un turista ha associato il DTL a Sirmione. Il Lago di Como si classifica in seconda posizione (21%), 9 persone hanno citato Como, 3 il lago di Como, e uno Bellagio. Anche il Ticino (18%) è spesso associato alla regione del Distretto Turistico dei Laghi, le località menzionate, oltre al Ticino in generale, sono le città in zona di lago: Locarno, Lugano e Ascona. Seguono Francia (12%), Svizzera (8%) e

Scozia (6%). La categoria *Luogo Unico* (10%) riguarda quelle persone che hanno descritto il Distretto Turistico dei Laghi come un luogo incomparabile e unico, che non è possibile ricollegare a nessun altro luogo nel mondo.

Anche i luoghi meno citati sono interessanti per capire la natura della regione, poiché pongono l'accento sulle caratteristiche e unicità di queste destinazioni. Ad esempio Corfù, Creta e l'Irlanda sono state associate, per la natura e la presenza dell'acqua, al Distretto Turistico dei Laghi. Inoltre, come detto in precedenza, alcuni degli intervistati hanno citato degli elementi che ricordano le due regioni, e in questo caso l'elemento lago è stato menzionato 11 volte.

Top immaginario collettivo TI

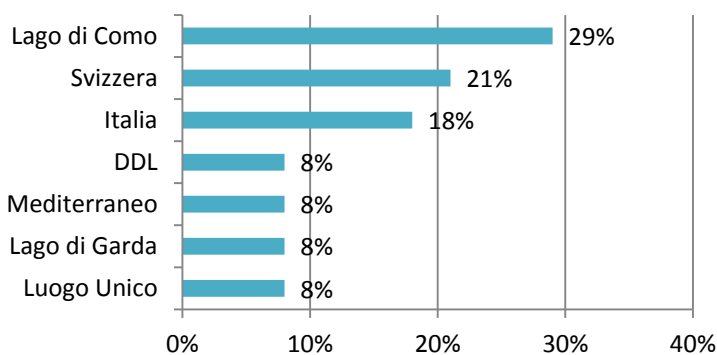


Grafico 11: Destinazioni più frequentemente citate come simile al TI

Al Ticino sono stati associati 49 luoghi diversi.

Anche questi luoghi sono stati raggruppati in tre aree secondo il numero di occorrenze: i luoghi più citati appartengono all'Italia (54%), la Svizzera ha invece una percentuale inferiore (14%) e infine la categoria Mondo (32%). I luoghi italiani sono quelli più rappresentati anche nel grafico *Top Immaginario Collettivo TI*, anche in questo caso troviamo le aree dei laghi di Como (29%)

e di Garda (8%), per i quali sono stati indicati: Como, Lago di Como, Bellagio, Lago di Garda e Garda. Il Ticino è stato associato 9 volte all'Italia senza che sia stato specificato un luogo particolare, e 4 volte al Distretto Turistico dei Laghi. Per 10 volte il Ticino è stato collegato a luoghi svizzeri: Vallese, Zurigo, Lucerna, Lago Lemano, Grigioni, Engadina, Svizzera e alle Alpi Svizzere. Il Ticino è anche stato paragonato 4 volte al territorio Mediterraneo e in generale al Sud (8%). Infine, anche in questo caso, il Ticino è stato definito da alcuni come luogo unico (8%), che non può essere associato ad altri luoghi.

Anche per il Ticino ci sono località che sono state menzionate poche volte, ma che valorizzano due aspetti importanti della cultura locale: da un lato regioni italiane come la Toscana o la Lombardia sottolineano l'italianità dell'area, mentre dall'altro località nordiche come i Paesi Bassi, la regione del Trentino-Alto Adige, Montecarlo rimarcano invece la cultura Svizzera come ponte tra Sud e Nord. Inoltre, anche per il Ticino sono stati elencati luoghi che fanno riferimento alla natura e all'acqua: per esempio i Fiordi, Annecy e la Provenza. Anche in questo caso l'elemento più associato al Ticino è il lago (19 menzioni) seguito dalla montagna (7 menzioni).

I due grafici mostrano che il Distretto Turistico dei Laghi è stato associato al Ticino e viceversa. I luoghi ticinesi associati all'area Piemontese del Lago Maggiore sono Locarno, Ticino, Lugano e Ascona per un

totale di 11 ricorrenze. Per il Ticino sono state menzionate 2 volte Stresa, una volta Pallanza e una volta Verbania. Il Distretto Turistico dei Laghi condivide il Lago Maggiore con Ascona e Locarno, e 4 degli intervistati nel DTL hanno anche visitato la parte Svizzera del lago durante la stessa vacanza. Oltre a questa similitudine tra le due regioni, alcune località sono state menzionate per entrambe le regioni. In Italia i luoghi in comune sono il Lago di Garda e il Lago di Como, mentre nel mondo sono: Austria, Francia, Germania, Annecy e Spagna.

Caratteristiche e miglioramenti

In questo paragrafo sono presentate le caratteristiche delle destinazioni e indicati i suggerimenti emersi durante le interviste. Questi riassumono da un lato i punti di forza delle due regioni e dall'altro gli aspetti che potrebbero – ad avviso delle persone intervistate – essere migliorati. Questi elementi sono emersi durante le interviste in modo spontaneo: non è stato infatti dato alcun suggerimento (come per esempio una lista di caratteristiche tra cui scegliere).

Nella prima parte sono descritte le caratteristiche delle due regioni, suddivise secondo quattro categorie: *Natura*, *Gente*, *Servizi/Infrastrutture* e *Ambiente*. Ogni categoria (a esclusione di *Gente*) presenta diversi sottogruppi. Nella seconda parte sono presentati gli aspetti da migliorare, anche in questo caso classificati in diverse tematiche, che non sono però analoghe nelle due regioni.

Caratteristiche e punti di forza

Le caratteristiche (Grafico 12) del Distretto Turistico dei Laghi si basano su 108 interviste, per un totale di 165 elementi, mentre quelle del Ticino contano un totale di 321 elementi estratti da 112 interviste.

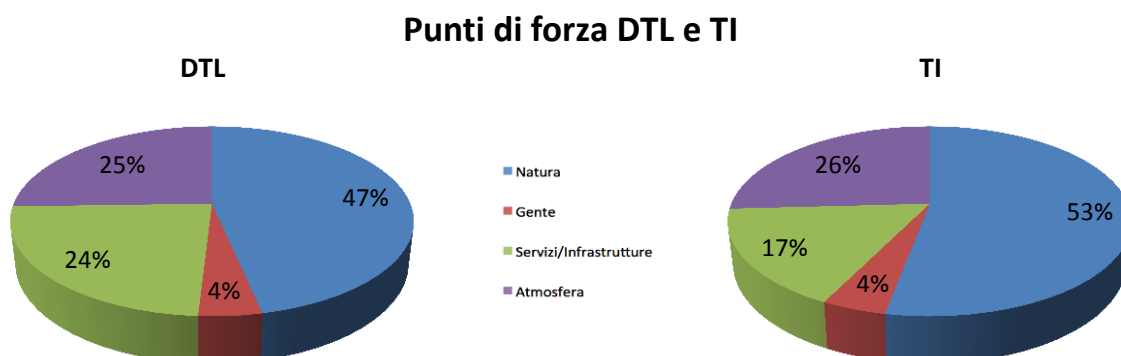


Grafico 12: Punti di forza DTL e TI

Come si può osservare dai grafici, le quattro categorie presentano situazioni simili nelle due regioni: l'elemento al quale gli intervistati hanno dato più peso è la *Natura* (47% DTL; 53%). Anche le percentuali della categoria *Atmosfera* sono bilanciate tra le due regioni (25% DTL; 26% TI), così come quelle della

categoria *Gente* (4% DTL; 4% TI). L'unica differenza tra le due regioni si presenta nella categoria *Servizi/Infrastrutture*, che è più alta nell'area del Distretto Turistico dei Laghi (24%) rispetto al Ticino (17%). Il Grafico 13 e il Grafico 14 suddividono percentualmente in sottogruppi le categorie *Natura*, *Atmosfera* e *Servizi/Infrastrutture*. La somma delle percentuali di ogni sottogruppo rappresenta la propria categoria (100%).

Categorie divise percentualmente in sottogruppi DTL

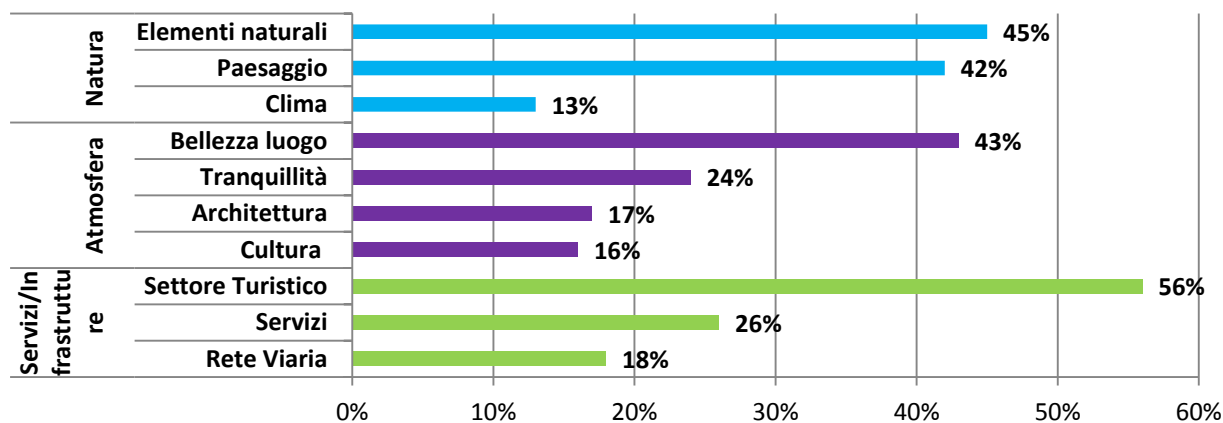


Grafico 13: Categorie divise percentualmente in sottogruppi DTL

Nel Distretto Turistico dei Laghi la *Natura* è un elemento chiave, in questa categoria sono stati menzionati elementi come la natura in generale, il lago, la montagna, i parchi e il verde (45%); all'interno di questa categoria seguono il paesaggio (42%), e il clima caldo e piacevole (13%). Al secondo posto si trova la categoria *Atmosfera*, che si riferisce alle sensazioni provate durante l'esperienza turistica. In questo caso sono state considerate la bellezza del luogo (43%) e l'atmosfera di tranquillità e di pace (24%), indicate dai turisti come elementi chiave della regione. In questa categoria inoltre elementi come la cultura italiana (16%) e l'architettura (16%) sono considerati aspetti importanti dell'atmosfera. Al terzo posto vi sono i *Servizi/Infrastrutture*: il 56% degli argomenti menzionati riguardano il settore turistico, in questo caso gli intervistati hanno citato come punti di forza le strutture alberghiere, la ristorazione e i negozi. Il 26% ha elogiato la qualità dei servizi, l'organizzazione e la pulizia dei luoghi; infine il 18% si è dichiarato soddisfatto della struttura viaria: accessibilità con mezzi sia privati sia pubblici. L'ultima categoria (non presente nel Grafico 13) vede come punto di forza la popolazione locale, a questo proposito i locali sono stati descritti come cordiali, cortesi e gentili.

Anche per la regione Ticino i diversi sottogruppi sono stati organizzati graficamente secondo le diverse categorie (Grafico 14). Per la categoria *Natura* sono stati, ancora una volta, gli elementi naturali (53%) a essere considerati come una caratteristica importante della regione. Tra questi sono stati menzionati non solo il lago, la montagna, il verde e i parchi, ma anche le valli, il rispetto e la cura della natura e l'esistenza di grandi spazi aperti. A questi seguono il paesaggio (24%) e il clima mite (23%), che, se confrontati con la

regione italiana, si presentano in modo più bilanciato tra loro. La natura ticinese è apprezzata per la conformazione del territorio, che combina elementi di montagna e pianura e permette di differenziarsi da un punto di vista climatico dal nord della Svizzera.

Categorie divise percentualmente in sottogruppi TI

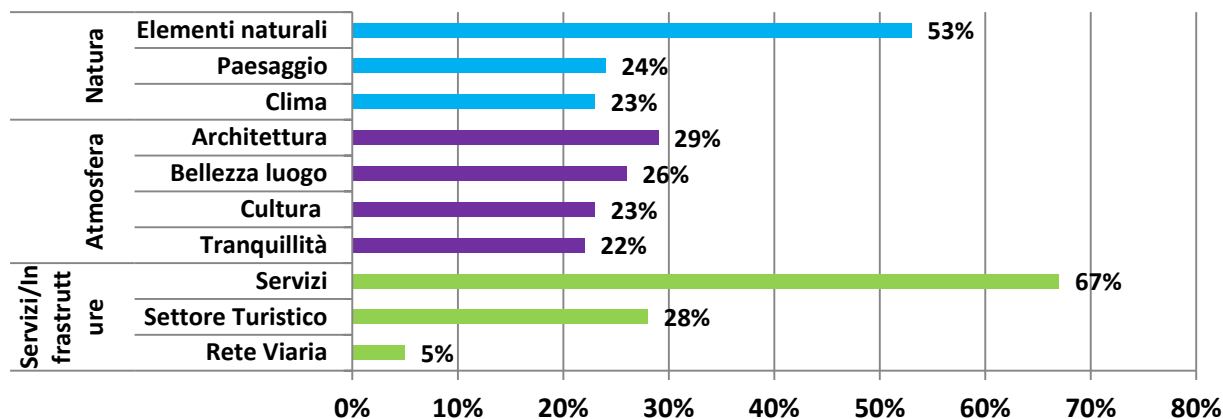


Grafico 14: Categorie divise percentualmente in sottogruppi TI

Al secondo posto si trova la categoria *Atmosfera*. A differenza del Distretto Turistico dei Laghi in Ticino esiste un bilanciamento tra i 4 sottogruppi di questa categoria: architettura (29%), bellezza del luogo (26%), cultura (23%) e atmosfera rilassata (22%). L'elemento architettura come punto di forza è emerso soprattutto nelle interviste svolte nella città di Lugano: ai turisti piacciono gli edifici del centro, che sono visti come elementi romantici della città. Sette turisti vedono il mix di cultura italiana e svizzera come un elemento molto importante dell'esperienza ticinese, alcuni dei turisti d'oltre Oceano sono rimasti positivamente colpiti da questo elemento, che hanno descritto come un aspetto unico del Ticino rispetto al contesto Svizzero. Al terzo posto si posiziona la categoria *Servizi/Infrastrutture*: in questo caso i turisti hanno dato più importanza alla qualità e organizzazione dei servizi (67%). Altri elementi emersi rispetto ai servizi sono la pulizia, l'ordine, la precisione e la sicurezza. Per il settore turistico (28%) è stata data molta importanza alla ristorazione, in quanto offre sia piatti italiani, sia del Nord Europa. Infine il 5% vede la rete stradale ticinese come punto di forza poiché rende la regione accessibile da diverse aree. Anche in questo caso la popolazione è percepita come un punto di forza: i ticinesi sono stati descritti come disponibili, simpatici e più aperti rispetto ai loro connazionali d'oltre Gottardo.

Distretto Turistico dei Laghi e Ticino presentano caratteristiche comuni in tutte le categorie, quello che rende diverse le due regioni è la cultura e alcuni altri aspetti della categoria *Atmosfera*. Nel Distretto Turistico dei Laghi gli intervistati hanno definito questa regione come di cultura italiana, il Ticino invece è stato descritto come un mix di elementi svizzeri e italiani. Due culture che rendono possibile assaporare atmosfere completamente diverse nelle due regioni. Inoltre, per il Ticino è stato apprezzato il mix di città, piccoli paesi e natura, che non è così presente nella regione del Distretto Turistico dei Laghi.

Miglioramenti e suggerimenti

Questa sezione è dedicata ai suggerimenti e miglioramenti proposti dagli intervistati. In questo caso non è stato possibile raggrupparli in categorie analoghe come nel capitolo precedente, perché gli elementi elencati sono molto diversi tra le due regioni.

Nel Distretto Turistico dei Laghi 111 intervistati hanno suggerito aspetti da migliorare, per un totale di 127 elementi. Nel Grafico *Aspetti da migliorare DTL* (Grafico 15) gli elementi sono stati raggruppati in sette gruppi. Il 32% degli intervistati non ritiene che l'offerta turistica del Distretto dei Laghi si debba migliorare, ma non è dello stesso avviso il 18%, che ritiene che le strutture alberghiere dovrebbero essere migliorate, perché non moderne. Alcuni lamentano una mancanza d'informazioni, a loro avviso difficili da trovare e/o capire, e l'assenza di attività in caso di brutto tempo.

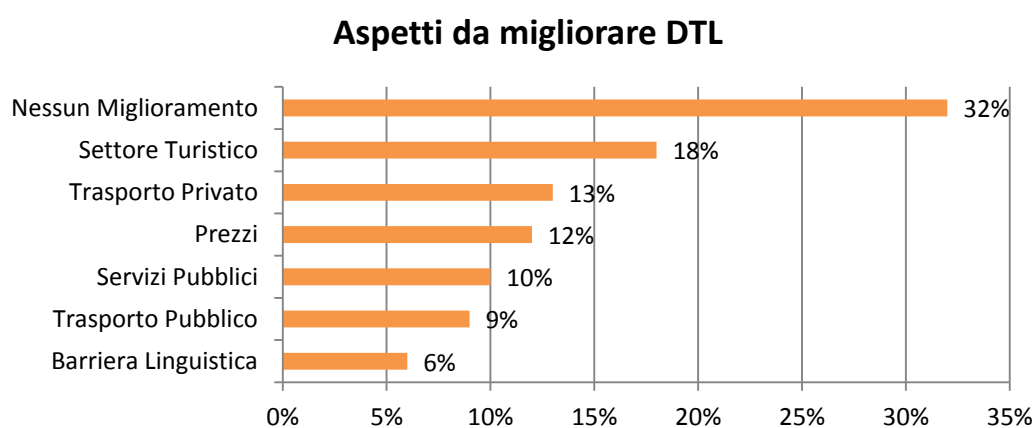


Grafico 15: Aspetti da Migliorare DTL

Alcuni considerano Trasporto Privato (13%) e Trasporto Pubblico (9%) deboli. Anche se l'area è considerata accessibile (vedi sezione precedente), il numero di parcheggi è limitato e la segnaletica non ottimale. A tal proposito, alcuni turisti hanno specificato che all'uscita dell'autostrada le indicazioni sarebbero confuse e non si capirebbe da che parte ci si deve dirigere. Altro punto sollevato è la carenza di corsie ciclabili e di zone pedonali che permettano di fare lunghe passeggiate. Per quanto riguarda il *Trasporto Pubblico*, sono stati segnalati la mancanza o una frequenza limitata di collegamenti tra differenti zone del Distretto Turistico dei Laghi sia via strada che via lago. Inoltre, chi ha viaggiato in treno, ha segnalato un disorientamento all'arrivo, poiché alla stazione non ha trovato gli orari dei bus. Per quanto riguarda i *Servizi Pubblici* (10%), secondo alcuni intervistati si dovrebbe migliorare la pulizia dei bagni pubblici e delle zone di balneazione, a questo proposito due famiglie hanno suggerito di offrire più servizi a chi viaggia con animali. Altro tema sensibile è quello dei *Prezzi* (12%) considerati da alcuni alti in rapporto alla qualità dei servizi. Infine il 6% delle menzioni erano rivolte alla *Barriera Linguistica*: secondo alcuni intervistati gli operatori turistici dovrebbero parlare più lingue e/o meglio, e alcuni si sono detti spiaciuti di non poter interagire con la popolazione locale a causa della lingua.

In Ticino sono emersi 126 elementi differenti (relativi a 108 interviste) suddivisi in 8 gruppi. Situazione analoga al Distretto Turistico dei Laghi per le prime posizioni: il 36% delle menzioni sostengono che l'industria turistica funzioni efficientemente (*Nessun Miglioramento*), al contrario un 20% ritiene che qualche miglioramento a livello turistico debba essere fatto (*Settore Turistico*). A tal proposito alcuni turisti si sono detti delusi dell'orario di chiusura di bar e ristoranti, ad avviso di questi turisti tutto chiuderebbe presto e la sera non ci sarebbe nulla da fare. Inoltre, anche in questo caso, alcuni turisti hanno posto l'accento sulla mancanza di attività in caso di brutto tempo.

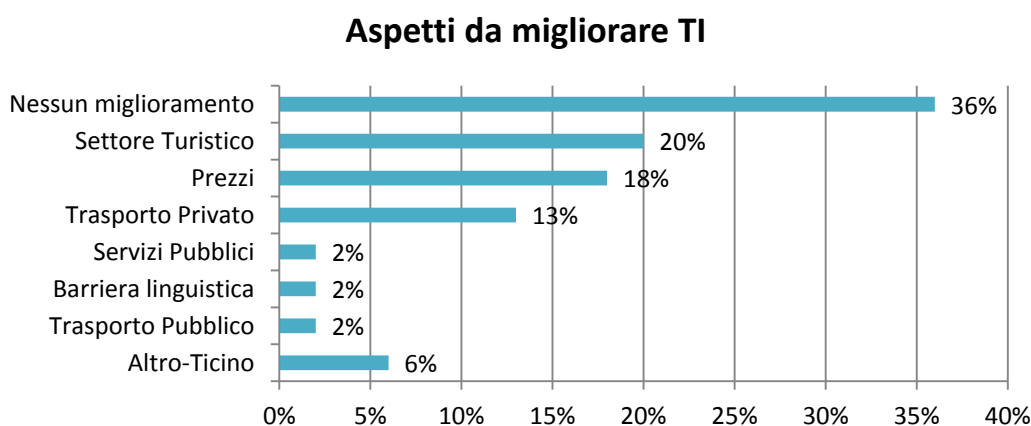


Grafico 16: Aspetti da Migliorare TI

Nota dolente per i *Prezzi* (18%), il Ticino è considerato costoso, soprattutto per le famiglie con bambini; da notare la controtendenza di Svizzeri e Tedeschi che, rispetto a tutte le altre nazionalità, considerano il Ticino non così caro. Meno problemi nelle categorie *Servizi Pubblici*, *Barriera Linguistica* e *Trasporto Pubblico* (2% ciascuna). Unico elemento significativo emerso riguarda il traffico privato cittadino, considerato come elemento di disturbo perché rumoroso.

Distretto Dei Laghi e Ticino devono considerare gli aspetti sopracitati, in modo da potersi migliorare e rendere così l'esperienza turistica ancora più piacevole e soddisfacente. Miglioramenti devono avvenire a livello della qualità dei servizi, in modo da giustificarne appieno i prezzi. Un altro punto comune su cui lavorare è la carenza di attività in caso di brutto tempo, l'offerta turistica sembra essere molto collegata alle buone condizioni climatiche, che però non possono essere garantite... Infine, su entrambi i lati, si può operare per migliorare l'offerta d'informazioni: alcuni turisti hanno detto di non sapere a che cosa si trovasse di fronte, sia per monumenti che per eventi: si tratta di una carenza che riguarda informazioni e segnaletica per strada, e non riguarda gli uffici turistici, i cui servizi sono invece stati elogiati.

Altre informazioni

Dalle interviste effettuate è stato possibile estrarre ulteriori elementi, che saranno brevemente presentati in questa sezione, alcuni sono emersi dalle tematiche presentate precedentemente nella SWOT analisi, mentre altri sono affiorati in modo spontaneo durante le interviste.

Dalle interviste effettuate è emerso che i turisti in entrambe le regioni sono soddisfatti della loro esperienza; unicamente 5 persone su 211 si sono dette leggermente insoddisfatte, poiché avevano attese diverse. In ogni caso un bilancio positivo sia per il Distretto Turistico dei Laghi sia per il Ticino: l'esperienza turistica offerta sembra essere all'altezza delle aspettative.

Altro tema spesso emerso nelle interviste è quello della comunicazione e dei contatti con la popolazione locale. Nel Distretto Turistico dei Laghi il 17% degli intervistati ha detto di aver avuto problemi di comunicazione a causa della lingua, questo problema è emerso da turisti che non parlano italiano e che hanno avuto difficoltà a comunicare con operatori del settore turistico. Quattro coppie di turisti non madrelingua, ma che conoscono la lingua italiana, hanno espresso un certo disappunto poiché l'interlocutore parlava in modo non chiaro, veloce o in dialetto; il 45% non ha avuto alcun problema di comunicazione, e il 38% non ha parlato di questo tema durante la propria intervista. In Ticino l'8% ha dichiarato di avere problemi di comunicazione analoghi a quelli emersi nel Distretto Turistico dei Laghi, le lingue richieste sono il tedesco e il russo almeno per brochure e indicazioni, il 28% non ha avuto problemi con la lingua e per il 64% non è emerso questo tipo di problema.

In 197 interviste sulle 279 totali è emerso il tema della popolazione locale; il 54% di questi turisti ha avuto modo di entrare in contatto coi locali mentre il 46% non ha avuto nessun tipo di relazione con cittadini della regione insubrica. In quest'ambito è stato possibile rilevare e contare la frequenza degli aggettivi più utilizzati per descrivere la popolazione locale. Nel Distretto Turistico dei Laghi i turisti hanno descritto i cittadini locali come cordiali (66%), gentili (17%), disponibili (10%) e simpatici (7%). I ticinesi a detta dei turisti sono cordiali (38%), gentili (28%), disponibili (16%), poliglotti (6%), ospitali (6%) e simpatici (6%).

Dalle interviste condotte nel Distretto Turistico dei Laghi sono emersi due elementi non presenti nelle interviste in Ticino. Il primo riguarda se si conosca la zona di montagna del Monte Rosa, che dista solo pochi chilometri dal lago. Gli intervistati si sono divisi a metà: una parte (50%) conosce questa zona e il 39% ha anche visitato quest'area, mentre il 50% non la conosce. Altro tema emerso è quello del budget giornaliero, difficile dare un risultato certo perché alcuni di questi turisti pernottavano nel Distretto Turistico dei Laghi mentre altri erano escursionisti. In generale, la media di spesa giornaliera è di circa 100 euro, con un massimo di 400 euro al giorno a un minimo di 10 euro.

Come esposto precedentemente, durante le visite è stato possibile intervistare anche alcuni locali, sia nel Distretto Turistico dei Laghi (22 persone) sia in Ticino (67 persone). Le interviste erano incentrate sul tema del turismo, su come migliorare la destinazione e su come vengono percepiti i turisti. In generale, i turisti non sono visti come un elemento di disturbo ma questi si devono comportare in modo educato rispettando la cultura locale. In entrambe le regioni è emerso che il turismo è considerato come un'importante attività economica, che deve però migliorarsi, non solo facendosi conoscere all'esterno, ma anche rinnovandosi all'interno, così da attirare nuovi mercati vicini e lontani. Nel Distretto Turistico dei Laghi c'è una buona disposizione dei locali ad adattarsi ai bisogni dei turisti, purché questo non danneggi chi vi abita, mentre in Ticino a questo riguardo gl'intervistati si sono divisi. Un elemento spesso emerso in Ticino riguarda il "che cosa fare", a detta di alcuni mancano attività non solo per turisti ma anche per locali. A tal proposito si è anche parlato delle famiglie: troppa poca offerta e con prezzi poco accessibili.

Conclusioni

I risultati emersi dalle interviste mostrano come le due regioni offrano un'offerta turistica in generale soddisfacente. Anche se i turisti hanno indicato aree di miglioramento, va ricordato che su entrambi i fronti circa il 35% ha asserito che non c'è niente da migliorare. Le due aree mostrano anche somiglianze a livello di motivazioni alla visita e di luoghi a cui vengono associate. Le caratteristiche più importanti sono la natura e l'atmosfera: la prima rende le due regioni simili, la seconda mostra invece elementi unici delle due aree, come per esempio la cultura. Le due regioni si somigliano anche quanto ai miglioramenti proposti, che riguardano la qualità dei servizi pubblici e privati, e il rapporto qualità/prezzo.

Conviene osservare che le due aree sono considerate distinte, e non parti di un'unica regione insubrica. Questo emerge anche dal fatto che solo 15 turisti su 279 (5%) hanno visitato entrambe le aree. Cinque di questi hanno deciso di viaggiare con mezzi pubblici, e hanno trovato difficoltà a livello sia d'informazioni sia di movimento.

La ricerca presenta delle limitazioni che devono essere prese in considerazione. La nazionalità degli intervistati non copre tutte le nazioni di turisti in visita alla regione insubrica, come per esempio la Cina, il Giappone e i Paesi del Golfo. Inoltre la selezione dei luoghi dove fare le interviste ha privilegiato i luoghi più visitati a livello turistico, tralasciando le località più piccole e le zone di montagna.

Autori

Webatelier.net

Il webatelier.net è un laboratorio dell'Università della Svizzera italiana (USI), Facoltà di Scienze della Comunicazione, che svolge attività di ricerca, di sviluppo e di didattica nell'ambito della comunicazione su internet, con particolare attenzione all'ambito turistico (eTourism).



Lorenzo Cantoni, direttore del webatelier.net, è professore ordinario e decano della Facoltà di scienze della Comunicazione. Il suo ambito di ricerca si pone all'intersezione fra comunicazione,

formazione e nuovi media: dalla comunicazione mediata da computer all'usabilità, dall'eTourism all'eLearning, dall'eGovernment all'ICT4D (Information and Communication Technology for Development).



Laura Malinverno, *student assistant* al webatelier.net, sta terminando il suo percorso di Master in Economia e Comunicazione con specializzazione in Turismo Internazionale all'Università della Svizzera Italiana

(USI). Per la sua tesi sta studiando quali caratteristiche ed elementi sono utilizzati per descrivere online gli hotel di lusso.



Asta Adukaite, ricercatrice presso webatelier.net, ha recentemente ottenuto un Master in Economia e Comunicazione con specializzazione

in Turismo Internazionale all'Università della Svizzera italiana (USI, Lugano, Svizzera) e dal 2012 è dottoranda per la Facoltà di Scienze della Comunicazione.



Maurizio De Rose, *visiting researcher* dall'Università della Calabria presso webatelier.net, è ricercatore post-doc nel settore delle Tecnologie della Comunicazione Educativa. Il suo ambito di

ricerca è focalizzato all'eLearning ed in maniera specifica alla progettazione e valutazione di ambienti di apprendimento in rete.

Licenza



Questo documento viene distribuito con la licenza Creative Commons **Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 3.0 Unported**.

Tu sei libero di:

di riprodurre, distribuire, comunicare al pubblico, esporre in pubblico, rappresentare, eseguire e recitare quest'opera

Alle seguenti condizioni:

- **Attribuzione** — Devi attribuire la paternità dell'opera nei modi indicati dall'autore o da chi ti ha dato l'opera in licenza e in modo tale da non suggerire che essi avallino te o il modo in cui tu usi l'opera.
- **Non commerciale** — Non puoi usare quest'opera per fini commerciali.
- **Non opere derivate** — Non puoi alterare o trasformare quest'opera, né usarla per crearne un'altra.

Prendendo atto che:

Rinuncia — È possibile rinunciare a qualunque delle condizioni sopra descritte se ottieni l'autorizzazione dal detentore dei diritti.

Pubblico Dominio — Nel caso in cui l'opera o qualunque delle sue componenti siano nel pubblico dominio secondo la legge vigente, tale condizione non è in alcun modo modificata dalla licenza.

Altri Diritti — La licenza non ha effetto in nessun modo sui seguenti diritti:

- Le eccezioni, libere utilizzazioni e le altre utilizzazioni consentite dalla legge sul diritto d'autore;
- I diritti morali dell'autore;
- Diritti che altre persone possono avere sia sull'opera stessa che su come l'opera viene utilizzata, come il diritto all'immagine o alla tutela dei dati personali.

Nota — Ogni volta che usi o distribuisce quest'opera, devi farlo secondo i termini di questa licenza, che va comunicata con chiarezza