



Indagine profilazione dei passeggeri, comportamento di acquisto e giudizio area commerciale

Anno 2014

Dicembre 2014

Indice

▪ Nota metodologica	3
▪ Profilazione della clientela aeroportuale	5
✓ Variabili socio-professionali, demografiche ed economiche	6
✓ Abitudini e modalità di viaggio in aereo	8
✓ Modalità di utilizzo dello scalo	9
✓ territoriale (residenza)	11
▪ Motivazioni e comportamento di acquisto/non acquisto e customer satisfaction area commerciale e parcheggi	12
✓ Interesse verso l'area commerciale e propensione visita p.v.	13
✓ Propensione acquisto	14
✓ Customer satisfaction settore food&beverage	18
✓ Customer satisfaction settore retail	19
✓ Aspettative sull'offerta merceologica	20
✓ Customer satisfaction settore parcheggi	21

Nota Metodologica

L'indagine - effettuata nel 2014 da **IPOTHESI** su incarico della GESAP – è stata finalizzata ai seguenti **obiettivi**

- ✓ **Profilazione della clientela aeroportuale rispetto alle seguenti variabili:**
 - socio-professionali, demografiche ed economiche (reddito dichiarato)
 - abitudini e modalità di viaggio in aereo
 - modalità di utilizzo dello scalo
 - territoriale (residenza)

- ✓ **Motivazioni e comportamento di acquisto/non acquisto customer satisfaction area commerciale e parcheggi:**
 - interesse verso l'area commerciale e propensione visita del punto vendita
 - propensione all'acquisto
 - giudizio su alcuni parametri relativi ai p.v. del settore *food&beverage* e *retail* e sui parcheggi
 - aspettative sull'offerta merceologica

Nota Metodologica

L'indagine è stata svolta mediante interviste dirette *face to face* somministrate a passeggeri in partenza, condotte in più lingue da intervistatori esperti, con la modalità **CAPI** (Computer Assisted Personal Interview). Essa si è articolata quattro sessioni nell'anno 2014, nei periodi di aprile, giugno/luglio, agosto e novembre. Le interviste sono state somministrate durante l'intero orario operativo dello scalo, per assicurare la massima rappresentatività del campione rispetto all'universo di riferimento.

E' stato raggiunto un campione pari a **3007 interviste valide**, così suddiviso per sessione:

Campione per sessione				
		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulativa
Valido	A) Aprile	827	25,0	25,0
	B) Giugno/Luglio	825	24,9	50,0
	C) Agosto	827	25,0	75,0
	D) Novembre	828	25,0	100,0
	Totale	3307	100,0	

Profilazione della clientela aeroportuale

Rispetto alle seguenti variabili:

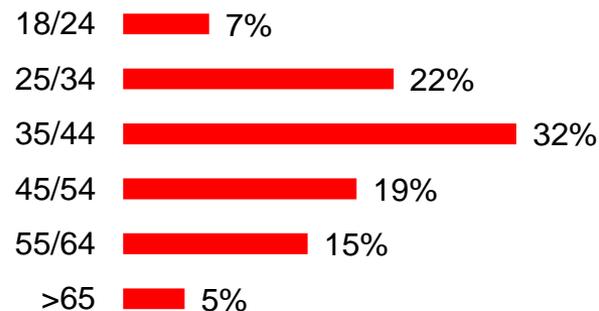
- socio-professionali, demografiche ed economiche (reddito dichiarato)
- abitudini e modalità di viaggio in aereo
- modalità di utilizzo dello scalo
- territoriale (residenza)

Profilazione clientela: variabili socio-professionali, demografiche ed economiche

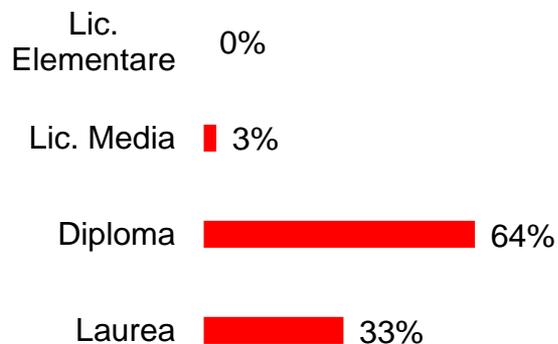
Sesso



Età



Livello istruzione



Professione



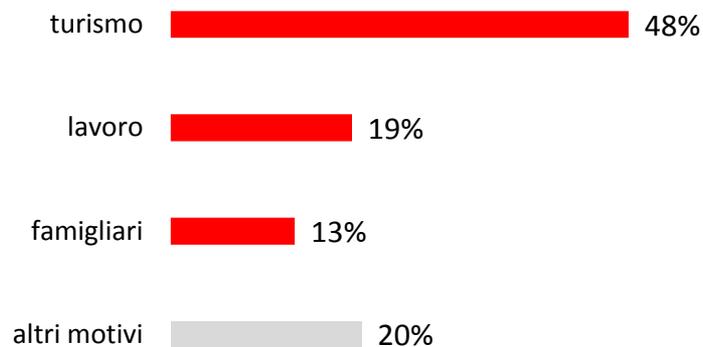
Profilazione clientela: variabili socio-professionali, demografiche ed economiche

Reddito annuale familiare

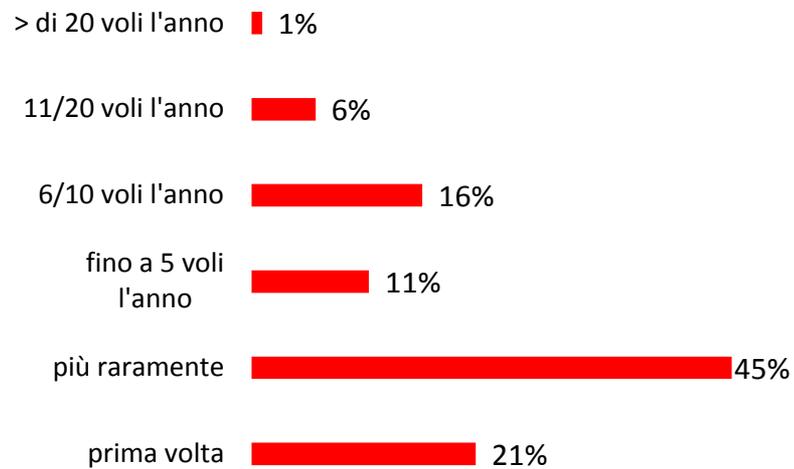


Profilazione clientela: abitudini e modalità di viaggio in aereo

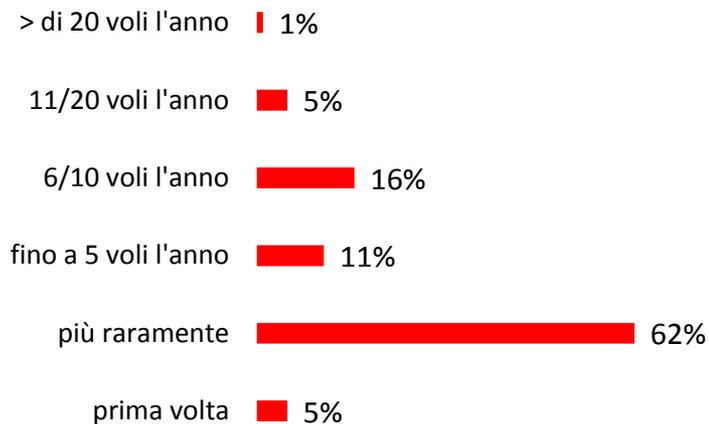
Motivo viaggio



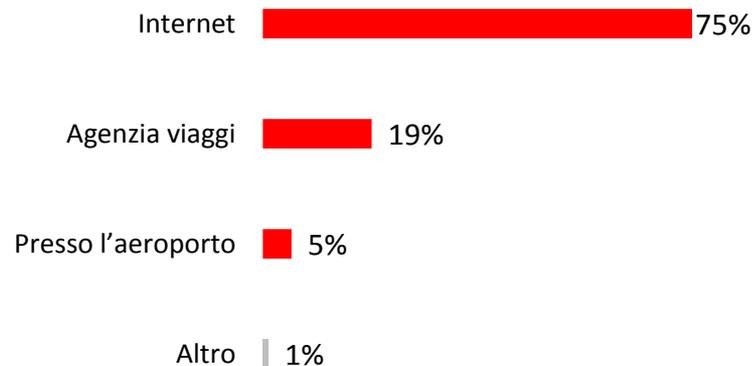
Frequenza annuale viaggi in aereo



Frequenza annuale voli low cost

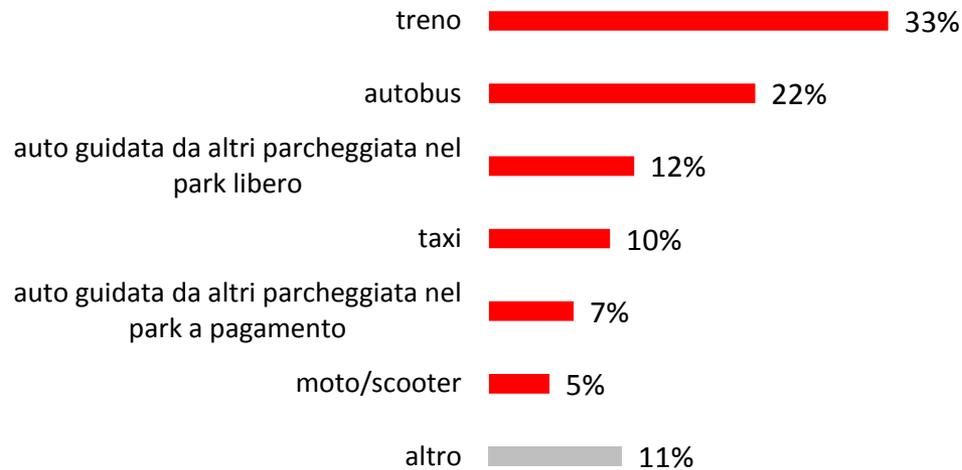


Modalità acquisto biglietto aereo

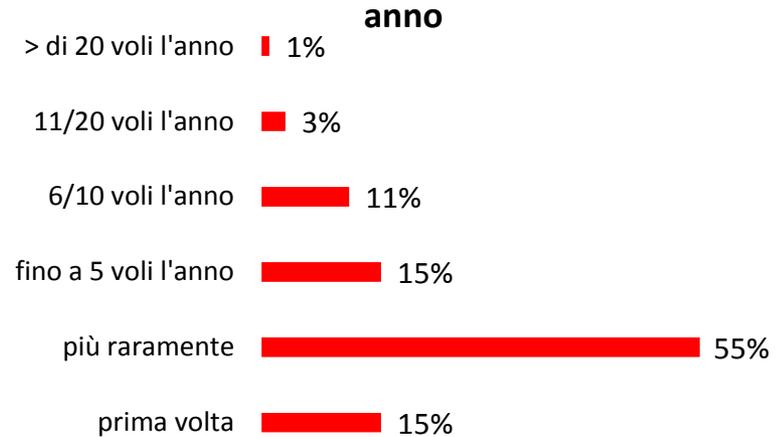


Profilazione clientela: modalità di utilizzo dello scalo

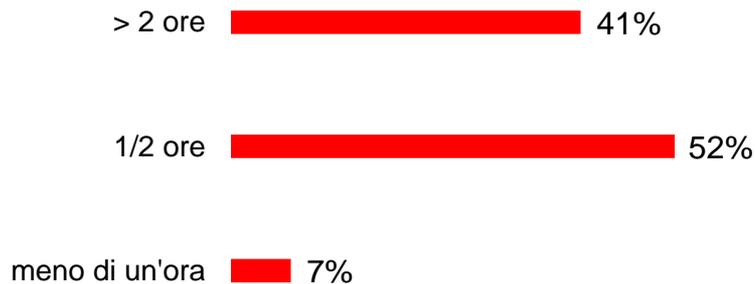
Mezzo utilizzato per raggiungere lo scalo



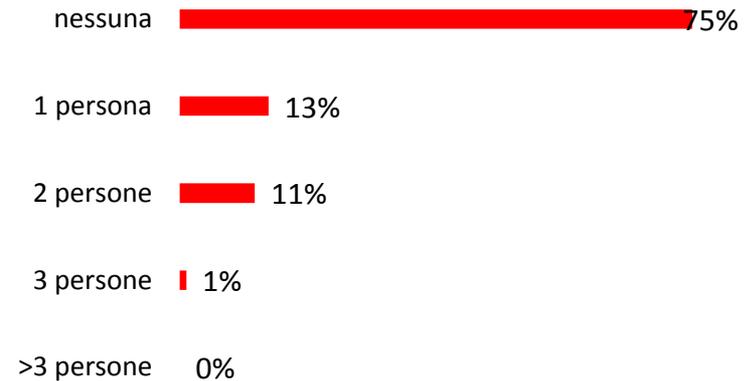
Frequenza partenze Palermo ultimo



Attesa nello scalo prima della partenza

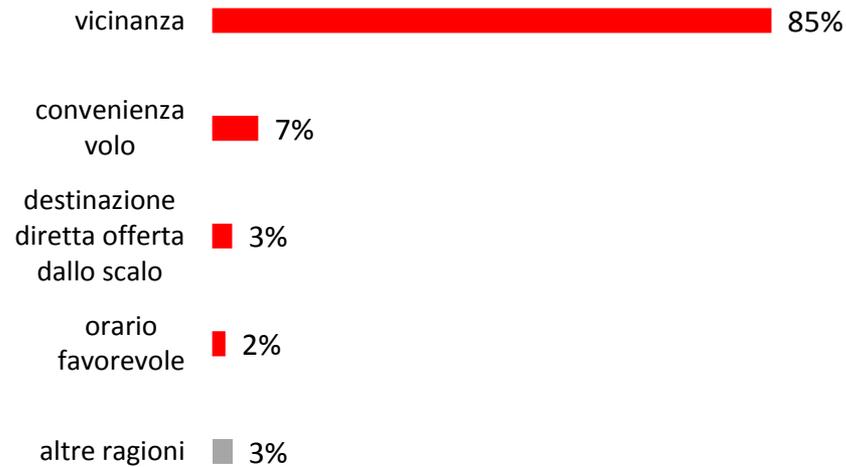


Persone che hanno accompagnato il passeggero nello scalo



Motivo della scelta dello scalo di Palermo

(soltanto ai residenti siciliani)



Profilazione clientela: territoriale (residenza)

Nazionalità



Le nazionalità estere più citate sono nell'ordine Francia e Inghilterra.

Le province italiane più citate sono nell'ordine: Palermo (33%), Roma (17%), Milano (12%).

A lato valori assoluti degli intervistati residenti nelle province siciliane.

