

***IDENTIKIT DEL
PELLEGRINO DI OGGI”***

“Lettura socio pastorale”

Dr. Maurizio Boiocchi

Convegno Nazionale CEI

Fano 3 giugno 2011

Nel corso degli ultimi anni, a fronte di una sensibile contrazione del turismo tradizionale, i viaggi con motivazione di fede hanno fatto registrare un costante incremento.

Secondo i dati del Wto, i “viaggiatori religiosi” nel mondo sono 300-330 milioni l’anno, una vera e propria “domanda di pellegrinaggio” con un fatturato annuo di 18 miliardi di dollari, dei quali 4,5 generati solo dall’Italia.

Nel nostro Paese i risultati dell’ultimo biennio hanno presentato interessanti tassi di incremento facendo registrare una crescita costante.

La rapida evoluzione del pellegrinaggio e del turismo religioso e l'attuale entità della domanda di viaggi di fede giustificano il crescente interesse, da parte degli studiosi di economia e di *marketing*, per tale specifico comparto del settore turistico.

Nasce quindi in ambito di ricerca universitaria un interesse analitico per la materia, già sollecitato nel passato dall'incontro con alcuni responsabili del settore turistico religioso ecclesiastico e con autorevoli dirigenti delle maggiori agenzie italiane di turismo religioso.

L'obiettivo degli studi diviene il declinare, in una sintesi articolata ed approfondita, la dimensione sacra e profana del fenomeno turistico - religioso, portando l'attenzione sia sulle sue finalità di evangelizzazione e di aggregazione ecclesiale, sia sulle componenti economiche e aziendalistiche del settore.

Questa duplice matrice di analisi risulta configurare la stessa articolazione degli studi la cui parte più rilevante è dedicata infatti alla descrizione del patrimonio culturale ecclesiastico, la seconda parte sposta l'attenzione sui viaggi e sui "viaggiatori di fede", sul pellegrinaggio in particolare.

L'interazione tra evangelizzazione e lo studio di un *marketing e di una comunicazione di applicazione religiosa*, per quanto possano sembrare inopportune, trova giustificazione peraltro nella stessa visione di Giovanni Paolo II.

Più volte, infatti, il pontefice ha espresso la sua convinzione che l'azione di animazione pastorale debba utilizzare gli "strumenti del suo tempo".

La gestione e la conservazione del patrimonio storico - artistico ecclesiastico possono identificare nel pellegrinaggio un importante elemento di valorizzazione e di evangelizzazione.

Il pellegrinaggio costituisce, fin dai tempi più remoti, una componente fondamentale della manifestazione di fede.

Esso non è soltanto un'occasione speciale di incontro tra gli uomini ed il divino, ma anche un fenomeno di superamento di confini geografici e di distanze, un'occasione d'incontro tra razze e popoli: incontrare gli altri, provenienti da luoghi diversi, ma accomunati da fede e simboli condivisi, fa vivere intensamente l'aspetto comunitario ed ecclesiologico della religione.

La diffusione del settore del *tour operating* religioso, determinata dalle forti spinte provenienti dalla domanda di spostamenti a carattere devozionale, ha favorito il consolidamento di un sistema di offerta che si muove intorno a realtà imprenditoriali anche di rilevante dimensione, veri e propri *tour operators* religiosi in grado di sfruttare con efficacia le strategie di *branding*, le leve del *pricing* e le politiche di comunicazione.

I siti di interesse religioso rappresentano sempre più spesso la destinazione di un turismo colto e di qualità.

Si tratta infatti di un turismo che possiamo definire:

a) **interessato** a strutture di significato religioso, ma anche di importanza storica e/o artistica;

b) **attratto** dai paesaggi in cui si situano i beni religiosi;

c) **coinvolto** da eventi e manifestazioni o feste religiose, percepiti come segno d'identità locale.

Il pellegrinaggio rappresenta sociologicamente un'esperienza complessa, che ha inizio prima della reale fruizione e termina successivamente, determinando una serie di benefici per il turista-fedele.

Il pellegrino cerca e vive nell'esperienza del viaggio qualcosa di radicalmente altro dalla vita quotidiana che egli conduce: sospende le normali occupazioni, si allontana da un territorio noto, percorre itinerari differenti insieme a persone con le quali instaura diversi rapporti e lungo la strada accosta e condivide con sconosciuti una dimensione carica di energia nuova.

In particolare, si tratta di un'esperienza che trasforma più o meno profondamente l'individuo, grazie anche ad un processo di rinnovamento e di "rinascita" che chiama in causa spesso una nuova forza vitale e una nuova progettualità.

L'esperienza legata al pellegrinaggio può essere suddivisa e descritta in 5 fasi, cronologicamente successive.

Prima fase

Percezione del desiderio

lo stimolo che ha destato l'interesse della persona per un pellegrinaggio in una località religiosa può essere stato un avvenimento specifico che si è verificato in un determinato momento (informazioni della stampa, passa-parola parrocchiale, esperienza di amici, notizia dei media, ecc.).

Seconda fase

Preparazione al viaggio o anticipazione

In tale fase si ricercano informazioni, si valutano le alternative, si prendono decisioni, si effettuano prenotazioni e si fa tutto quanto necessario per poter partire, spesso con notevole anticipo.

E' un momento importante sia dal punto di vista psicologico che per la formazione delle attese.

Il tutto consente di pregustare il piacere dell'esperienza religiosa futura tant'è che spesso nelle parrocchie i viaggi sono preparati con incontri dei partecipanti.

Terza fase

Fruizione del viaggio e visita dei luoghi

Questa fase rappresenta il momento centrale dell'intero processo, ossia il "momento della verità" in cui è vissuta l'esperienza di fede.

La visita ai luoghi di culto mette in gioco diversi registri individuali e sociali.

Essa dà luogo ad un'esperienza personale che prende la forma di un rapporto individuale con il sacro; nello stesso tempo, però, il viaggio concorre ad alimentare il processo di identificazione collettiva, in quanto costituisce un'occasione di incontro e di integrazione.

Il peregrinare collettivo verso una stessa meta «comporta un sistema relazionale latente tale da coinvolgere tutti gli attori sociali interessati ad essa»

Quarta fase

Ritorno a casa

Molti partecipanti ad un viaggio di fede, rientrando nel proprio ambiente da un'esperienza di cammino in un luogo di culto, avvertono l'esigenza di avviare processi di trasformazione interiore e di modificazione del tessuto etico-culturale, attraverso l'assunzione in prima persona di nuove responsabilità e attraverso l'incremento della partecipazione ai più vari livelli sociali e religiosi.

Quinta fase

Ricordi

E' la fase in cui si valuta l'esperienza nel suo complesso e la si rivive attraverso i ricordi, anche grazie ad elementi materiali, come foto, video, souvenir.

Quest'ultimo momento dell'esperienza di viaggio, consiste per il pellegrino soprattutto nel rivivere l'esperienza passata, condividendola con conoscenti e confrontandola con altre esperienze vissute.

Anche questa fase, quindi, è significativa dal punto di vista del pellegrinaggio e non dovrebbe essere trascurata, in quanto è parte integrante della esperienza complessiva.

In realtà, l'esperienza del pellegrinaggio è vista dal viaggiatore come un insieme di tutte le fasi: difficilmente i livelli di coinvolgimento sono riferiti a singoli momenti e non all'esperienza nel suo complesso.

L'elemento centrale del pellegrinaggio è, comunque, l'esperienza religiosa e culturale, e forse più di qualsiasi altra tipologia di viaggio il pellegrinaggio ha la potenzialità per determinare forti reazioni emotive ed esperienziali nei viaggiatori.

Alla luce di quanto evidenziato, il pellegrinaggio deve essere considerato essenzialmente un fenomeno di fede.

L'approccio allo studio del pellegrinaggio come fenomeno esperienziale è formulato nell'ambito delle scienze sociali, è riconducibile all'interpretazione del viaggio di fede dunque come esperienza in contrasto con l'esperienza del quotidiano e, quindi, come esperienza religiosa, di sacralità, ricerca dell'autenticità e del mito, esperienza di cambiamento.

Sono state identificate quindi cinque diversi tipi di esperienze:

Esperienze sensoriali

Ovvero le esperienze che coinvolgono la percezione sensoriale: tatto, udito, vista, gusto,olfatto

Esperienze emotive

Ovvero le esperienze che coinvolgono i
sentimenti e le emozioni

Esperienze di apprendimento

Ovvero le esperienze creative e cognitive

Esperienze di coinvolgimento fisico

Ovvero le esperienze che coinvolgono la fisicità
in tutte le sue dimensioni

Esperienze di relazione con il gruppo

Ovvero le esperienze risultanti dal porsi in relazione con un gruppo.

Partendo dall'analisi del pellegrinaggio come esperienza si intende sottolineare come il rapporto sia, nello stesso tempo, presupposto ed incentivato.

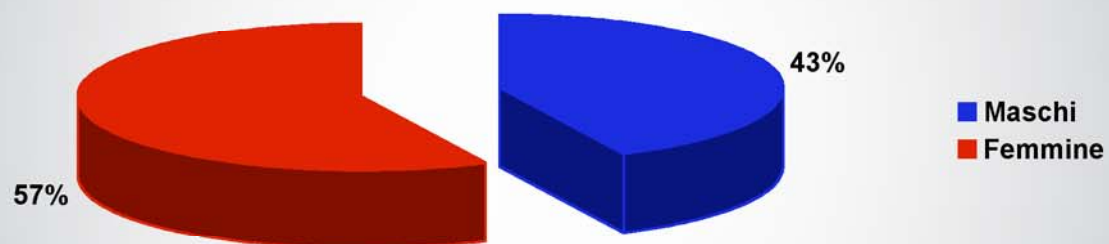
Il pellegrinaggio vede nell' esperienzialità un suo tratto caratteristico. Anzi, è proprio questa sua caratteristica a prestarsi a nuove proposte che, pur rimanendo all'interno dell'universo religioso, cercano di aprirsi anche al mondo laico.

La descrizione strategico - operativa dei vari operatori di turismo religioso in Italia, ha costituito il *focus* della parte quantitativa degli studi di ricerca che hanno naturalmente portato alla realizzazione di customer satisfaction, grazie alla collaborazione con importanti operatori religiosi

E' quindi con grande piacere che mi accingo a presentarvi alcuni dati di dette ricerche che serviranno a meglio definire "*l'IDENTIKIT DEL PELLEGRINO DI OGGI* ", tema del mio intervento odierno.

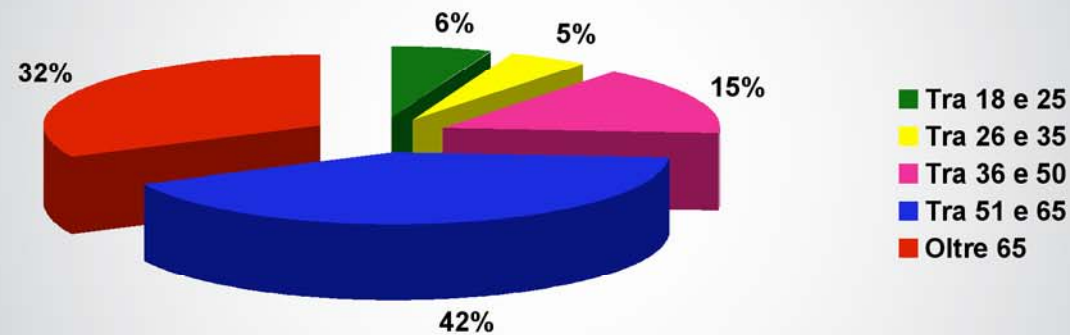
Oltre alle caratteristiche socio demografiche dei turisti religiosi, si è inteso indagare le modalità di reperimento dell'informazione turistica, la frequenza dei viaggi di fede durante l'anno, la scelta dell'operatore e le modalità di prenotazione, il coinvolgimento emotivo ed esperienziale durante il *tour* e la soddisfazione generale del viaggiatore.

Sesso



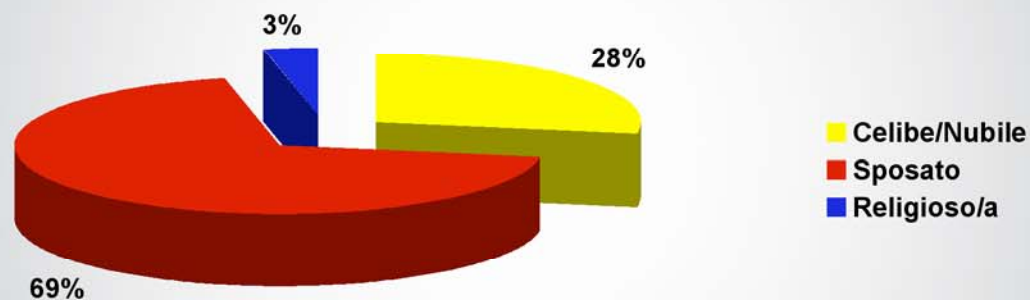
L'analisi si apre con una prima parte dedicata alla raccolta dei dati personali, utili per tracciare il profilo anagrafico medio del pellegrino. Per il 57% dei casi si tratta di donne, contro il 43% della componente maschile.

Età



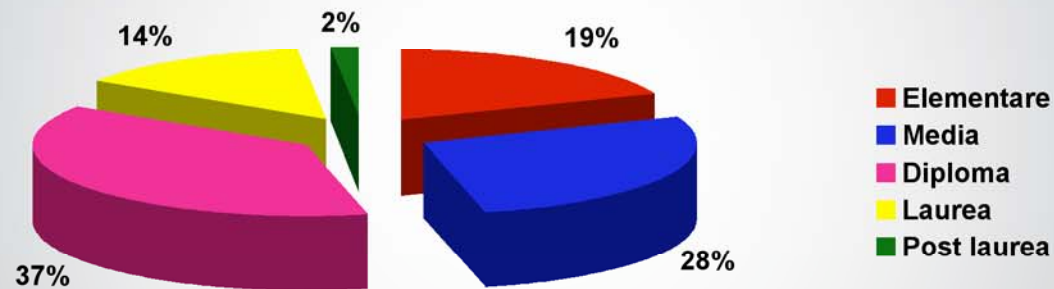
L'età del pellegrino si presenta per il 42% compresa tra 51 e 65 anni, il 32% oltre i 65 anni, il 15% è tra i 36 e 50 anni, al 5% il segmento tra 26 e 35 anni e al 6% quello tra i 18 e 25 anni.

Stato civile e figli



Il 69% dei casi analizzati risulta essere sposato, contro il 28% dei celibi/nubili, il 3% rimanente è rappresentato dai sacerdoti e dalle religiose partecipanti ai pellegrinaggi. Inoltre emerge che, rispetto al totale, solo il 35% ha figli.

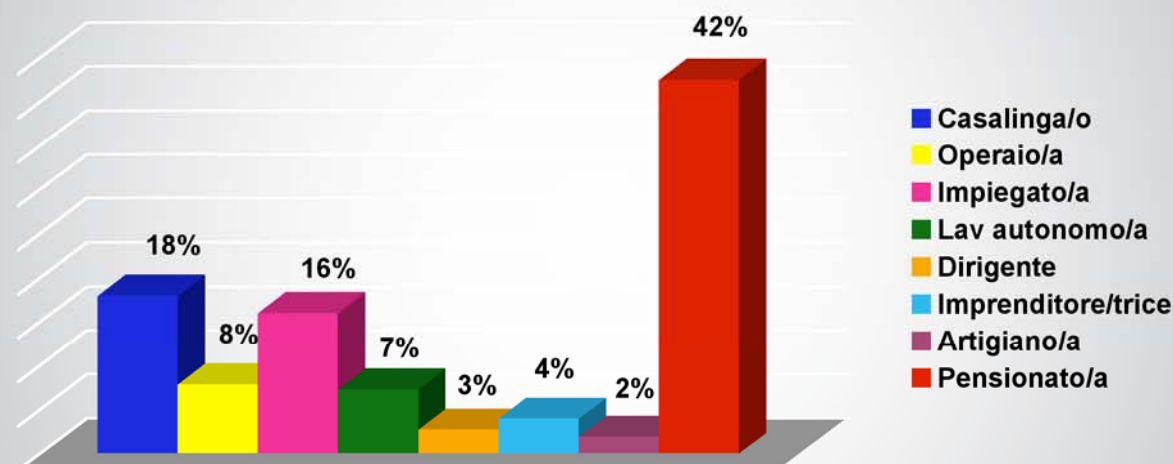
Titolo di studio



Prendendo in analisi il titolo di studio risultano esserci valori equilibrati tra titolo elementare e laurea, rispettivamente 19% e 14% del totale.

Il valore massimo è rappresentato dai diplomati che raggiungono il 38%, mentre solo il 2% dei casi risulta avere un titolo di studio avanzato di post-laurea. Il rimanente 28% è rappresentato dalle persone che hanno ottenuto una licenza media.

Professione



Nel pellegrinaggio la prevalenza dei partecipanti dal punto di vista occupazionale è composta per il 42% da pensionati, il 16% rappresentato dagli impiegati comprendendo anche i religiosi. Altre quote sono rappresentate dalle casalinghe (18%), i lavoratori autonomi (7%), gli operai (8%), gli artigiani (2%). Dirigenti e imprenditori, rispettivamente al 3% e 4%.

Viaggi per anno

Quanti viaggi fa in un anno?



La tipologia di pellegrini analizzata risulta effettuare un solo viaggio all'anno per il 55%, mentre il 27% effettua due viaggi in un anno. Residue sono le percentuali di chi effettua tre e più di tre viaggi in un anno, rispettivamente il 12% e il 6% del totale.

Scelta della destinazione

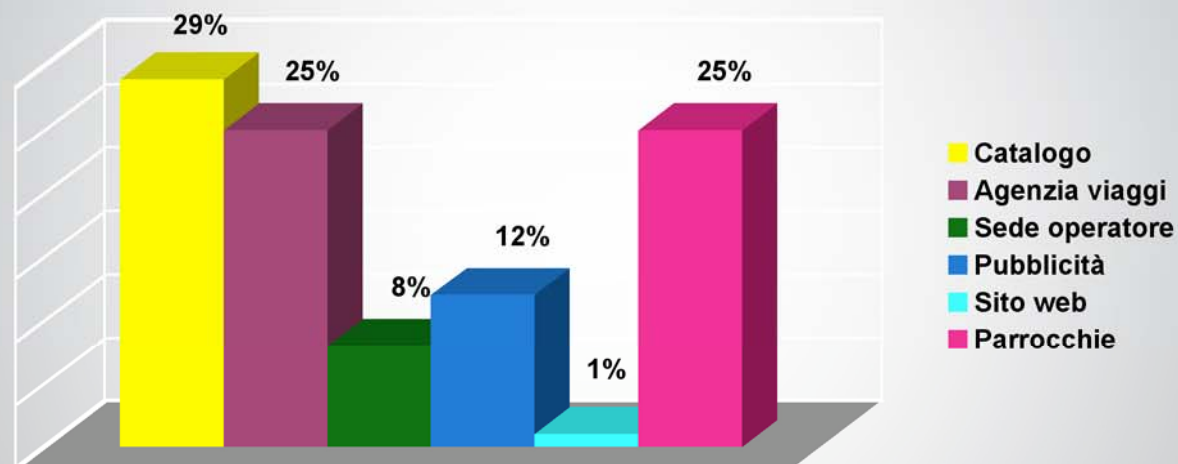
Perché ha scelto questo itinerario di pellegrinaggio ?



Il fenomeno del Pellegrinaggio coinvolge numerose destinazioni, sia quelle a carattere prevalentemente religioso, sia tutte quelle dove il patrimonio della Chiesa è rilevante. Nella decisione in questo vasto mosaico di scelte col 68% prevale la fede nella religione d'appartenenza. L'aspetto prettamente culturale incide per il 14% nei casi, il contatto con il sacro per il 13%. Minori sono le motivazioni di svago (1%), curiosità (4%), che spingono il turista religioso ad acquistare un viaggio di questo tipo.

Raccolta delle informazioni

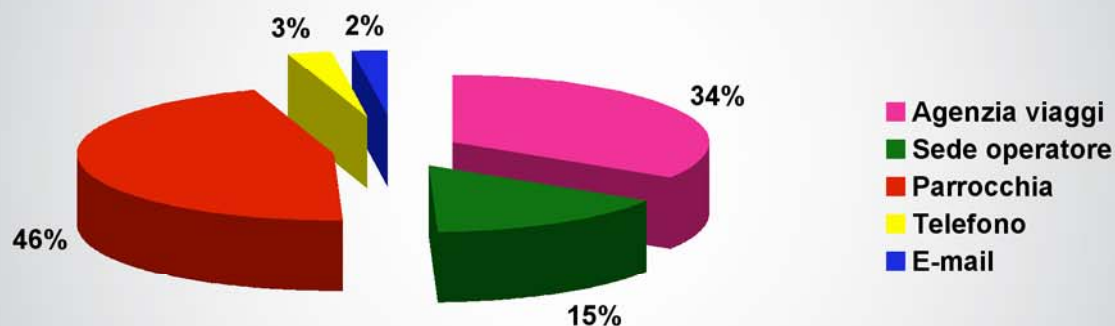
Dove ha raccolto le informazioni sul viaggio scelto?



I tour operator dispongono diverse strategie per la diffusione delle informazioni dei propri viaggi, permettendo al pellegrino di scegliere tra diverse soluzioni. La maggior parte delle informazioni vengono raccolte dal catalogo dell'operatore per il 29% degli intervistati, a seguire con il 25% si evidenziano altre tipologie di raccolta delle informazioni tra le quali possiamo comprendere le parrocchie. Il 25% dei pellegrini si reca in agenzia. Residue sono le percentuali che riguardano la raccolta di informazioni attraverso la sede dell'operatore (8%), grazie alla pubblicità (12%) e sul sito internet dell'operatore (1%).

Prenotazione

Dove ha prenotato?

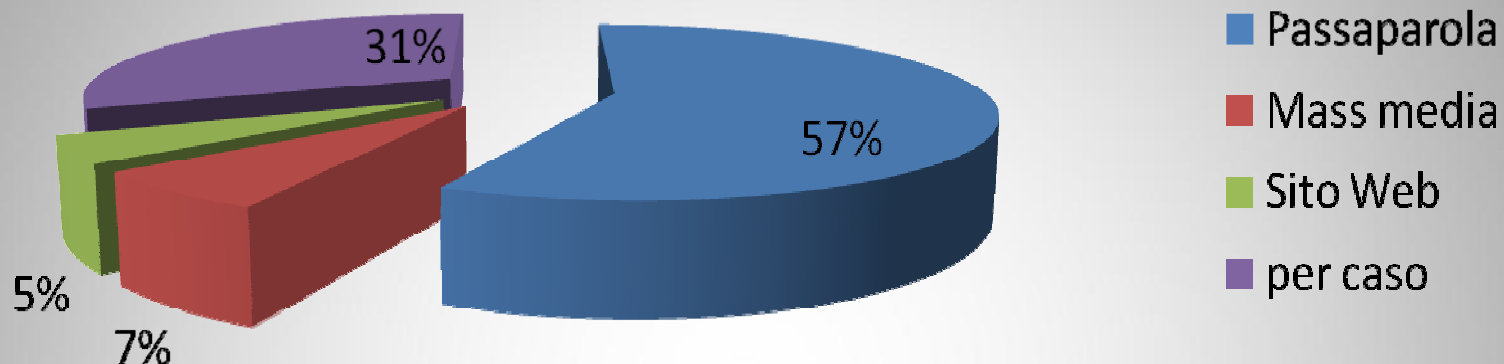


La parrocchia prevale col 46% delle preferenze. Questa scelta è la più facile per chi affronta un'esperienza di pellegrinaggio perché spesso è la parrocchia di appartenenza che organizza il viaggio in sinergia con l'operatore specializzato, raccogliendo le iscrizioni e fornendo le informazioni necessarie. Anche l'agenzia di viaggi è scelta da un'alta percentuale, il 34%.

Invece il 15% delle persone intervistate si reca nella sede del T.O, ricercando così una maggiore sicurezza ed un rapporto diretto con l'organizzatore. Residue sono le percentuali di chi utilizza il telefono (3%) e l'e-mail (2%).

Mezzo di conoscenza del Tour Operator

Come ha conosciuto questo operatore?

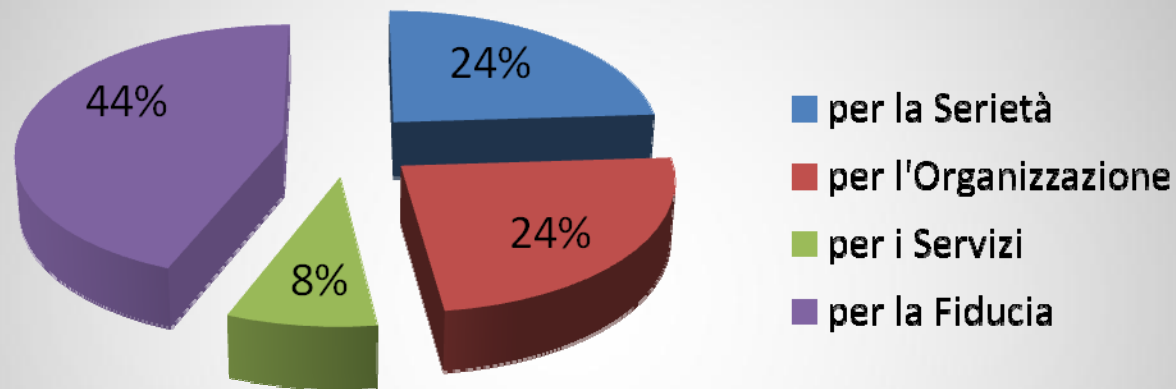


Il turista religioso nel suo processo di approccio col Tour Operator specializzato nel 57% dei casi è favorito dal passaparola, infatti la comunicazione verbale tra persone è ritenuta molto più affidabile rispetto ad ogni altra forma di pubblicità.

A seguire il 31% delle persone approccia per caso. Il 7% ha conosciuto il T.O. attraverso i mass media, includendo anche le trasmissioni televisive che pubblicizzano le mete di turismo religioso. Internet invece ha svolto una funzione comunicativa solo per il 5% degli intervistati.

Scelta dell'operatore

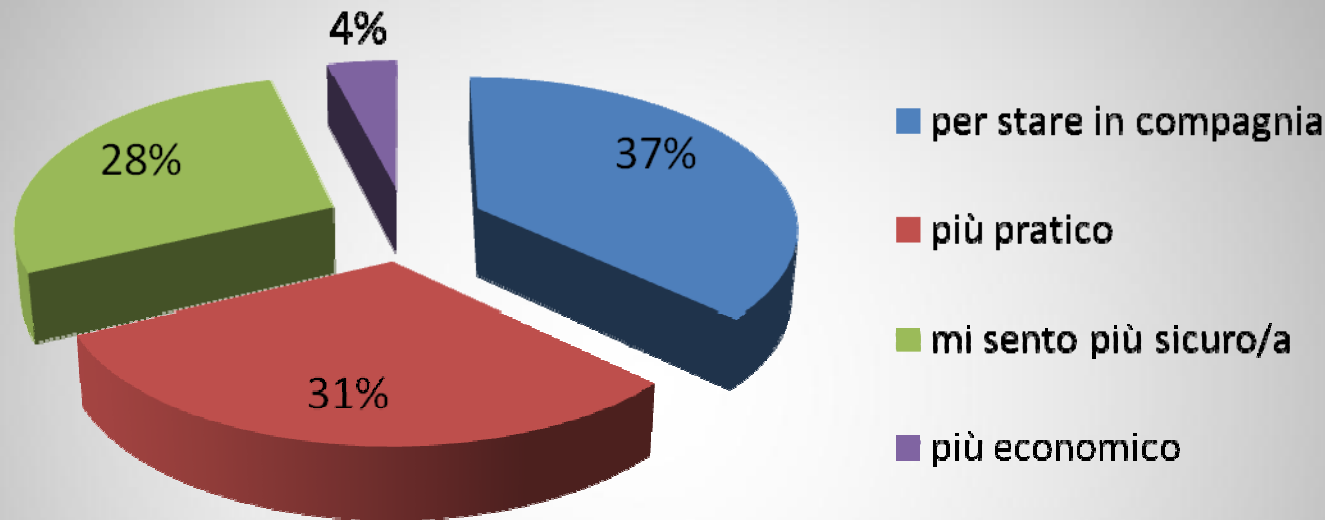
Perché ha scelto questo operatore?



Nella scelta del T.O. intervengo spesso differenti variabili, la più rilevante risulta essere la fiducia (44%) nell'operatore specializzato che commercializza il pacchetto di viaggio. Molto importanti sono anche la serietà (24%) e l'organizzazione (24%). Questi dati evidenziano l'importanza della componente esperienziale nella scelta tra i differenti operatori concorrenti: fiducia, serietà e organizzazione si acquistano col tempo e con buoni risultati. La componente dei servizi rimane rilevante nella scelta per il 8% dei turisti religiosi.

Viaggio in gruppo

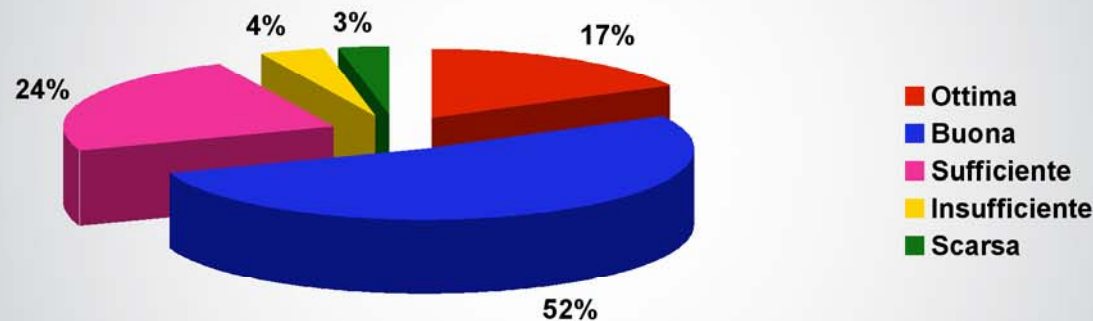
Perché ha scelto un viaggio organizzato in gruppo?



Il viaggio di gruppo caratterizza il pellegrinaggio come forma classica per intraprendere un'esperienza di questo tipo. Nell'analisi si è cercato di comprendere le motivazioni della scelta di un viaggio di gruppo: prioritaria è l'esigenza di stare in compagnia per il 37% degli intervistati, le persone cercano momenti comunitari per condividere forti esperienze emotive; un viaggio di gruppo spesso è scelto anche per la maggiore praticità che offre (31%); il 28% dei turisti religiosi si sente più sicuro in gruppo; l'aspetto economico è discriminante nella scelta per il 4% del totale.

Cibi e bevande

Come valuta l'esperienza relativa al consumo di cibi e bevande?

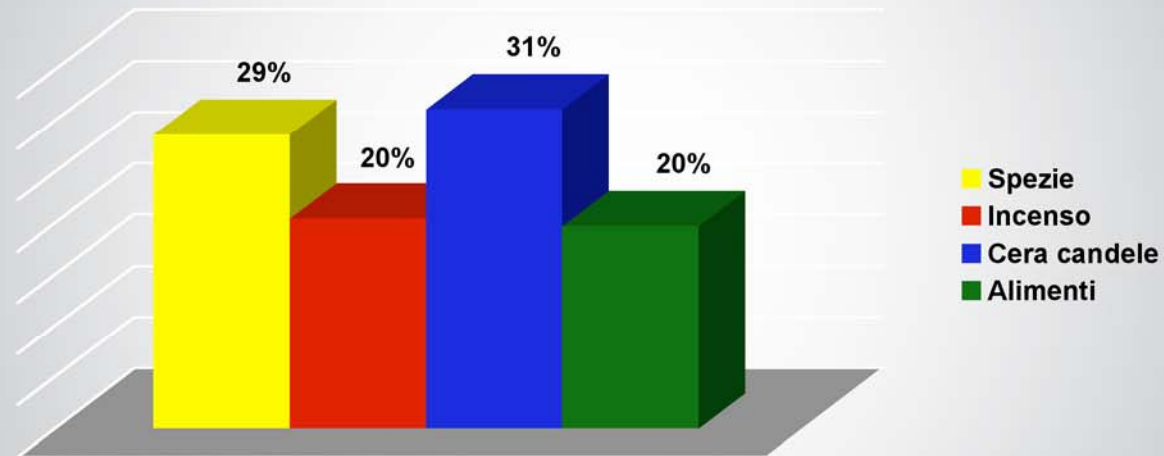


Dopo la prima parte, l'indagine condotta si è addentrata nella sfera emozionale del cammino intrapreso dal pellegrino chiedendo una valutazione su cinque aspetti: sensi; sentimenti; cognizione; azione; relazione.

Inizialmente ci si è concentrati sui sensi. Durante i viaggi il vitto è spesso la parte più soggetta a critiche, nell'indagine sottoposta ai viaggiatori è stata richiesta una valutazione sull'esperienza relativa al consumo di cibi e bevande. Il 52% ha espresso un giudizio buono contro il 3% che lo ha valutato scarso e 4% insufficiente. La valutazione di ottimo è stata attribuita dal 17% degli intervistati, mentre il 24% ha espresso un parere sufficiente.

Odori/Profumi

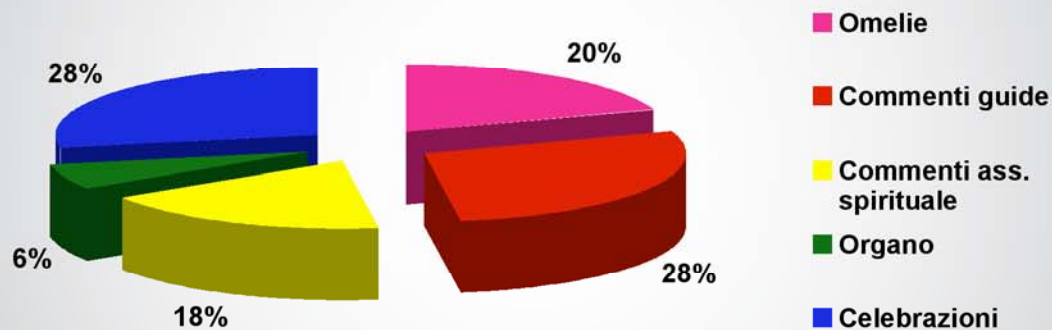
In cammino, quali sono stati gli odori/profumi che più ricorda?



Durante un pellegrinaggio si incontrano diversi odori che rimangono impressi nella memoria dei turisti, la maggior parte ricorda l'odore della cera delle candele (31%), a seguire le spezie (29%). Molto rilevanti sono anche gli odori dell'incenso e degli alimenti che condividono un 20%.

Suoni

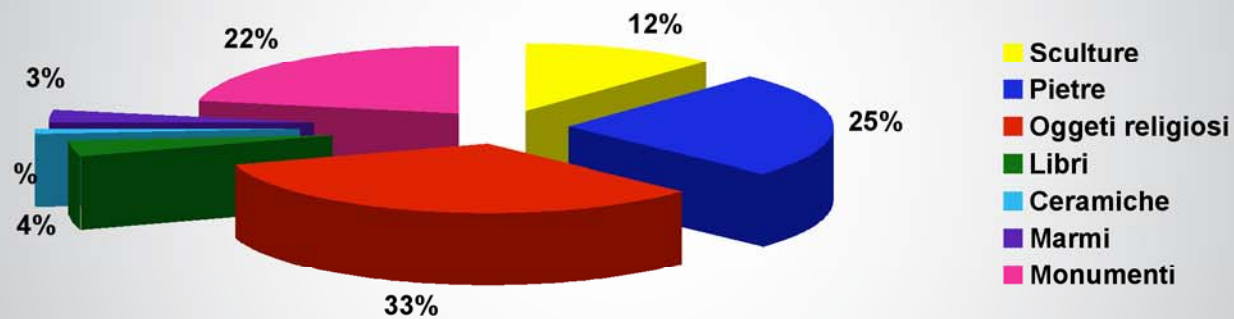
Ricorda parole, un suono, una musica particolari?



Parole e musiche particolari spesso sono suoni che accompagnano il cammino di ogni pellegrino. Il 28% ricorda i commenti delle guide, il 28% le celebrazioni, il 20% è rimasto colpito dalle omelie dei sacerdoti, il 18% dal commento dell'assistente spirituale che accompagnava il viaggio, anche il suono dell'organo viene ricordato dal 6% delle persone.

Tatto

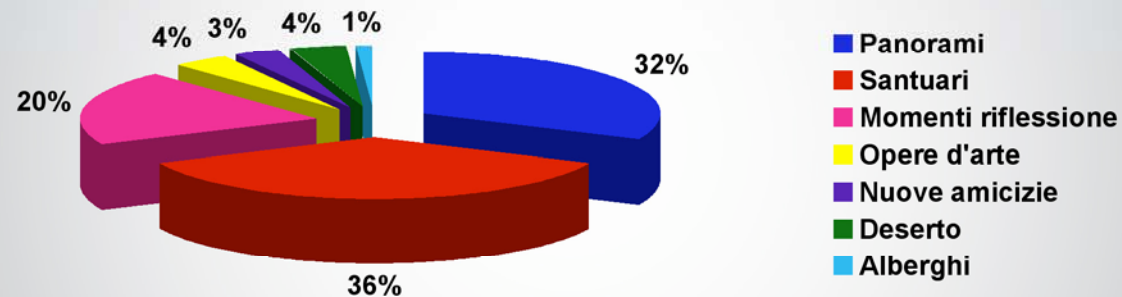
Durante il viaggio quali sensazioni tattili ha vissuto?



Durante il viaggio si possono vivere anche numerose sensazioni tattili particolari, molti ricordano di aver toccato oggetti religiosi (33%), le pietre (25%), i monumenti (22%). Meno rilevanti sono state le sculture (12%), i libri (4%), i marmi (3%) e le ceramiche (1%).

Immagini

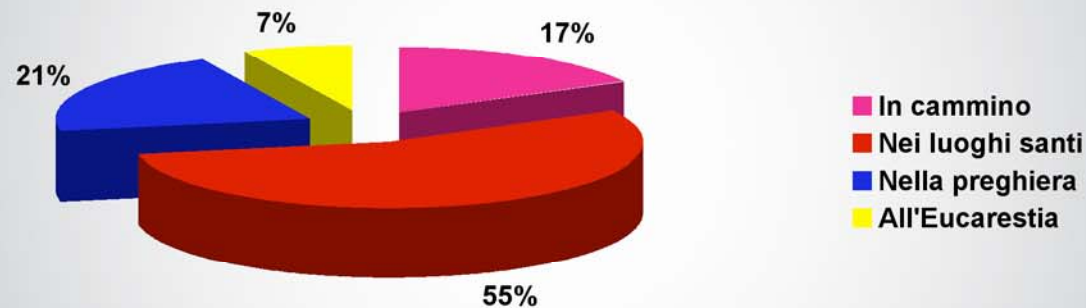
Nei suoi ricordi quale immagine porta come memoria del suo itinerario?



Alla fine del pellegrinaggio, nei ricordi dei partecipanti, ognuno porta una particolare immagine come memoria del cammino compiuto. Nelle interviste è emerso che il 32% ricorda i panorami, il 36% i santuari visitati, il 20% i momenti di riflessione, il 4% ha impresso sia le opere d'arte sacra che il deserto, minori percentuali riguardano le immagini delle nuove amicizie (3%) e degli alberghi (1%).

Emozioni

*Durante il suo pellegrinaggio ha provato forti emozioni?
Se sì, quando?*

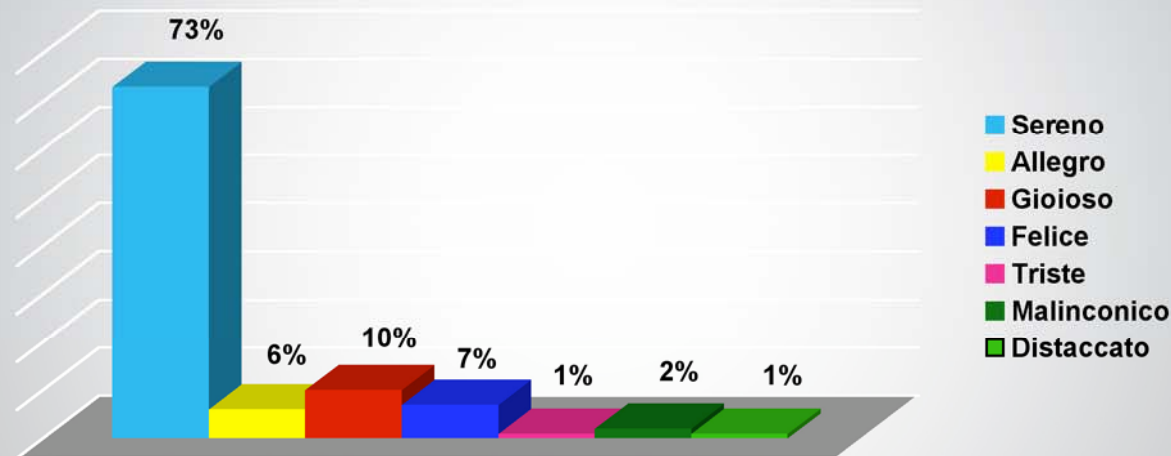


Un'altra parte dell'analisi nella sfera emozionale si è concentrata sui sentimenti.

Il 90% dei pellegrini che ha partecipato a un viaggio ha provato forti emozioni, contro solo il 10% che invece non ne ha provate. Tra i diversi momenti che hanno caratterizzato l'itinerario religioso, i luoghi santi hanno avuto una maggiore carica emozionale per il 55% dei pellegrini, momenti emozionanti sono stati vissuti anche durante il cammino (17%), nella preghiera (21%), durante l'Eucarestia (7%).

Stato d'animo

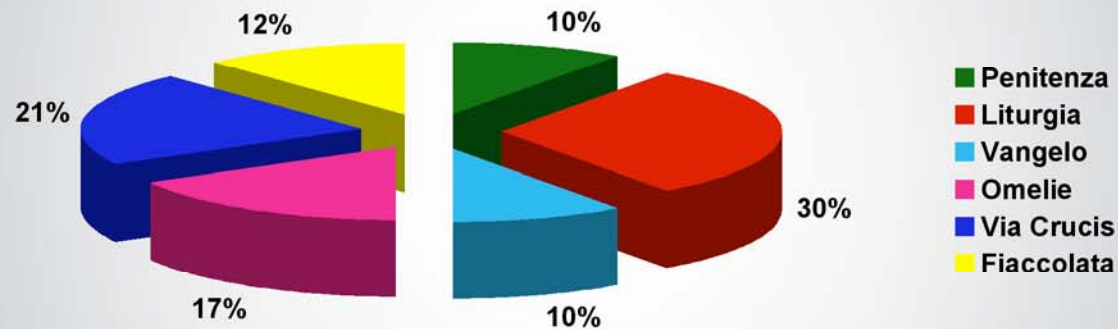
Quale, invece, il suo stato d'animo?



Nel corso del pellegrinaggio ogni persona viene attraversata da differenti emozioni, caratterizzando così lo stato d'animo di ciascuno. La maggioranza degli intervistati si è definita serena (73%), il 7% felice, 10% gioioso e il 6% allegro. Residue sono le percentuali di coloro i quali si sentivano tristi (1%), malinconici (2%) o distaccati (1%).

Cerimonie religiose

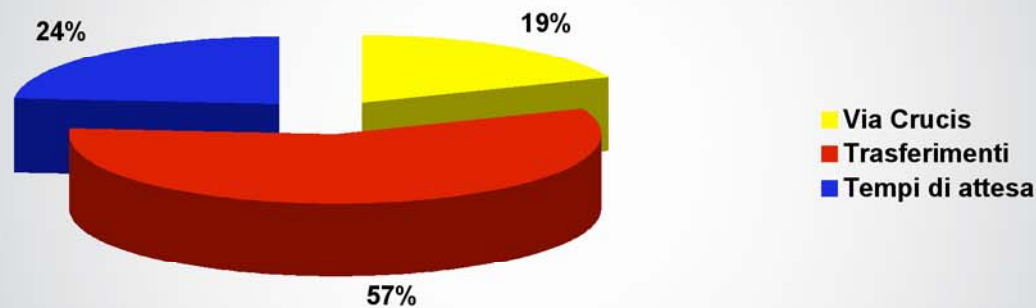
*Si è sentito coinvolto/a nelle cerimonie religiose?
Se sì, cosa ha apprezzato?*



Caratteristica del pellegrinaggio è la partecipazione alle cerimonie religiose. La grande maggioranza dei viaggiatori (94%) si è sentito coinvolto durante le cerimonie, solo il 6% ha espresso un parere negativo. Molto coinvolgenti sono state le liturgie (30%), la Via Crucis (21%) e le omelie dei celebranti (17%). A seguire il momento della fiaccolata (12%),
I momenti di Penitenza (10%), la interpretazione dei Vangeli (10%).

Stanchezza

*Ha provato particolari momenti di stanchezza?
Se si, in quale occasione?*

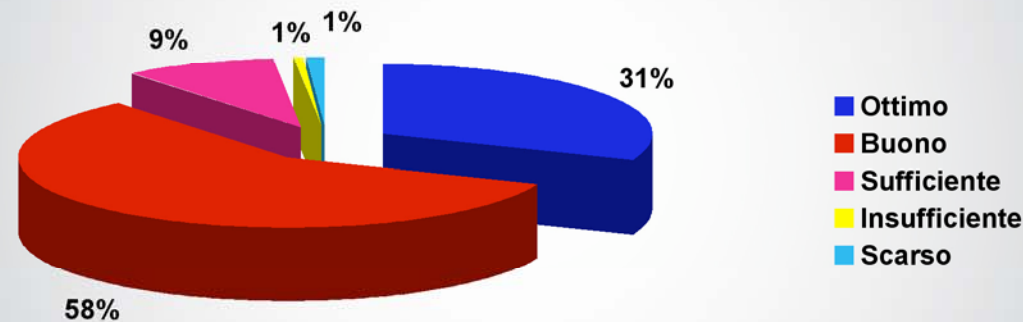


Durante il pellegrinaggio si possono accusare momenti di stanchezza, dovuti a differenti motivi che possono condizionare il cammino.

Il 53% dei viaggiatori ha accusato alcuni momenti di stanchezza contro il 47%. Chi si sentiva stanco ha individuato questi momenti: Il 57% durante i trasferimenti, il 24% durante i momenti di attesa, infine il 19% durante la Via Crucis.

Servizi

Quale valore dà ai servizi ricevuti?

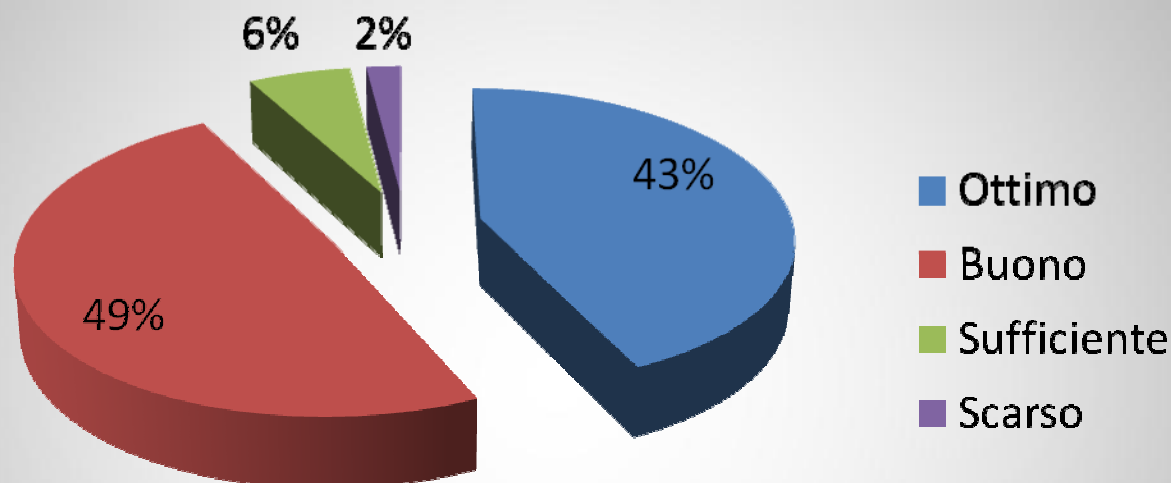


Infine è stato richiesto un giudizio di valore sui servizi ricevuti in generale, come aereo, pullman, alberghi, vitto, comunicazioni; anche nel pellegrinaggio i servizi rivestono un'importanza rilevante per il soddisfacimento delle esigenze della clientela. Il 58% ha espresso un giudizio buono, il 31% ottimo, il 9% sufficiente.

Residue sono le percentuali dei valori insufficienti (1%) e scarsi (1%).

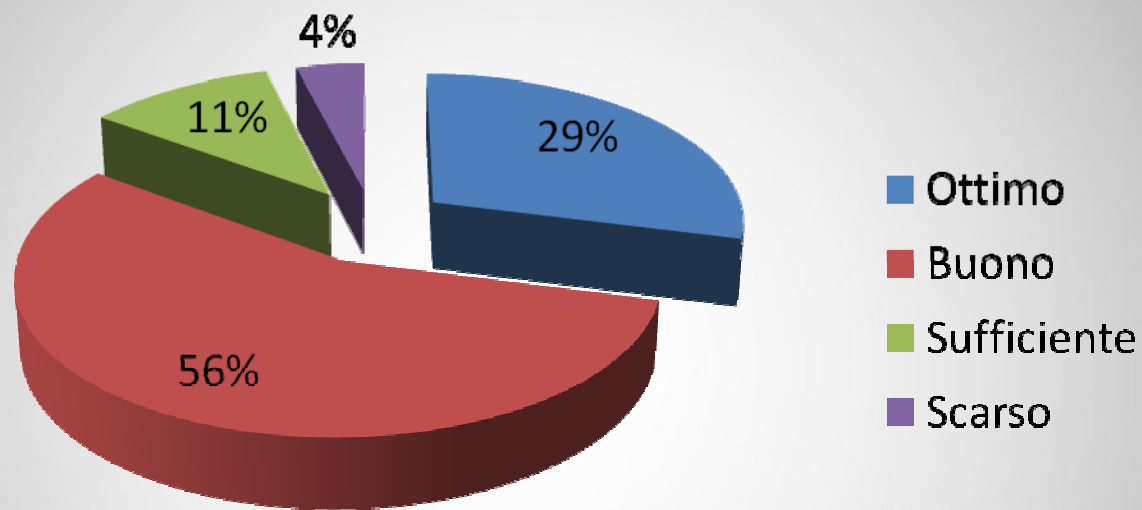
Assistenza alla partenza

Come giudica l'assistenza alla partenza?



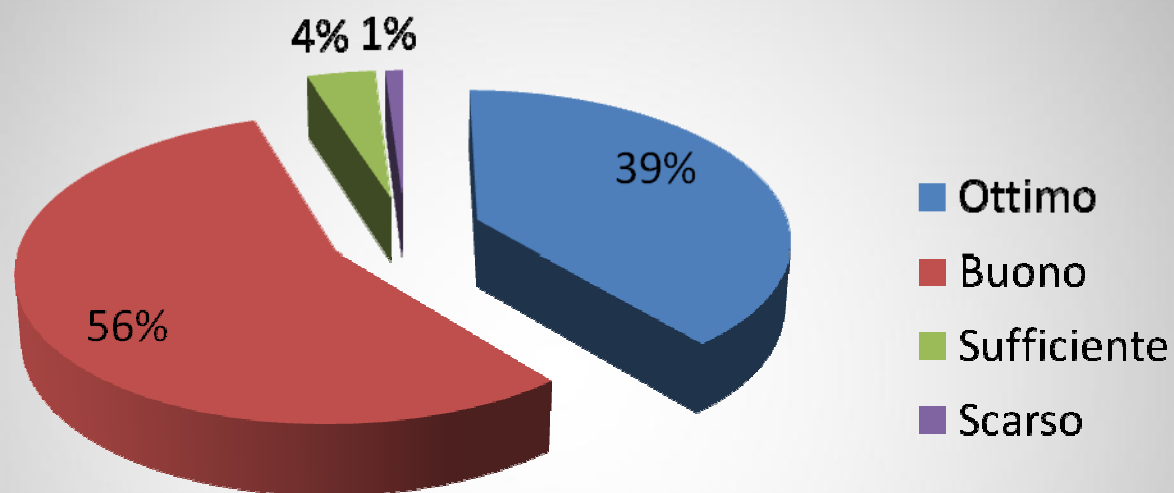
Tutte le pratiche di assistenza alla partenza sono state giudicate ottime dal 43% degli intervistati, la percentuale maggiore (49%) ha valutato il servizio buono, il resto dei viaggiatori si sono divisi tra sufficiente (6%) e scarso (2%).

Compagnia aerea



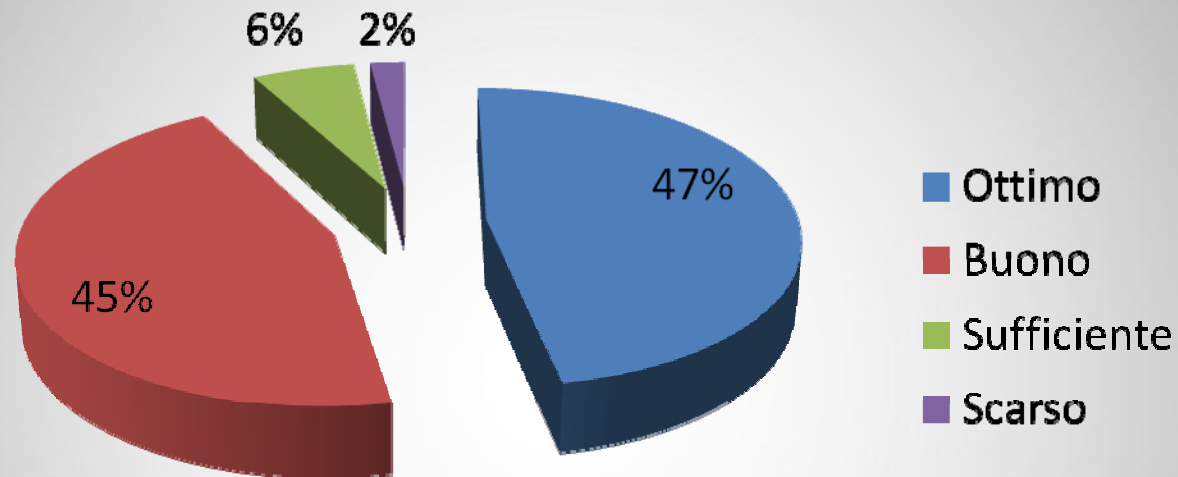
Il giudizio rispetto alla compagnia aerea dei turisti religiosi che hanno usufruito dell'aereo è stato per la maggioranza buono (56%), il 29% ha valutato la compagnia ottima, l'11% sufficiente e il 4% scarsa.

Trasferimenti



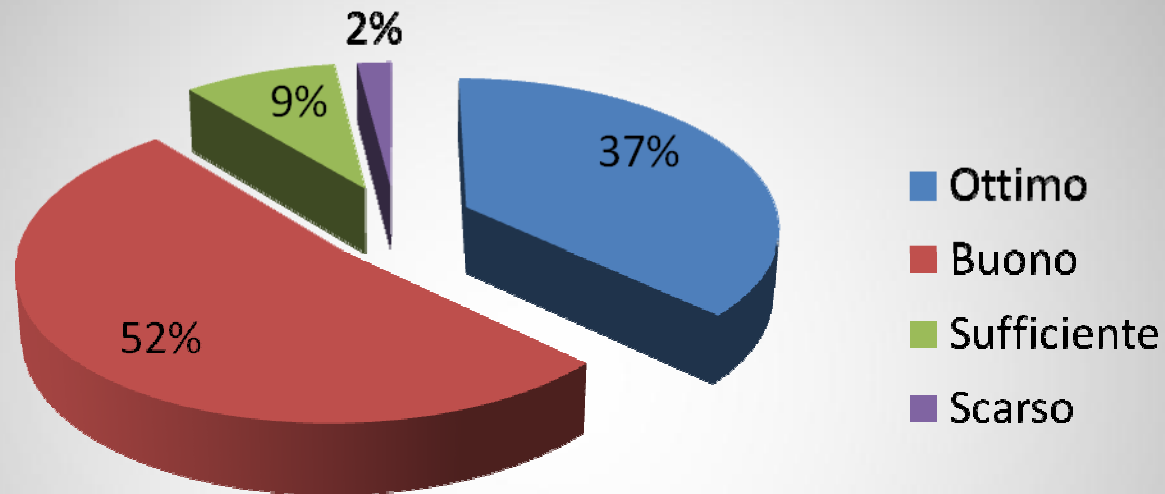
I trasferimenti sono stati giudicati ottimali per il 39%, di livello buono per il 56% degli intervistati, sufficienti per il 4% e scarsi solo per l'1%.

Pullman



Durante i pellegrinaggi organizzati dall'operatore specializzato, i pullman utilizzati sono stati valutati con ottimo dal 47% dei partecipanti, con buono dal 45%, il 6% li ha valutati sufficienti, solo il 2% ha espresso un giudizio scarso.

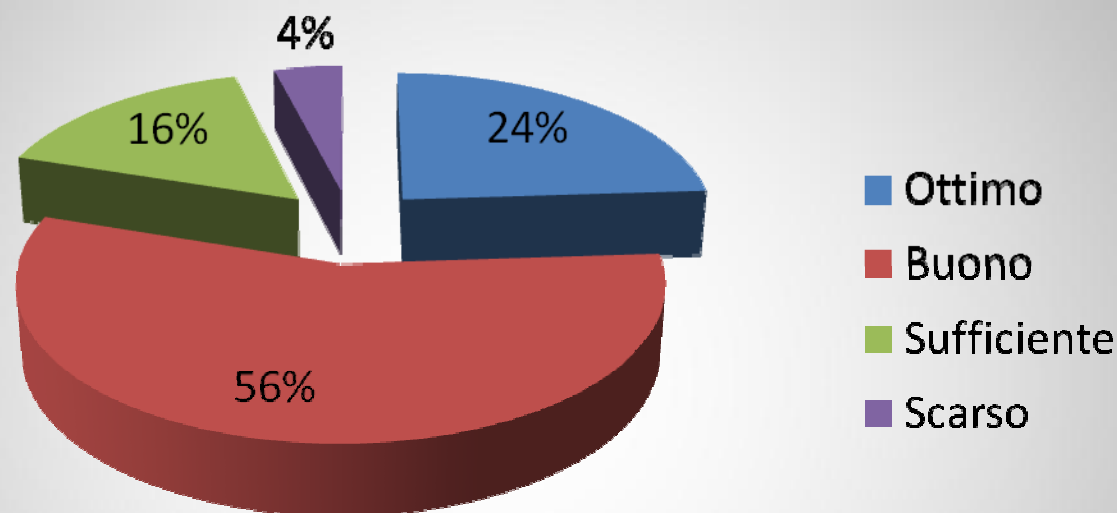
Alberghi



In un secondo sottogruppo si è voluto analizzare gli aspetti riguardanti la ricettività.

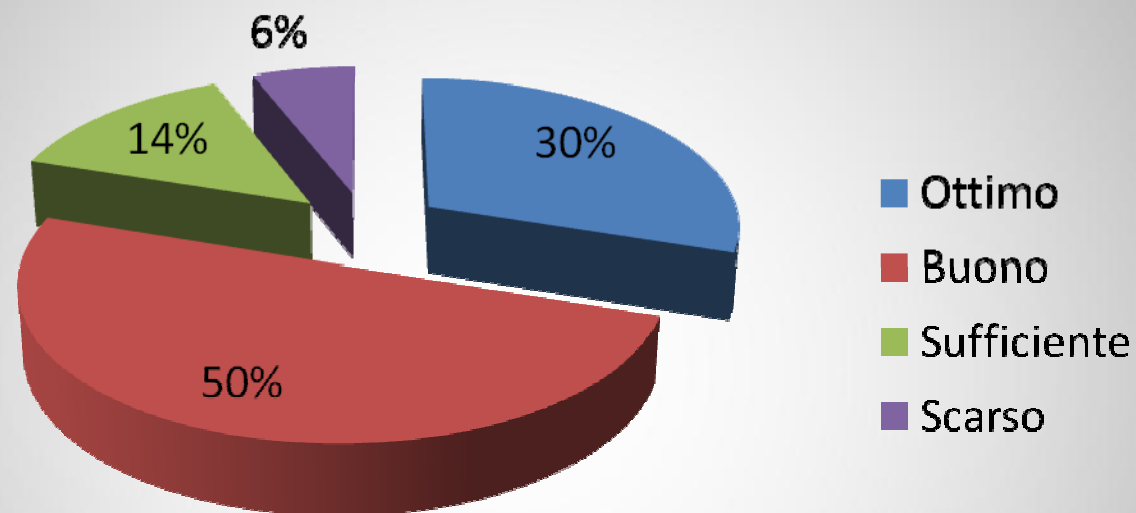
Gli alberghi utilizzati sono stati ritenuti ottimi dal 37% dei viaggiatori, buoni dalla maggioranza (52%), il 9% ha espresso un giudizio sufficiente e solo il 2% li ha valutati con scarso.

Vitto



Durante i viaggi il vitto è spesso la parte più soggetta a critiche, nell'indagine sottoposta ai viaggiatori è emerso che ben il 56% ha espresso un giudizio buono contro il 4% che lo ha valutato scarso. La valutazione di ottimo è stata attribuita dal 24% degli intervistati, mentre il 16% ha espresso un parere sufficiente.

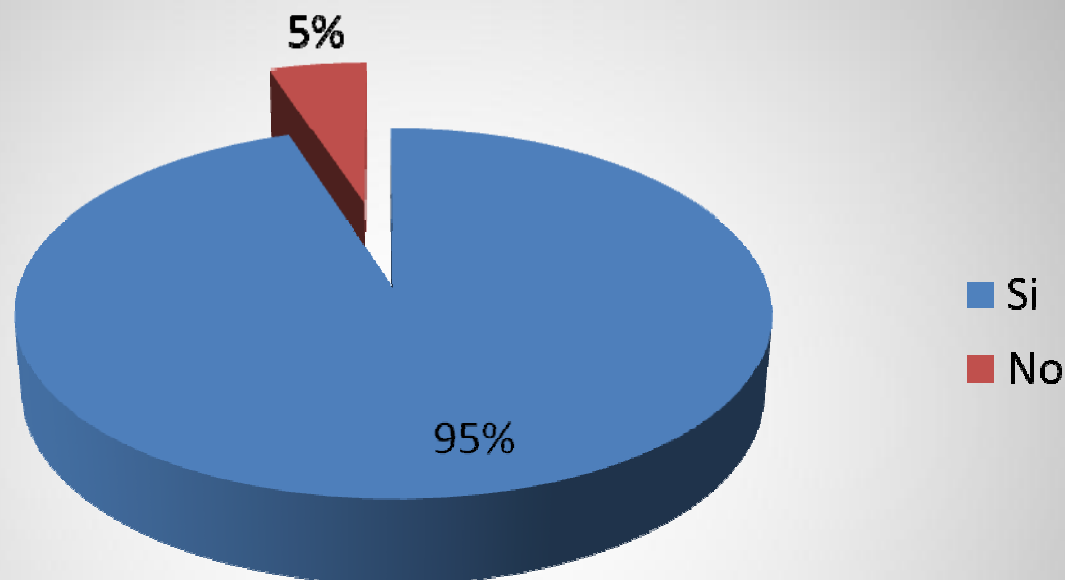
Pulizia ambienti



Infine si è voluto chiedere di valutare la pulizia degli ambienti. Per il 30% è stata ottima, per il 50% buono, il 14% la ha valutata sufficiente e il 6% scarsa.

Coinvolgimento nel gruppo

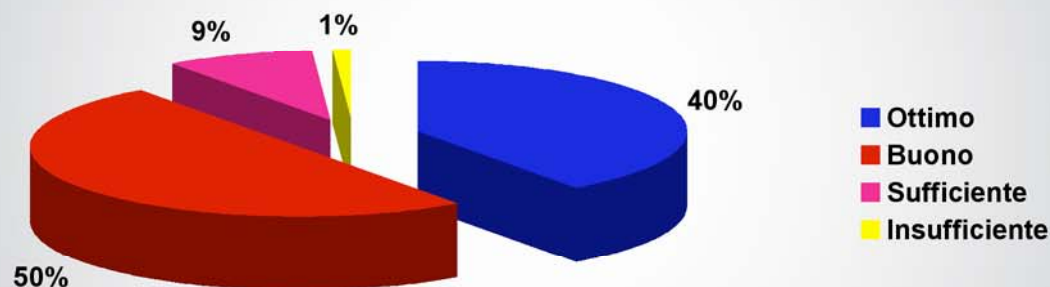
Si è sentito coinvolto nell'attività di gruppo?



Durante i viaggi di tipo religioso organizzati da un operatore specializzato, il coinvolgimento nell'attività di gruppo è parte fondamentale perché tutti possano sentirsi parte attiva. La maggioranza degli intervistati (95%) si è sentita coinvolta nell'attività di gruppo, solo il 5% ha espresso un parere negativo.

Relazioni con il gruppo

Quale è stato il suo grado relazionale con i compagni di viaggio?

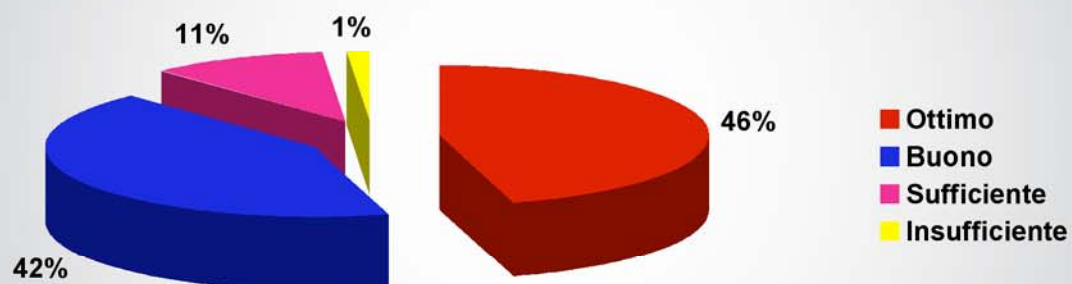


I pellegrinaggi sono caratterizzati dal gruppo, insieme si condividono forti emozioni, sentimenti e ci si confronta su diversi aspetti della vita di tutti i giorni. Fondamentali risultano le figure di coordinamento del gruppo che fungono da collante, come l'accompagnatore, l'assistente spirituale e le guide locali. Nelle dinamiche di gruppo è sempre importante essere tutti coinvolti intrattenendo così diverse relazioni con le diverse persone. Il 50% ha espresso un giudizio buono sul grado relazionale coi compagni, il 40% ottimo, il 9% sufficiente.

Chi invece ha trovato relazioni meno positive le ha valutate con insufficiente (1%).

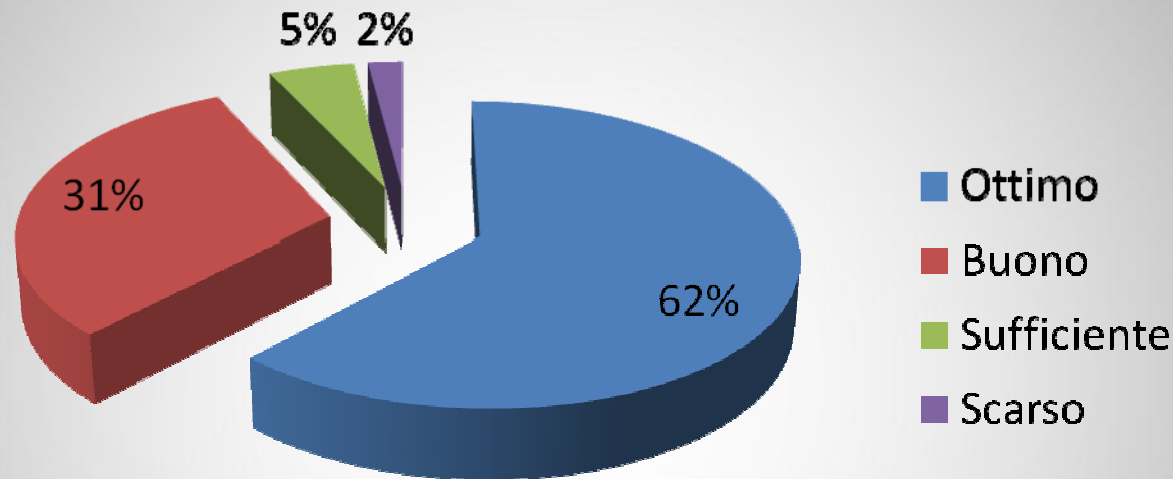
Rapporto con l'accompagnatore

Come definirebbe il suo rapporto e la preparazione dell'accompagnatore?



Il rapporto e la preparazione dell'accompagnatore del tour operator è stato valutato dai partecipanti ai differenti pellegrinaggi con un giudizio ottimo dal 46% degli intervistati, buono dal 42%, sufficiente dal 11%, insufficiente solo dal 1% dei viaggiatori.

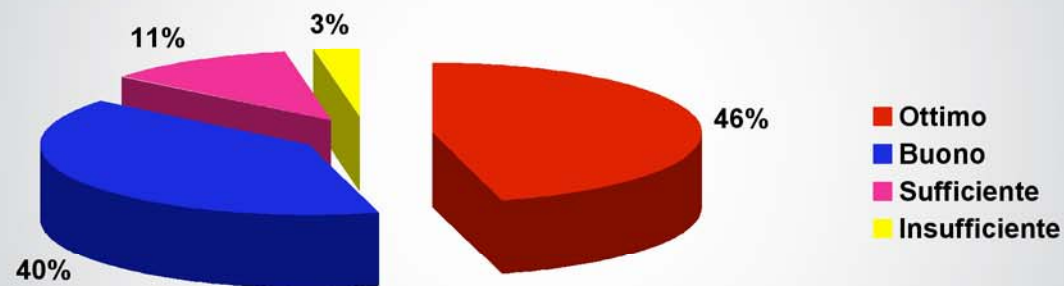
Attenzione al gruppo



Oltre alle competenze tecniche, l'accompagnatore deve assolvere all'importante compito di prestare attenzione al gruppo che sta affrontando il viaggio, così da comprenderne esigenze e prevenire eventuali problemi. Il 62% dei viaggiatori ha valutato l'attenzione con giudizio ottimale, il 31% ha espresso una buona valutazione, un giudizio di sufficienza è stato dato dal 5% degli intervistati, mentre solo il 2% ha valutato scarsamente l'attenzione dell'accompagnatore.

Rapporto con l'assistente spirituale

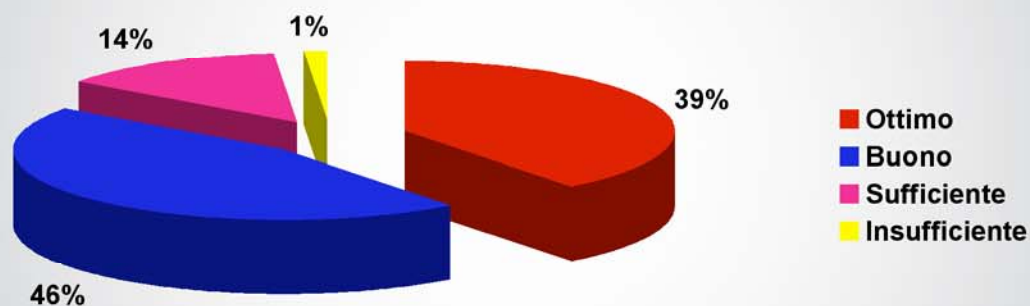
Come definirebbe il suo riferirsi con l'assistente spirituale?



Nella gestione delle dinamiche di gruppo risulta molto importante la figura dell'assistente spirituale, che con il suo rapportarsi con le persone riesce a gestire tutti gli aspetti emozionali e relazionali. Il 46% dei pellegrini ha avuto con questa figura un ottimo rapporto, il 40% buono, il 11% sufficiente. Un rapporto insufficiente è stato definito dal 3% dei partecipanti.

Rapporto con le guide locali

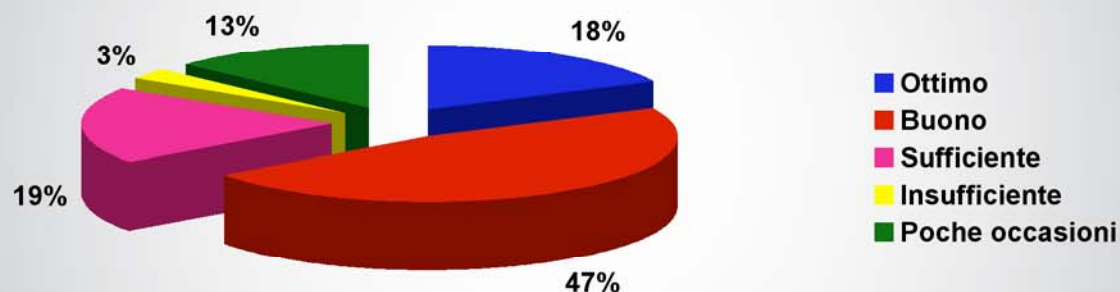
Come definirebbe il suo rapporto e la preparazione delle guide locali?



Nelle diverse località sul posto spesso i gruppi vengono seguiti anche col supporto delle guide locali. Il rapporto e la preparazione sono stati valutati buoni dal 46% dei partecipanti, ottimo dal 39%, sufficiente dal 14% e insufficiente solo dall'1%.

Confronto con la popolazione locale

Come giudica il suo confrontarsi con le popolazioni e le etnie che ha incontrato?



Per arricchire la propria esperienza di viaggio durante il pellegrinaggio è sempre molto positivo il confrontarsi con la popolazione e le etnie locali che si possono incontrare durante il viaggio, non è sempre facile questo rapporto ma molto importante è riuscire ad incontrarsi per provare a fare un confronto con le diverse realtà.

Il 47% ha espresso un giudizio buono, il 18% ottimo, il 19% sufficiente. Poche occasioni di ritrovo sono state valutate dall'13% degli intervistati, mentre solo il 3% ha espresso un valore di giudizio insufficiente.

Grazie

***“IDENTIKIT DEL PELLEGRINO DI
OGGI”***

“Lettura socio pastorale”

***Convegno Nazionale CEI
Fano 3 giugno 2011***