

questlab
ricerca & innovazione



“L'intuito è ciò che ti dice che c'è qualcosa che non va. I dati ti dicono cosa c'è che non va.”

Gary Kasparov, campione di scacchi

Oltre 20 anni di **esperienza** **in soluzioni e strategie.**

Questlab S.r.l., attiva dal 2003 nel settore della ricerca economica e sociale, si specializza in indagini avanzate con tecniche come CATI, CAWI, CAPI, Panel e Social Network.

L'azienda offre soluzioni innovative e su misura per il settore del turismo per anticipare tendenze e rispondere alle esigenze delle DMO, degli operatori turistici e alberghieri trasformando dati in informazioni strategiche.

Certificata qualità UNI EN ISO 9001:2015 in "Progettazione e realizzazione di indagini e strumenti statistici tramite raccolta, elaborazione ed analisi di dati" conforme al Codice di Condotta Internazionale Esomar (European Society for Opinion and Marketing Research) dal 2017 col profilo CORPORATE.



2020+

QUESTLAB 2030

Osservatori e Indagini congiunturali a imprese:

- Prezzi ISTAT (Comune FE), Digitalizzazione, Agroalim. (PoliMI)

Turismo, territorio:

- Digital Platform Survey (INAPP), Valutalaria e Green (Art-ER Emilia-Romagna), programma See Sicily (Regione Siciliana), Produttività Cooperative (Invitalia), Analisi Incentivi (MISE)

Ricerca sociale, popolazione, utenti e cittadini:

- IRPET, Comune Trieste, Università PV, TO, UD, FI, Helsinki, ...

2015

LA STARTUP

Visual Survey, gamification e storytelling:

- IndagineLaST (La Stampa), Exhibitors (Ipack Ima), Federconsumatori

Avvia la Start-up innovativa Quantitas con Duccio Schiavon

Marketing Territoriale:

- Comune di Forlì, Tarvisio, Udine, Bertinoro, Venezia, Pavia

Osservatori e Indagini congiunturali a imprese:

- Unioncamere Emilia-Romagna, Marche, FieriEspositori (Fiera Milano)

Studi sociali e ricerca statistica:

- Consumo del vetro (Coreve), Care Givers (PoliMI)

2010

LA DIVERSIFICAZIONE

Turismo e territorio:

- Osservatorio del Veneto (UniVE), Operatori turistici, campeggi (CISSET), Premio Paesaggio (MiBACT)

Progetti di ricerca:

- ISFOL, Prometeia, Ervet, UniURB, Community Group

Osservatori e Indagini congiunturali a imprese:

- Unioncamere e CCIAA Lombardia, FVG, Trento, Industriali del Veneto - Fondazione Nord Est

2005

LA CONGIUNTURA

Osservatori e Indagini congiunturali a imprese:

- CCIAA Pordenone, API del Veneto, Unioncamere Piemonte, Umbria, Abruzzo, Cooperative del Veneto (ANCPL, Coopersviluppo), Osservatorio Mercato immobiliare (Tecnoborsa, Banca d'Italia)

Altri lavori:

- Salari e Prezzi (Banca d'Italia), Rilevazione prezzi (CCIAA e Comune di Milano), Opinion Panel (Fondazione Nord Est), Studi per REF Milano

1999

LE ORIGINI

Pubblicazioni e riconoscimenti:

- Rapporto di ricerca 2002.10, Presidenza del Consiglio dei Ministri, Commissione per la garanzia dell'informazione statistica

Indagini congiunturali trimestrali:

- Banca d'Italia, CCIAA PN, VE, Ascom, Unioncamere del Veneto

Le aree di attività

PRIVATE

- Analisi di competitività (benchmarking)
- Brand awareness e strategie di marketing
- Segmentazione della clientela
- Benessere organizzativo
- Customer satisfaction
- Focus group
- Social media listening
- Analisi di mercati emergenti e trend economici
- Basket analysis
- Visual Survey, storytelling

UTILITIES

- Benessere organizzativo
- Customer satisfaction
- Social media listening
- Visual Survey, storytelling
- Mystery Customer

Le aree di attività

PA, CENTRI DI RICERCA

- Osservatori e indagini congiunturali
- Studi di impatto (politiche, interventi)
- Modelli econometrici, stima effetti economici
- Prezzi al consumo e consumi
- Benessere organizzativo
- Coprogettazione partecipativa
- Indagini sociali
- Sondaggi d'opinione
- Focus group
- Rigenerazione urbana
- Experiment survey
- Visual Survey, storytelling

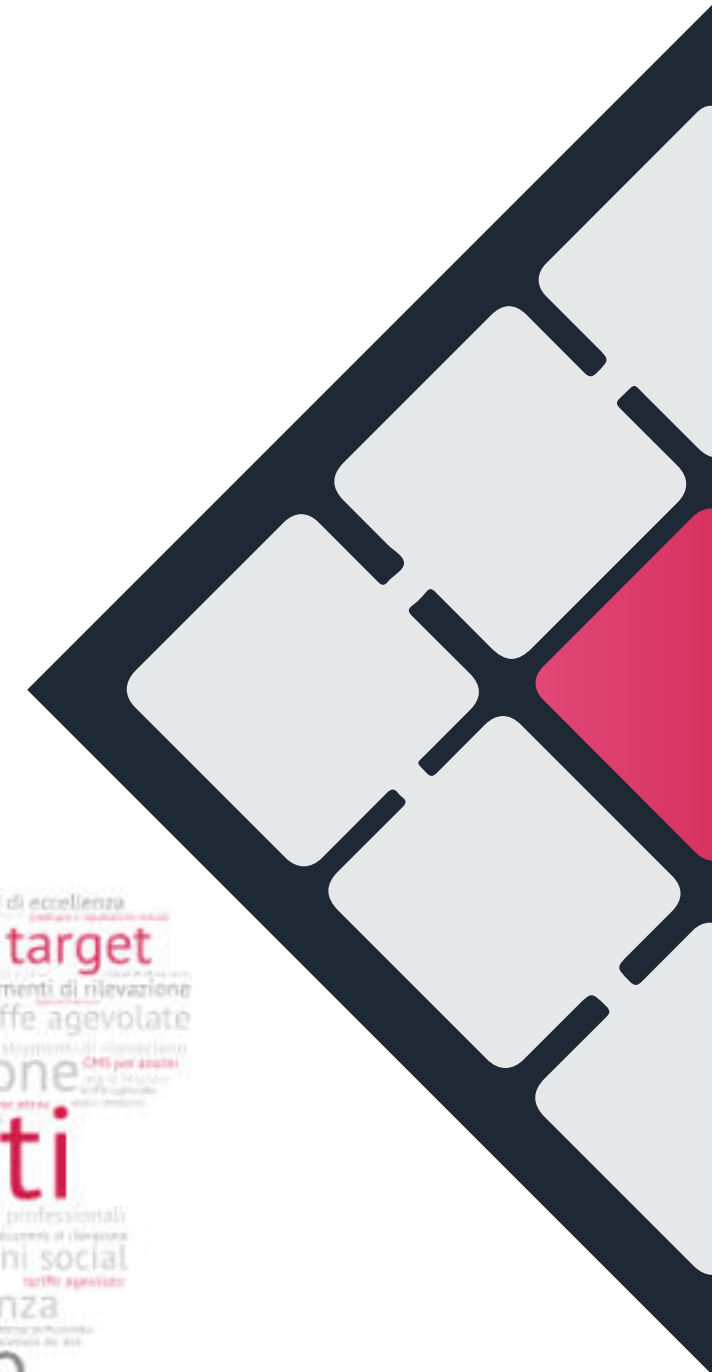
TURISMO, DMO

- Osservatori e indagini congiunturali
- Studi di impatto (politiche, interventi)
- Analisi di marketing territoriale
- Focus group
- Social media listening
- Analisi di mercati emergenti e trend
- Basket analysis
- Visual Survey, storytelling



Come lavoriamo

- Riconoscimento e affidabilità
- Competenze e professionalità
- Consulenza e flessibilità
- Esperienza e trasparenza
- Collaborazioni e innovazioni
- Efficienza e convenienza
- Clima aziendale e qualità



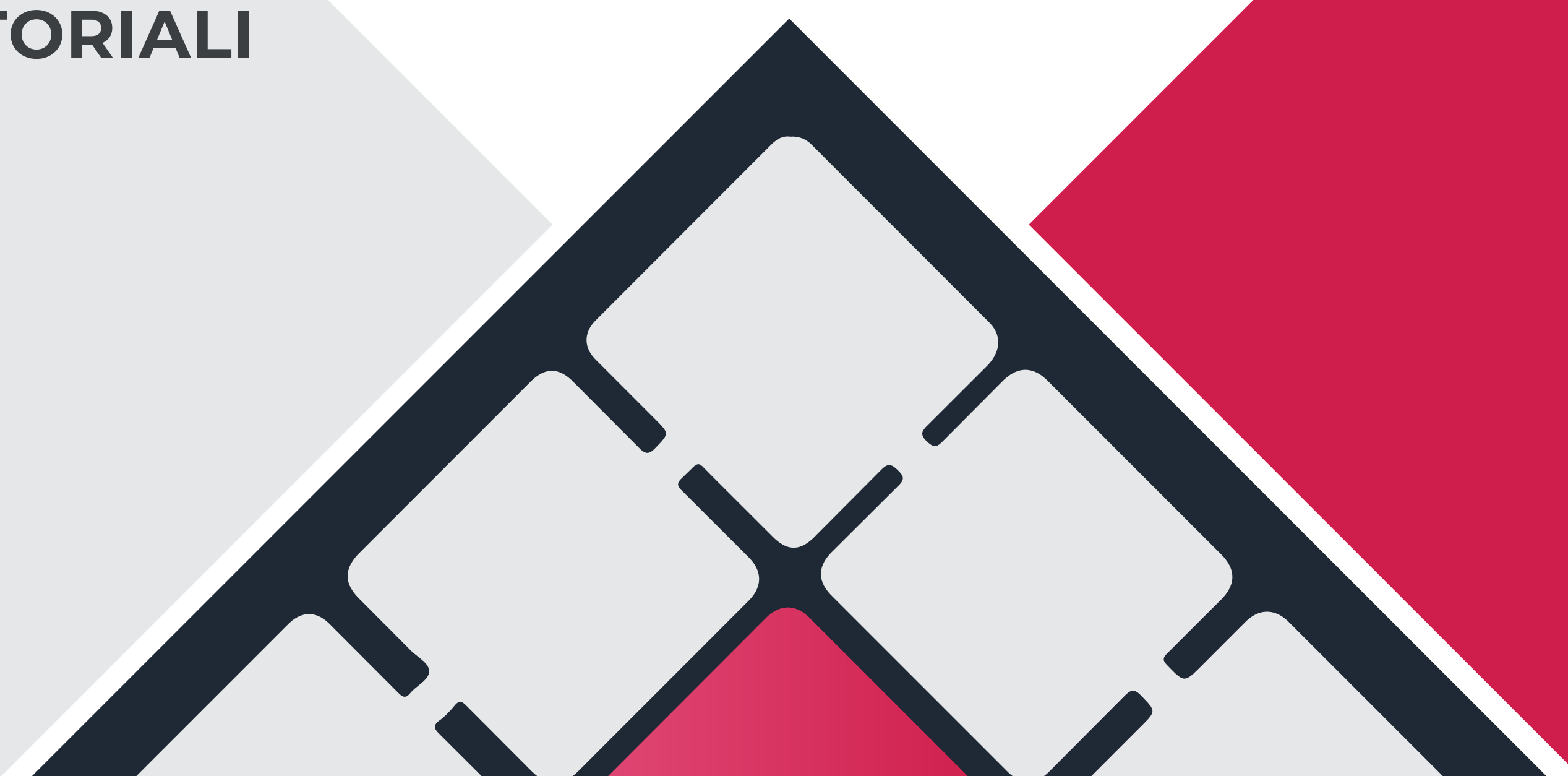
Il nostro **metodo**

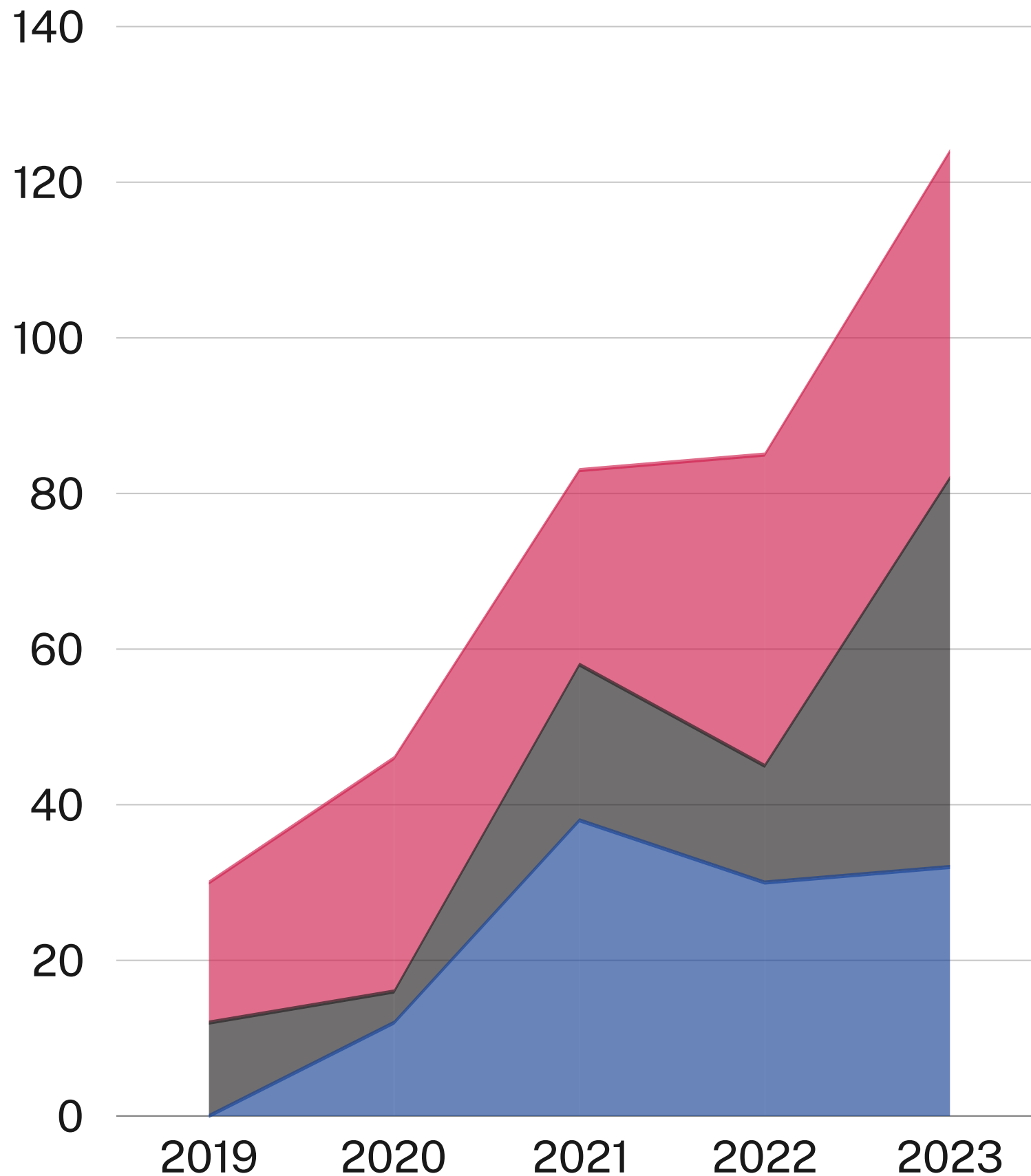
- **Analisi e studio del problema**
- **Progettazione degli strumenti**
- **Raccolta dei dati**
- **Elaborazioni e analisi**
- **Presentazione e eventi**



Dinamiche della **Destinazione:**

**ANTICIPIAMO LE TENDENZE DEL TURISMO
CON RICERCHE DI MERCATO E INDAGINI
TERRITORIALI**





I NOSTRI SERVIZI DI ANALISI E SUPPORTO DATI PER IL TURISMO

- Sviluppiamo strumenti statistici avanzati per la raccolta e l'analisi dei dati.
- Sviluppiamo tool per incoraggiare l'engagement e trasformare la raccolta dei dati in un'esperienza utente IN-OUT.
- Effettuiamo indagini campionarie dirette in mixed-mode interview.
- Integriamo fonti di dati ufficiali, amministrativi e da raccolta da indagini dirette.
- Forniamo supporto nella gestione delle destinazioni turistiche attraverso insights basati su dati.

Analisi della domanda e dell'offerta

Effettuare un'analisi completa sulla domanda da parte dei turisti o dei city users e ciò che è presente sul territorio in termini di offerta ricettiva, logistica, culturale, enogastronomica e di intrattenimento, per poter attuare una corretta **strategia di destinazione o di prodotto sul territorio**.



INDAGINE SUL TURISMO
FLUVIALE E LAGUNARE



Indagini per lo sviluppo dell'analisi di impatto socio economico del Progetto "Litoranea Veneta" - Infrastrutture Venete S.r.l., 2022-2023

Nell'ambito del progetto "WIN-IT: Works for Implementing the Inland Navigation in Northern Italy" per il potenziamento dell'idrovia Litoranea Veneta da Venezia al fiume Tagliamento (Laguna di Grado).

Funzionale all'analisi di impatto socio-economico in collaborazione con l'Università Cà Foscari di Venezia - Dipartimento di Economia.

- Studio e profilazione imprese attive: analisi desk (open data e altre fonti, geolocalizzazione e scraping); 100 interviste CAWI a strutture ricettive e imprese attive
- Studio e profilazione operatori e altri comparti indirettamente coinvolti: 250 interviste CAWI a strutture ricettive o imprese di servizi
- Indagine di mercato sulla popolazione italiana e straniera per misurare la propensione al turismo fluviale: 400 questionari CAWI/CATI nel nord Italia + 400 questionari CAWI in Germania e Francia

Osservatorio turistico

Monitorare i cambiamenti e le tendenze nel tempo del comparto turistico, fornendo agli stakeholders informazioni utili a supporto di decisioni strategiche sul territorio.

Strumento indispensabile nei processi di gestione del territorio o di pianificazione di prodotti/servizi.



Indagine sull'impatto economico del turismo in Puglia

Osservatorio sulla competitività, sostenibilità, attrattività e qualità dell'offerta turistica della Regione Puglia comparata con le regioni europee NUTS2 - Regione Puglia e Università Cà Foscari (2018-2019)

Indagine lato domanda

- 600 interviste CATI, CAMI e CAWI a cittadini italiani, di cui 400 con almeno una vacanza di 2 o più notti nell'ultimo triennio in Puglia;
- report finale sugli effetti diretti, indiretti e indotti del settore turistico.

Indagine lato offerta:

- mappatura dei principali bacini turistici e tipologia delle strutture ricettive regionali;
- 400 interviste CAWI, CATI a imprese dell'industria turistica;
- 250 interviste in profondità CAWI, CATI a imprese dell'industria turistica con focus su politiche tasa di soggiorno e modelli di business;

Piattaforma online:

- dashboard ad accesso riservato e database dell'Osservatorio;
- data visualization e mappe spaziali interattive di indicatori strategici di competitività, attrattività, sostenibilità, web reputation, livello di diffusione della sharing economy e altri tematismi

Strumenti di **co-design** tra **DMO** e territorio

Favorire un approccio di **partecipazione e governance collaborativa**, basato sull'ascolto e sul dialogo di tutti gli stakeholder, sulla trasparenza nelle iniziative e sulla co-progettazione di strategie e azioni, per la definizione di piani di sviluppo e promozione territoriale condivise in termini di visione e obiettivi.



Dopo l'Osservatorio Turistico Regionale Veneto (2012-2013-2014) sviluppiamo e gestiamo la Piattaforma Community per operatori, rappresentanti e amministratori, funzionale alla definizione del Piano Strategico del Turismo Veneto; Regione del Veneto e Università di Cà Foscari, Venezia (2018)

Osservatorio della Regione del Veneto comparata con le regioni europee NUTS2:

- strumento user friendly per la visualizzazione degli indicatori di performance della destinazione (sulla competitività, sostenibilità, attrattività e qualità dell'offerta turistica)

Portale condiviso per il coinvolgimento di operatori e cittadini nei lavori dei tavoli tematici:

- archivio- base documentale (supporto alle discussioni)
- dashboard indicatori
- Position paper, schede contributo per 5 tavoli mediati e documento di sintesi finale
- Social tool per rilascio commenti e feedback
- Forum (opinioni, suggerimenti, necessità)
- Questionario

Analisi e valutazione dell'impatto

Esaminare e misurare l'efficacia delle iniziative volte a potenziare le strategie di marketing e comunicazione, nonché gli strumenti, i processi e i canali utilizzati per la comunicazione



Misurazione dell'impatto sul mercato turistico regionale e nazionale dell'intervento SEE SICILY – Regione Siciliana (2023)

- La valutazione dell'intervento di promozione e di accoglienza turistica ha analizzato: la liquidità dell'offerta turistica siciliana, l'allargamento della stagione, la diversificazione dell'offerta turistica, l'allungamento della permanenza media, la diffusione dei benefici del turismo, il brand Sicilia sui mercati nazionali e internazionali.
- Risultati emersi: la funzionalità dello strumento, l'economicità dello strumento, i benefici dello strumento, le ragioni dei soggetti non partecipanti, la percezione dello strumento a livello nazionale e internazionale.

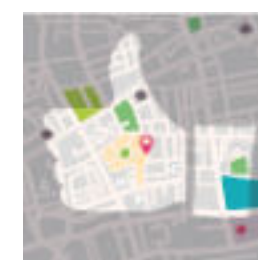
Campioni d'indagine:

- offerta turistica: 450 aderenti e 250 non aderenti all'iniziativa
- domanda turistica: 400 turisti fruitori italiani e stranieri dei voucher; 1.200 cittadini italiani

Indagini sulla soddisfazione

Quantificare la customer satisfaction di **clienti, visitatori e utenti** sull'offerta di un prodotto, di un servizio, di un evento o di un territorio nel complesso, per individuare i propri **punti di forza, debolezze e opportunità** in ottica di miglioramento e sviluppo di nuove proposte turistiche.

CASE STUDY



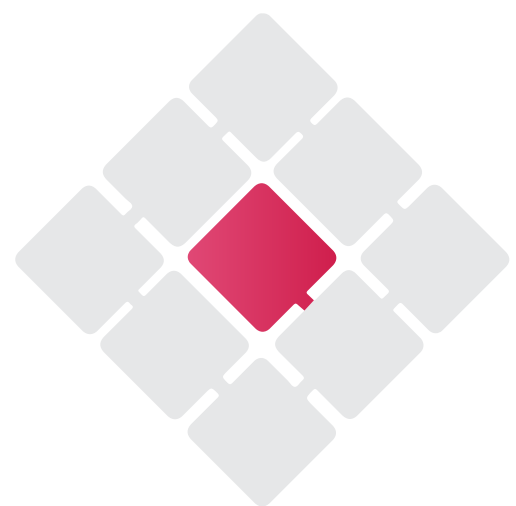
Like My City



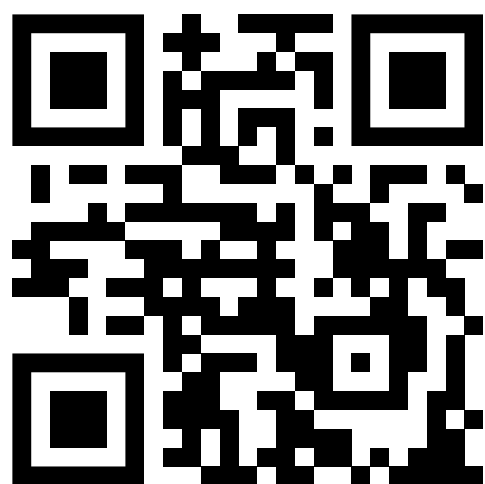
Misurazione della capacità attrattiva dei centri storici e “centri commerciali” naturali nei confronti dei *city users* per politiche di rigenerazione urbana e sociale - Enti locali (2017-2023)

Bibione
Bertinoro
Venezia
Udine
Tarvisio
Jesolo
Forlì
Trento
Pavia

- Valutazione ex post del centro storico naturale, con 400 interviste a city user (Bertinoro e Forlì)
- Indagine ai turisti e frequentatori di 6 eventi culturali e di intrattenimento, 150 interviste a evento tra luglio e ottobre a Bibione
- Interviste vis-a-vis a 350 turisti in 3 lingue (inglese, cinese e italiano) a Mestre
- Indagine rivolta a 100 operatori turistici aderenti al progetto Rocche di Romagna
- Focus group online con valutazioni a punteggio
- Indagine a 400 city user e 600 residenti a Udine
- 400 interviste a city users e 300 abitanti di Tarvisio
- Definizione degli indicatori e dei questionari, analisi dati, matrice SWOT



questlab
ricerca & innovazione



www.questlab.it



+39 041-5044-370



info@questlab.it



www.questlab.it



VEGA Parco Scientifico Tecnologico
Via delle Industrie 17/a - Venezia