



Documento preparato per:



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA

PUGLIA
FESR-FSE
2014/2020
Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo



ANALISI DELL'IMMAGINE E DELLE POTENZIALITA' DEL BRAND PUGLIA

APPROFONDIMENTO SU CAMBIAMENTO
CLIMATICO E TURISMO

YOODATA SRL
Viale Piave 40/B, 20129 Milano
Via Nino Bixio 31, 20129 Milano



●●●● INTRODUZIONE

Regione Puglia ha incaricato Yoodata di realizzare un'indagine di esplorazione del Brand Puglia sul mercato domestico italiano e sul mercato inbound relativo a sette paesi: tre consolidati nei flussi verso la Puglia (Francia, Regno Unito e Stati Uniti) e quattro emergenti e in via di sviluppo (Polonia, Canada, Brasile e Australia).

Nell'ambito dell'indagine è stato realizzato un focus sul cambiamento climatico e le sue implicazioni per le scelte turistiche e le vacanze in Puglia; si presentano i risultati dell'approfondimento nel presente documento.





ANALISI QUALITATIVA

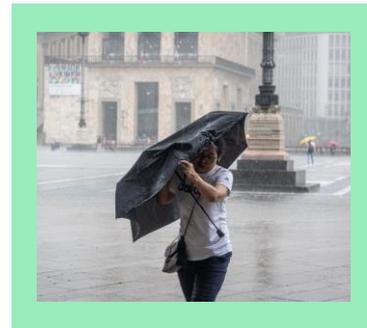


●●●● IL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Il cambiamento climatico è una delle sfide più urgenti e complesse che l'umanità affronta oggi.

Si riferisce a cambiamenti a lungo termine nei modelli meteorologici globali e regionali, inclusi l'aumento delle temperature medie, l'innalzamento del livello del mare, l'acidificazione degli oceani e l'intensificazione di eventi meteorologici estremi, come uragani, ondate di calore, inondazioni e siccità.

È una problematica che ha effetti anche sul turismo; per esempio, l'aumento delle temperature può rendere le regioni costiere, tra cui la Puglia, troppo calde per i viaggiatori durante le estati. Al contrario, le regioni settentrionali e centrali d'Europa potrebbero beneficiare di condizioni climatiche più favorevoli e attrarre più visitatori. Il surriscaldamento globale, quindi può avere un impatto significativo sulla concorrenza tra destinazioni e sulla distribuzione geografica del turismo.



●●●● CAMBIAMENTO CLIMATICO E POSSIBILI OPPORTUNITA'

Approfondendo il punto di vista dei soggetti intervistati, emerge che per gli italiani il cambiamento climatico significa in primis l'aumento delle temperature e il prolungamento della stagione calda.

Non sembra quindi essere percepito negativamente ma è anzi ritenuto un'opportunità: per i turisti, che avrebbero a disposizione un arco temporale maggiore nel quale programmare le vacanze e per le località turistiche che possono incrementare il business, dilatando la stagione turistica

Il cambiamento climatico potrebbe infatti influire sulla stagionalità del turismo, spostando la domanda verso i mesi primaverili e autunnali. Neanche per i francesi intervistati il surriscaldamento globale sembra essere un problema: le vacanze prenotate a breve termine e con una durata limitata non dovrebbero essere influenzate dagli impatti causati dall'aumento delle temperature che, al contrario, si manifesteranno solo nel lungo periodo.

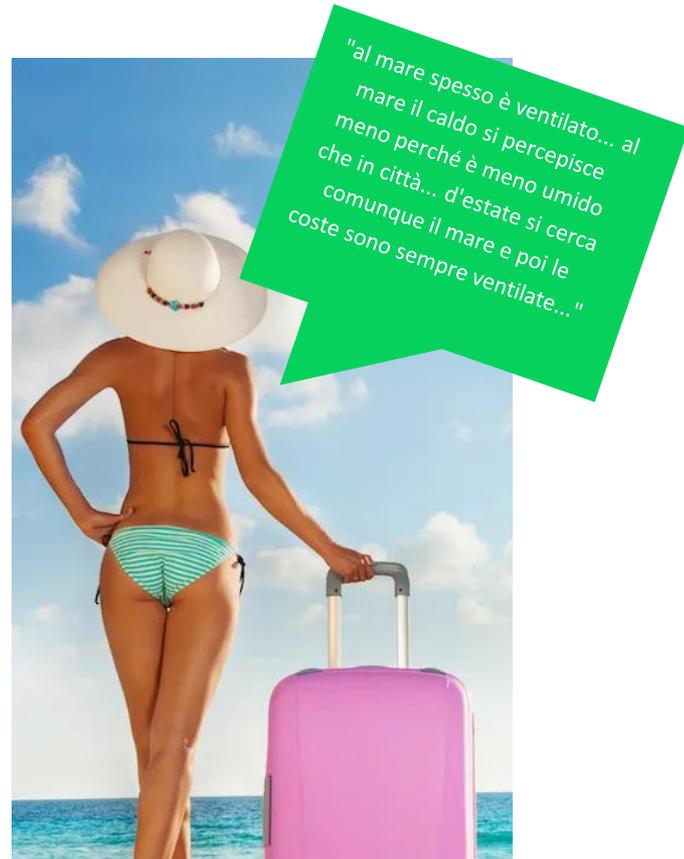
"Settembre e Ottobre diventano mesi nei quali è possibile andare in vacanza al mare, soprattutto al Sud... si allunga il periodo di fruizione, fino a ottobre..."



"Per le regioni del Sud significa stagione turistica più lunga..."

●●●● CAMBIAMENTO CLIMATICO E LOCALITA' BALNEARI

Le località marittime sono considerate in parte protette dal cambiamento climatico dalla presenza del mare che tenderebbe a rinfrescare comunque il clima. Tuttavia, per gli intervistati americani il sud Italia, nonostante le zone costiere, potrebbe essere vittima degli effetti del cambiamento climatico più di altre parti della penisola. Diversa è l'opinione dei soggetti francesi secondo i quali il cambiamento climatico non rappresenta un problema per la Puglia che, vista la posizione geografica, registra sempre temperature elevate. I francesi ritengono infatti che tra i punti di forza della regione rientrino il bel tempo e il sole costante.



"al mare spesso è ventilato... al mare il caldo si percepisce meno perché è meno umido che in città... d'estate si cerca comunque il mare e poi le coste sono sempre ventilate..."

●●●● EVENTI METEOROLOGICI ESTREMI

Circa gli eventi atmosferici estremi, gli intervistati italiani dichiarano di tenerli in considerazione solo nel caso debbano viaggiare in zone a rischio, come gli Stati soggetti, per esempio, ad uragani ("se devo andare in Florida evito la stagione degli uragani..."). Questi eventi atmosferici estremi sono ritenuti comunque "rari" in Italia, non prevedibili e tali da non pregiudicare le scelte, sia effettuate che da effettuare ("l'Italia non è una zona a rischio... ci sono ma ci dobbiamo abituare, non cambiano le nostre abitudini..."). Nessuno dei soggetti francesi si dimostra preoccupato per eventi meteorologici come le tempeste; gli unici timori sono legati ai terremoti, ma il territorio pugliese non è soggetto a rischio sismico.



●●●● ABITUDINI DEI TURISTI

Nel complesso il cambiamento climatico è considerato potenziale causa di una variazione di abitudini dei turisti solo marginalmente. Per gli intervistati italiani potrebbe riguardare probabilmente solo la popolazione anziana, che eviterebbe le località eccessivamente calde . Anche un'intervista inglese intervistata dichiara che a causa del caldo eviterebbe le città per prediligere zone di mare.

In generale, nessuno dei partecipanti all'intervista sceglierebbe di evitare determinate mete turistiche a causa dei cambiamenti climatici; piuttosto, i viaggiatori adatterebbero semplicemente il periodo delle proprie vacanze e opterebbero per località che consentono loro di godere della destinazione prescelta in condizioni climatiche più favorevoli.

“Forse gli anziani possono optare per vacanze in zone più fresche e quindi scegliere la montagna o regioni più ventilate come la Sardegna...”



INDAGINE CAMPIONARIA



●●●● SINTESI DEI RISULTATI CAMPIONARI

L'indagine campionaria conferma la grande popolarità del tema cambiamento climatico, che è percepito e riconosciuto innanzitutto come innalzamento delle temperature.

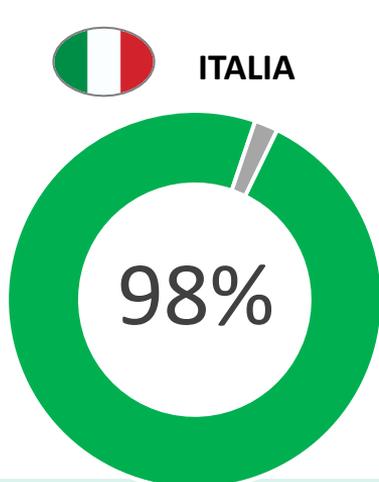
Una quota significativa e pari a due terzi reputa che il cambiamento climatico avrà un impatto importante sulla propria vita, e circa la metà afferma che potrebbe avere conseguenze sulle scelte in tema di vacanze, anche se a livello pratico solo il controllo delle temperature al momento del periodo scelto sembrerebbe rientrare tra i principali criteri di scelta.

In ogni caso la maggioranza dei turisti si aspetta un'attività informativa più accurata su questi temi da parte delle destinazioni turistiche, e guarda con favore alle destinazioni che adottano pratiche sostenibili.

Quando si approfondisce la possibile vacanza in Puglia, e si prospetta la possibilità che si verifichino eventi estremi, la visione diventa più critica: dichiarano che potrebbero rinunciare alla vacanza in Puglia una quota rilevante di quanti oggi conoscono la destinazione, soprattutto tra gli stranieri, anche se l'eventuale riprogrammazione delle attività, meno spiaggia e più cultura, tutto sommato renderebbe la vacanza comunque piacevole e gradita.

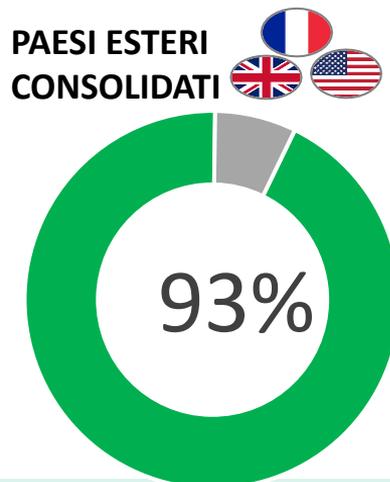
POPOLARITA' DEL TEMA E CONDIVISIONE SUI SOCIAL

Il tema è noto a quasi tutti, e quasi la metà hanno condiviso testi, immagini o video sui social media riguardanti il cambiamento climatico

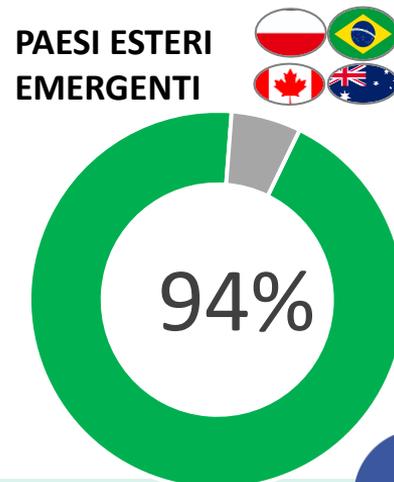


Hanno postato sui social media negli ultimi due anni

41%



47%



52%



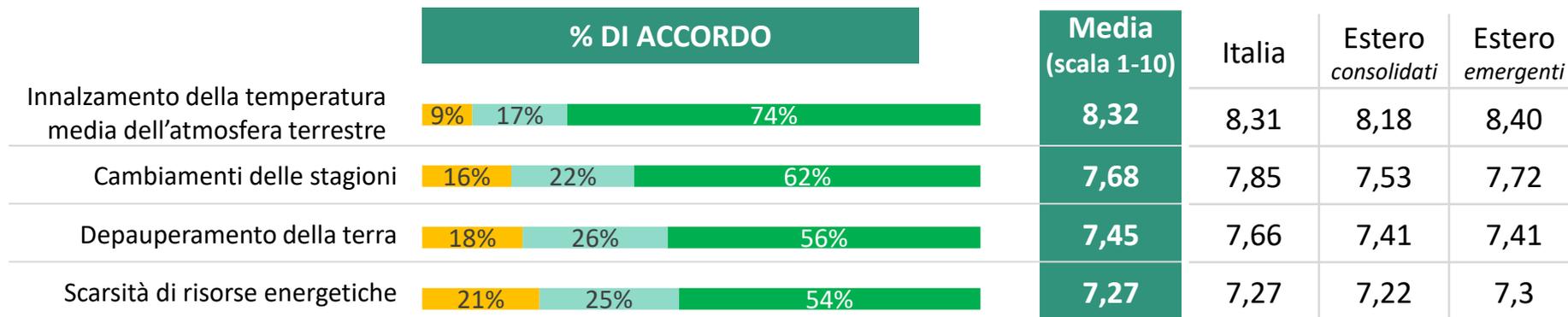
Hai mai sentito parlare di cambiamento climatico?

(Tra chi ne ha sentito parlare) Negli ultimi due anni hai condiviso sui tuoi social testi, immagini o video che affrontano il tema del riscaldamento globale e del cambiamento climatico?

BASE: totale campione (Italia: n=500; Paesi esteri consolidati n=1.503; Paesi esteri emergenti n=2.046)

●●●● SIGNIFICATO DEL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Il cambiamento climatico è prima di tutto innalzamento delle temperature medie e cambiamenti delle stagioni; meno sentita l'associazione alla scarsità di risorse energetiche



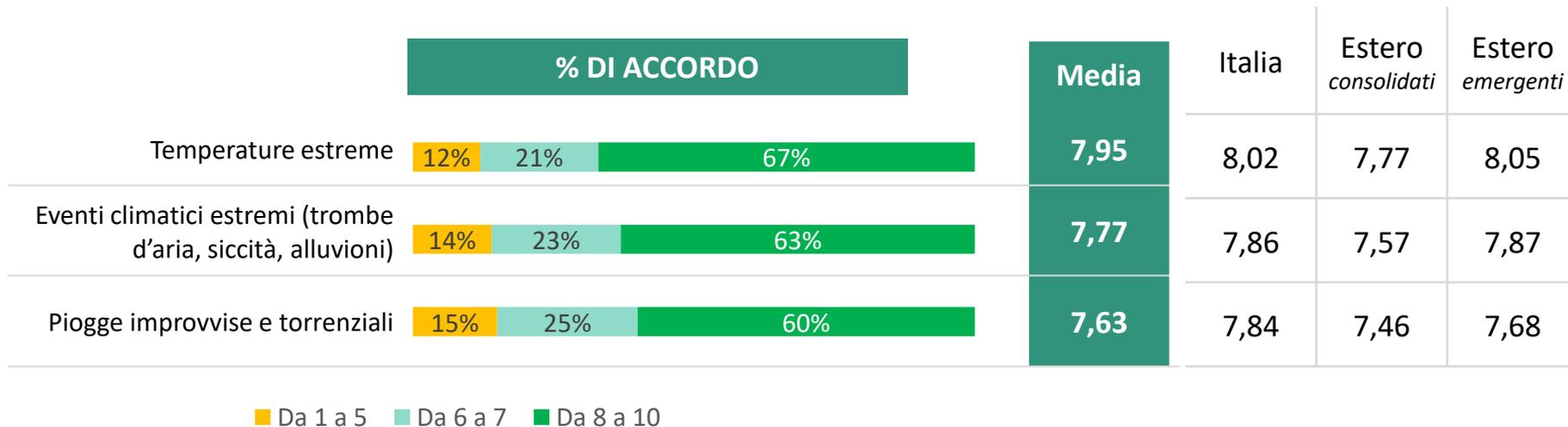
■ Da 1 a 5 ■ Da 6 a 7 ■ Da 8 a 10

Quanto queste caratteristiche sono espressione/rappresentano il cambiamento climatico, su scala da 1 a 10, dove 1 indica che la caratteristica non rappresenta affatto il cambiamento climatico, e 10 che lo rappresenta pienamente?

BASE: hanno sentito parlare del cambiamento climatico

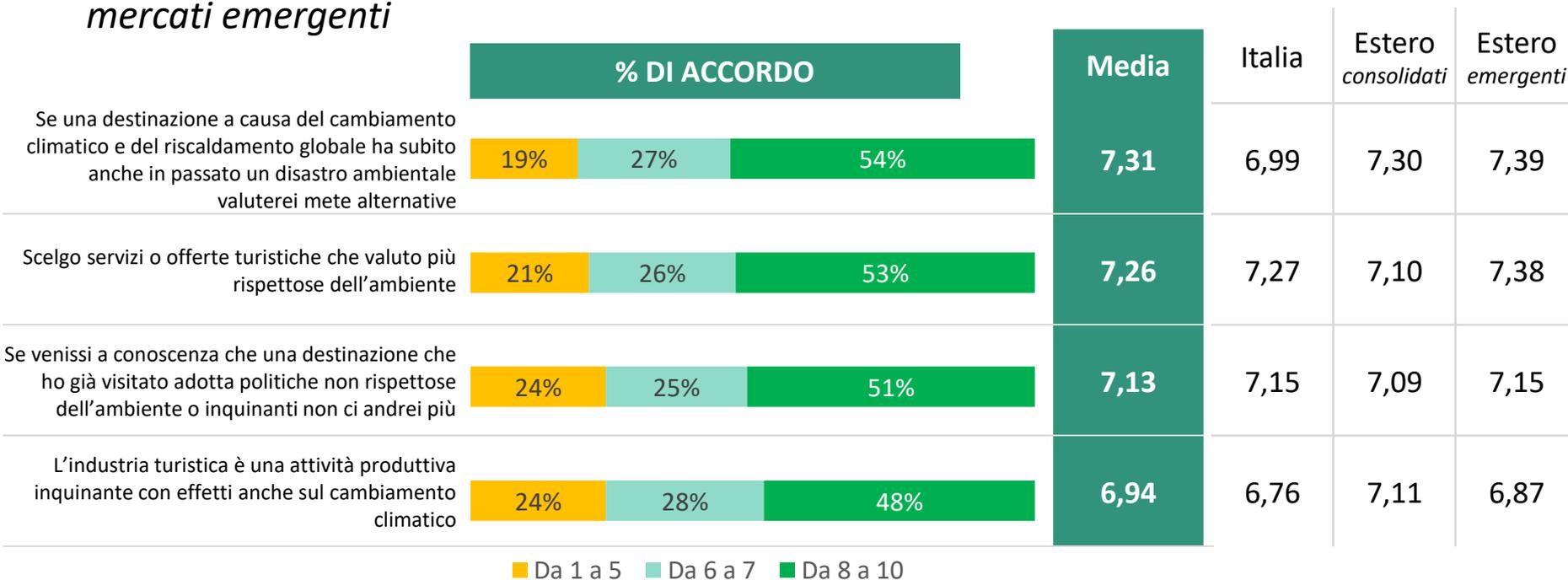
IMPATTO DEL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Per circa due terzi dei turisti le diverse conseguenze del cambiamento climatico impatteranno la propria vita, soprattutto le temperature estreme. Un terzo sembra invece meno coinvolto, soprattutto nei mercati esteri consolidati



IMPATTO DEL CAMBIAMENTO CLIMATICO

La metà dei turisti dichiara la possibilità che le conseguenze del cambiamento climatico possono impattare sulle scelte delle destinazioni di vacanza, soprattutto all'estero tra i mercati emergenti



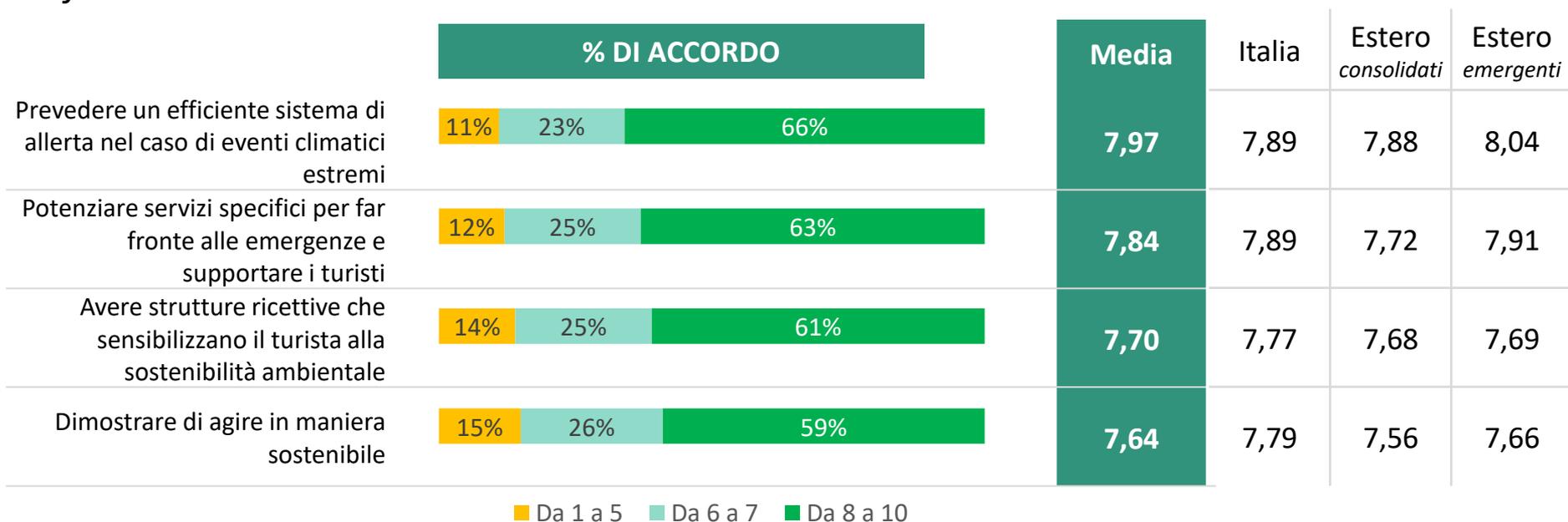
■ Da 1 a 5 ■ Da 6 a 7 ■ Da 8 a 10

Altri intervistati hanno espresso alcune opinioni relativamente alle scelte di sostenibilità del turismo. Per ciascuna di queste frasi ti chiediamo di esprimere il tuo grado di accordo, con la stessa scala di punteggi di prima, ove 1 significa che non sei affatto d'accordo, mentre 10 significa che sei assolutamente d'accordo; i punteggi intermedi li potrai usare per graduare l'importanza.

BASE: hanno sentito parlare del cambiamento climatico

●●● INTERVENTI DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE

Tutti gli interventi proposti, che una destinazione turistica potrebbe adottare per far fronte al cambiamento climatico, sono ritenuti importanti da due terzi dei turisti, primo fra tutti un sistema di allerta nel caso di eventi estremi

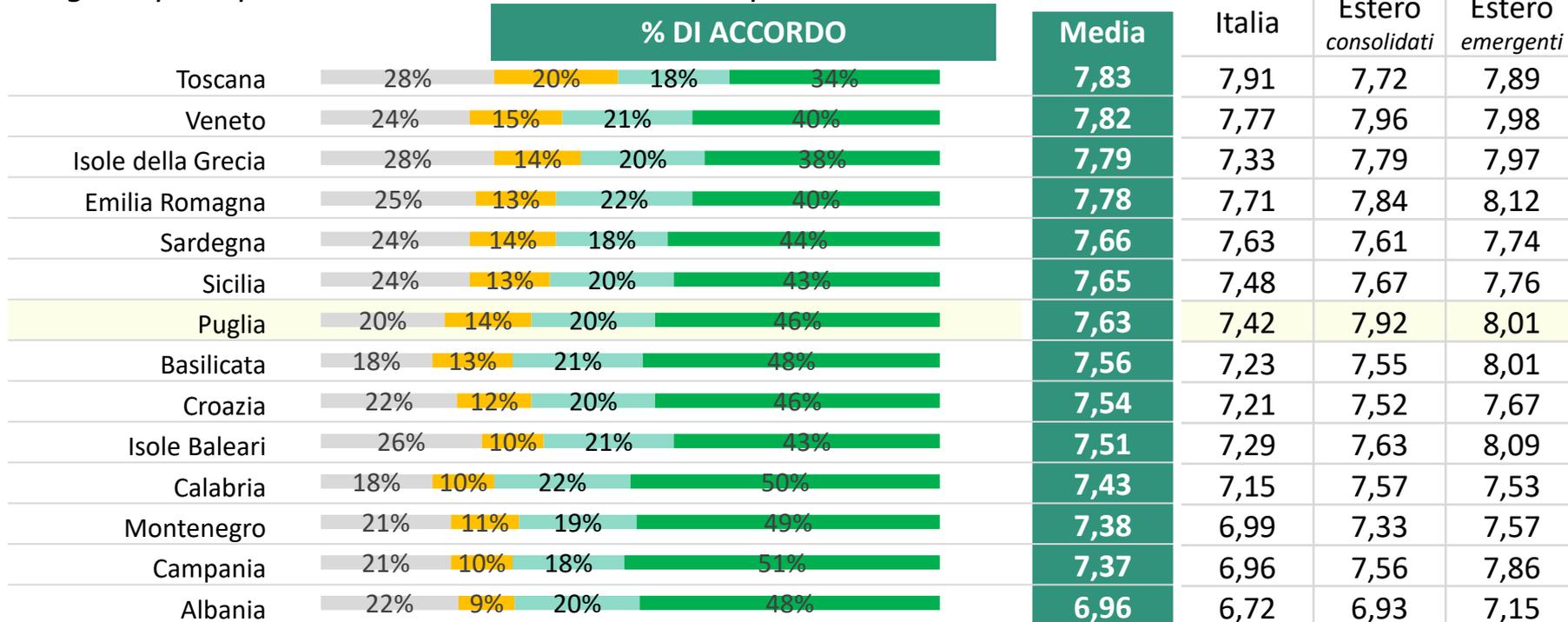


Quanta rilevanza attribuisce a questi interventi, che una destinazione potrebbe attivare per far fronte al cambiamento climatico, su scala da 1 a 10?

BASE: hanno sentito parlare del cambiamento climatico

PERCEZIONE DELL'ATTENZIONE ALLA SOSTENIBILITA'

L'attenzione alla sostenibilità delle regioni è un tema a cui non tutti sanno rispondere; tra costoro la Puglia è percepita come mediamente attenta rispetto ad altre destinazioni



■ Non sa ■ Da 1 a 5 ■ Da 6 a 7 ■ Da 8 a 10

Pensando alle diverse destinazioni turistiche finora viste, quanto le ritieni attente ai temi della sostenibilità e del cambiamento climatico? Ti chiediamo di valutarle su scala da 1 a 10, dove 1 indica che la destinazione non è per niente attenta alla sostenibilità, e 10 che è assolutamente attenta alla sostenibilità.

BASE: hanno sentito parlare del cambiamento climatico



INFORMAZIONI DIFFUSE DALLE DESTINAZIONI

Non molto soddisfacente il giudizio sulle informazioni oggi diffuse dalle destinazioni turistiche sul tema, oltre la metà reputa molto utile riceverne di più



ITALIA

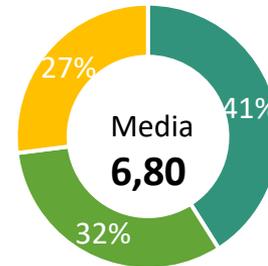
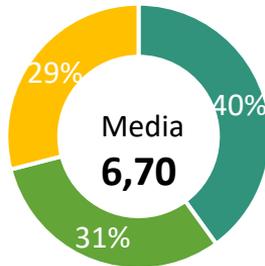
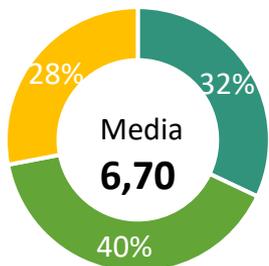
PAESI ESTERI
CONSOLIDATI



PAESI ESTERI
EMERGENTI

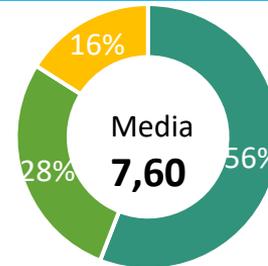
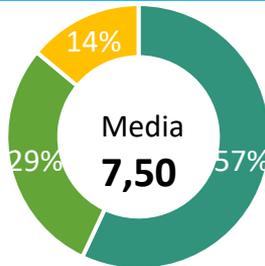
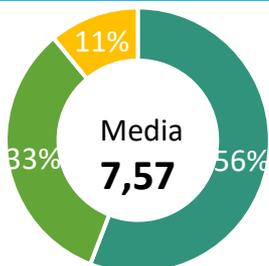


Qualità delle
informazioni
diffuse



- Da 8 a 10
- Da 6 a 7
- Da 1 a 5

Utilità di
avere più
informazioni



Come valuti la qualità delle informazioni relative alla sostenibilità e al cambiamento climatico diffuse dalle destinazioni turistiche, su scala da 1 a 10 dove 1 indica che sono assolutamente insoddisfacenti e 10 che sono completamente soddisfacenti?

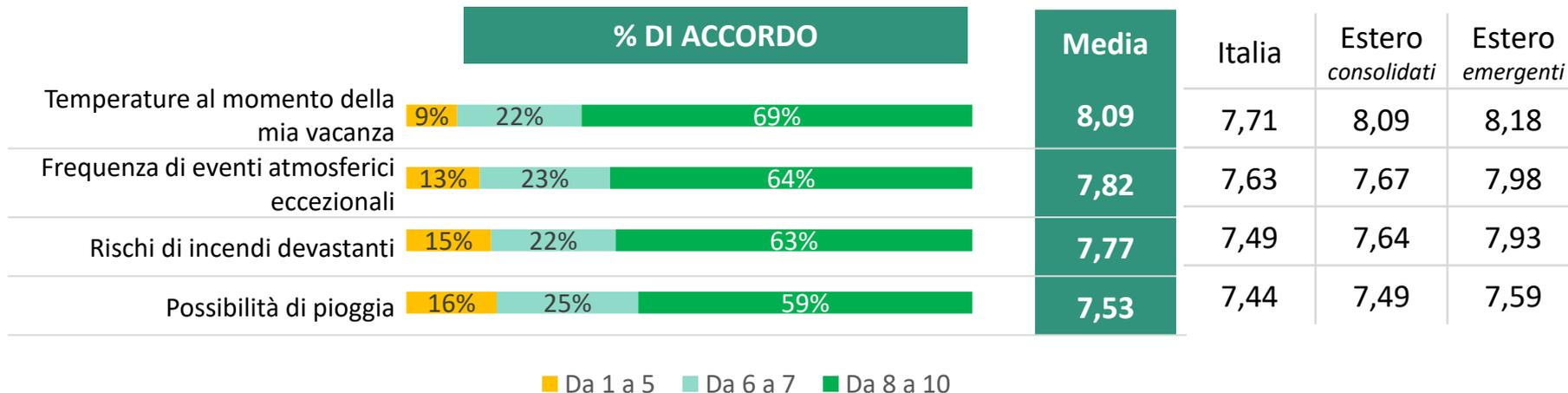
Quanto ritieni possa essere utile avere maggiori informazioni su questi temi nella pianificazione delle tue vacanze, sempre su scala da 1 a 10, dove 1 indica che non è affatto utile e 10 che è assolutamente utile?

BASE: hanno sentito parlare del cambiamento climatico



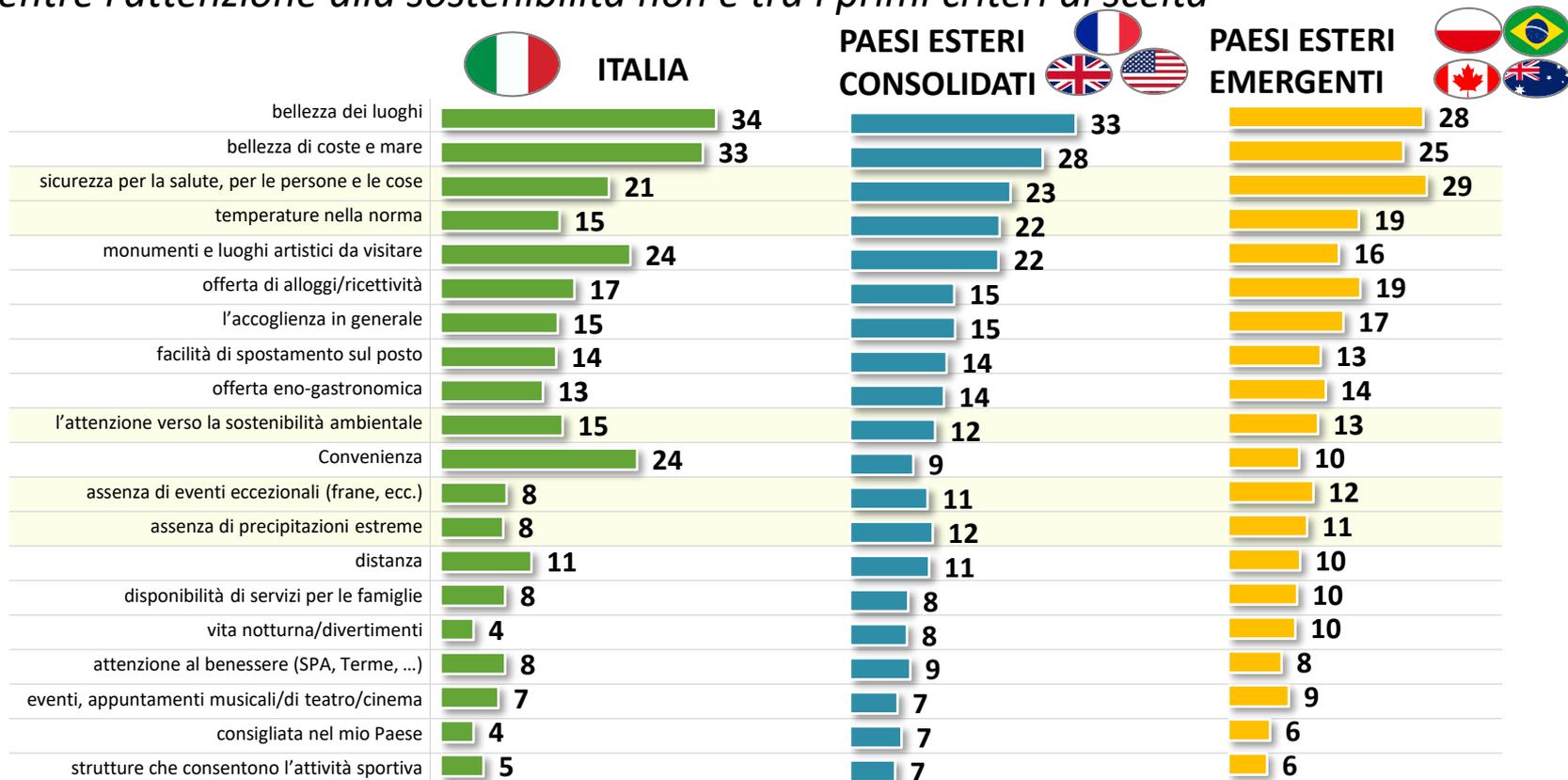
CAMBIAMENTO CLIMATICO E SCELTA DELLA DESTINAZIONE

I turisti dichiarano di dare grande peso ai diversi aspetti relativi al tema del cambiamento climatico, su tutti vince il tradizionale controllo delle temperature al momento della vacanza...



CAMBIAMENTO CLIMATICO E FATTORI DI SCELTA

...mentre l'attenzione alla sostenibilità non è tra i primi criteri di scelta



CAMBIAIMENTO CLIMATICO E VACANZA IN PUGLIA

In caso di aumento degli effetti del cambiamento climatico, nelle dichiarazioni diminuirebbero i turisti balneari e le escursioni outdoor, mentre aumenterebbero le visite culturali

| Oggi cosa farebbero | % DI ACCORDO | | | Media | Italia | Estero consolidati | Estero emergenti |
|--|--------------|-----|-----|-------|--------|--------------------|------------------|
| Andare in spiaggia, al mare | 9% | 24% | 67% | 7,95 | 8,20 | 7,69 | 8,02 |
| Fare visite culturali | 10% | 26% | 64% | 7,86 | 7,86 | 7,8 | 7,86 |
| Fare escursioni outdoor | 12% | 27% | 61% | 7,64 | 7,17 | 7,63 | 7,79 |
| Fare shopping | 16% | 31% | 53% | 7,33 | 7,20 | 7,24 | 7,45 |
| Seguire eventi e manifestazioni | 20% | 29% | 51% | 7,22 | 7,16 | 7,19 | 7,35 |
| Con cambiamento climatico cosa farebbero | % DI ACCORDO | | | Media | Italia | Estero consolidati | Estero emergenti |
| Fare visite culturali | 13% | 28% | 59% | 7,59 | 7,62 | 7,56 | 7,61 |
| Andare in spiaggia, al mare | 14% | 27% | 59% | 7,54 | 7,74 | 7,49 | 7,5 |
| Fare shopping | 17% | 30% | 53% | 7,25 | 7,11 | 7,25 | 7,36 |
| Fare escursioni outdoor | 18% | 29% | 53% | 7,22 | 6,91 | 7,28 | 7,34 |
| Seguire eventi e manifestazioni | 22% | 28% | 50% | 7,06 | 7,06 | 7,06 | 7,16 |

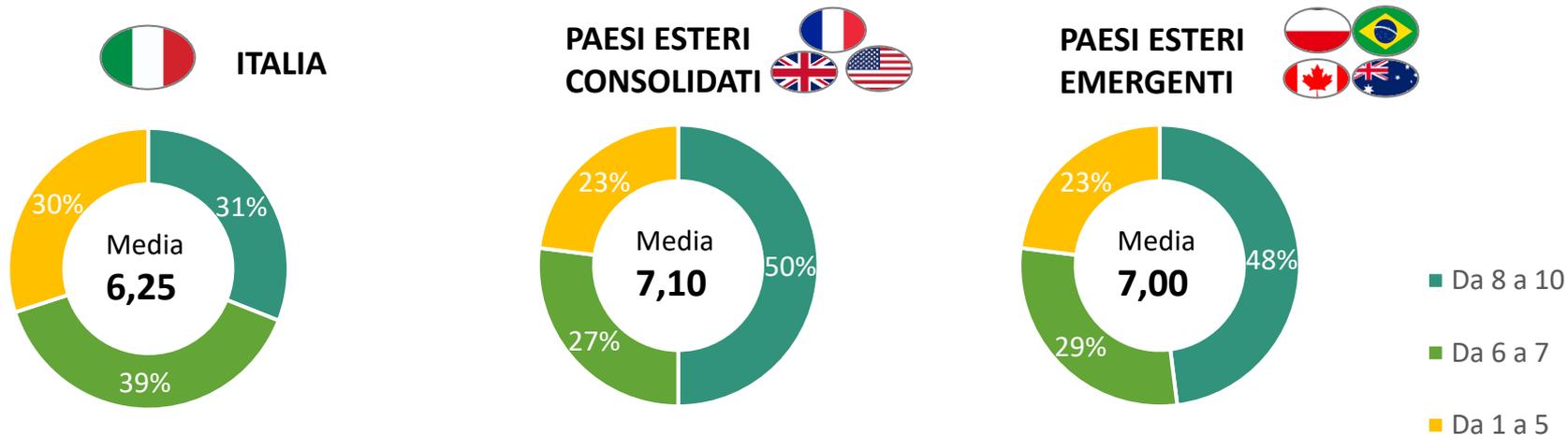
■ Da 1 a 5 ■ Da 6 a 7 ■ Da 8 a 10

*Se facessi una vacanza in Puglia quanto sarebbe importante svolgere/partecipare alle seguenti attività?
Se gli effetti del cambiamento climatico aumentassero e decidessi comunque di fare una vacanza in Puglia, con quale probabilità faresti le seguenti attività, su scala da 1 a 10?*

BASE: conoscono la Puglia e hanno sentito parlare del cambiamento climatico

●●● RINUNCIA ALLA VACANZA IN PUGLIA

Nel caso di eventi atmosferici di tipo estremo, una quota non marginale dichiara che rinunciarebbe alle vacanze in Puglia se il cambiamento climatico non permettesse di svolgere le attività desiderate: un terzo tra gli italiani, la metà tra gli stranieri

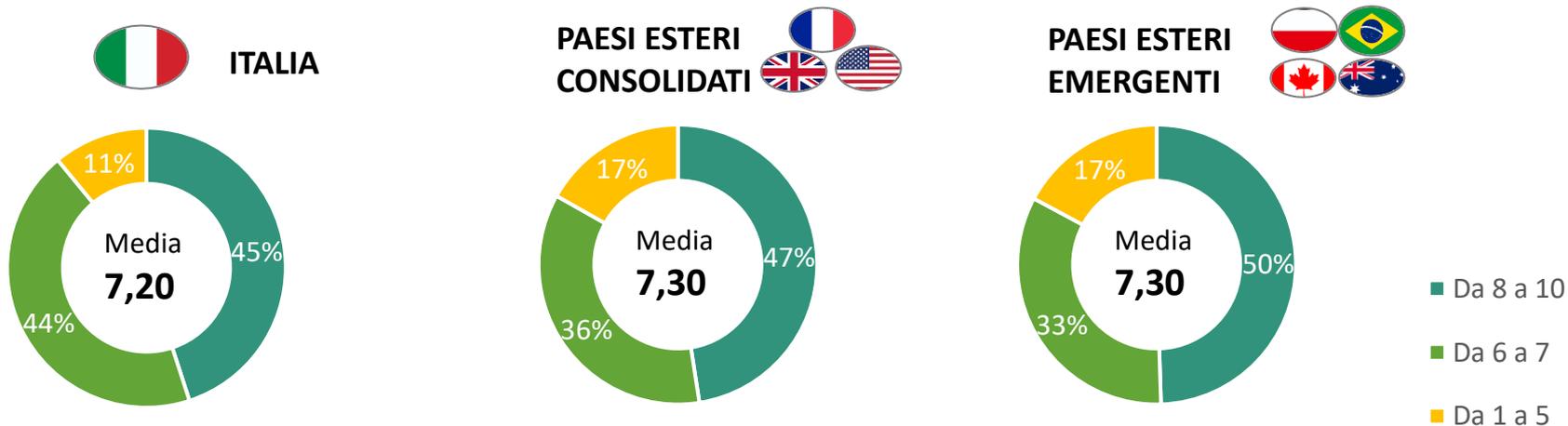


Se a causa del cambiamento climatico (caldo torrido o eccessivamente afoso, piogge improvvise e torrenziali, forti raffiche di vento, incendi sul territorio, ecc...) non potessi svolgere queste attività, con quale probabilità rinunceresti alla vacanza in Puglia, sempre su scala da 1 a 10, dove 1 indica che non rinunceresti affatto e 10 che rinunceresti sicuramente?

BASE: conoscono la Puglia hanno sentito parlare del cambiamento climatico

CAMBIAMENTO CLIMATICO E VACANZA IN PUGLIA

Quanti dovessero cambiare il programma di attività durante la vacanza in Puglia a causa del cambiamento climatico, darebbero comunque una buona valutazione dell'esperienza: quasi la metà esprimerrebbero una valutazione eccellente da 8 a 10





POSSIBILI STRATEGIE FUTURE



●●●● POSSIBILI STRATEGIE FUTURE

Per affrontare la sfida del cambiamento climatico e l'impatto sulle scelte dei turisti, la Puglia deve adottare strategie di adattamento e mitigazione, che siano in grado di preservare l'attrattività turistica della regione.

Alcune possibili azioni sono:

- promuovere un turismo sostenibile e responsabile, che rispetti l'ambiente e le comunità locali, e che valorizzi le risorse naturali e culturali del territorio;
- diversificare l'offerta turistica, puntando su segmenti emergenti come il turismo rurale, il turismo naturalistico, il turismo enogastronomico, il turismo culturale e il turismo sportivo;
- investire in infrastrutture verdi e resilienti, che siano in grado di proteggere il territorio dagli impatti del cambiamento climatico, come le inondazioni, le frane, gli incendi e l'erosione costiera;
- sensibilizzare i turisti e gli operatori del settore sui temi del cambiamento climatico e della sostenibilità, incentivando comportamenti virtuosi e pratiche ecologiche;



●●●● POSSIBILI STRATEGIE FUTURE

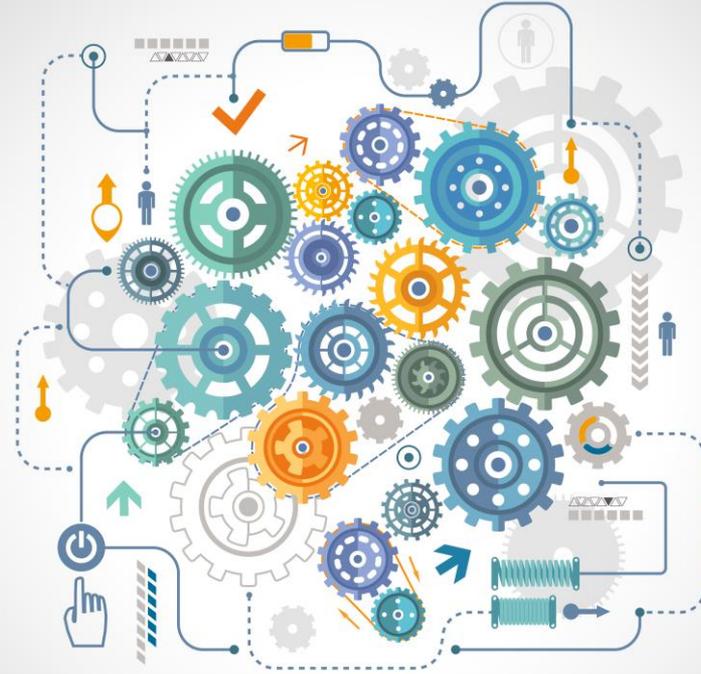
- sviluppare sistemi di monitoraggio e previsione dei rischi climatici, che possano fornire informazioni utili ai gestori turistici e ai visitatori per prevenire e gestire le emergenze, compreso il programma di un sistema di allerta nel caso di eventi climatici estremi.

Il ruolo della comunicazione è essenziale, una comunicazione che fornisca informazioni sul tema e su come lo affrontano la Regione e gli operatori turistici, e che adotti **toni rassicuranti** ed evidenzi l'**opportunità** di sfruttare un periodo più ampio di quello estivo per trovare temperature miti e gradevoli, o anche di trovare in Puglia la vacanza esotica finora goduta in mete più lontane.





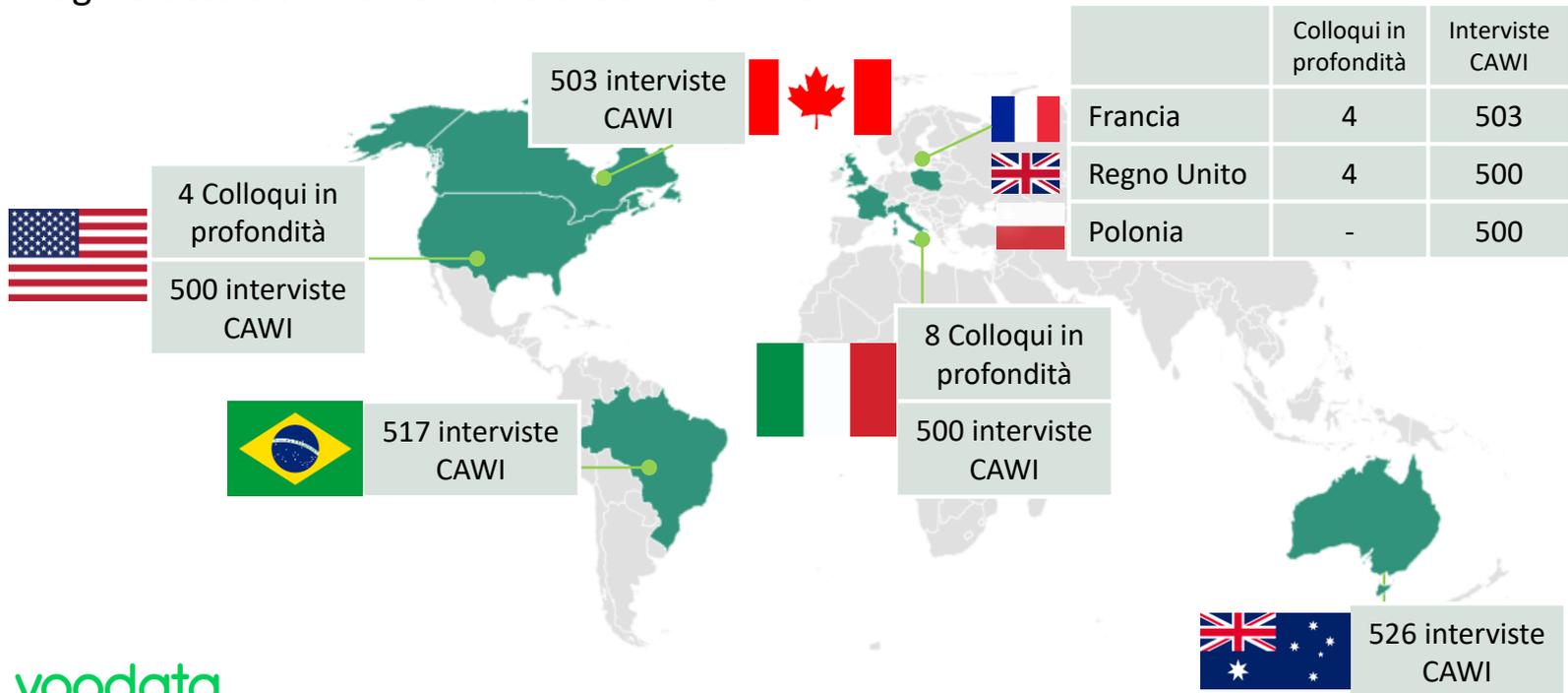
METODO



METODO DELLA RICERCA

La ricerca ha previsto una fase qualitativa realizzata attraverso 20 colloqui in profondità in Italia, Francia, UK e USA, e una fase di verifica campionaria attraverso 4.049 interviste CAWI (Computer Assisted Web Interview) a turisti dell'ultimo anno.

L'indagine è stata svolta nel mese di ottobre 2023.



●●●● I TARGET INTERVISTATI

La ricerca qualitativa ha previsto i colloqui con i seguenti target:

| | Italia | | Francia | Regno Unito | USA | Totale |
|--|----------|--|----------|-------------|----------|-----------|
| Sono già stati in Puglia per una vacanza | 4 | Sono già stati in Italia per una vacanza | 2 | 2 | 2 | 8 |
| Non sono stati in Puglia, gradirebbero una vacanza in Puglia | 4 | Non sono stati in Italia, gradirebbero una vacanza in Italia | 2 | 2 | 2 | 8 |
| Totale | 8 | Totale | 4 | 4 | 4 | 16 |



GRAZIE PER L'ATTENZIONE



sandra.bruno@yoodata.it

alessandro.amadori@yoodata.it

massimo.cesaretti@yoodata.it



www.yoodata.it

