



Documento preparato per:



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA

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



INDAGINE SU DOMANDA, OFFERTA E STRATEGIE DI SVILUPPO DEL PRODOTTO CULTURALE IN PUGLIA

Risultati indagine campionaria

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 «prodotto culturale» in Puglia, attraverso il contributo di un panel di esperti di turismo in generale e di turismo culturale in particolare, e mediante la misurazione della domanda del mercato domestico italiano e di quello estero relativo a tre Paesi: Francia, Germania e Stati Uniti.

L'indagine ha verificato come si caratterizza la conoscenza del patrimonio artistico e culturale della Puglia, quale sia l'esperienza di fruizione tra gli italiani e i turisti stranieri, come può essere riorganizzata in termini narrativi l'offerta attuale, quali percorsi tematici ed esperienziali si possono sviluppare, quindi quale possa essere *la value proposition* più adatta per proporre il patrimonio culturale pugliese.

Il presente documento illustra i risultati dell'indagine campionaria.





LE TENDENZE DEL TURISMO CULTURALE





LE TENDENZE DEL TURISMO CULTURALE

Dal 25% al 30% dei turisti dichiara di preferire primariamente una vacanza che possiamo ricondurre a vacanza culturale (in città d'arte, grande metropoli, eno-gastronomica, nei luoghi del cinema/fiction, spirituale); se si introduce anche la vacanza nei luoghi di grandi eventi, la quota del turismo culturale raggiunge quasi il 40%. Più ampia la tendenza al turismo culturale tra gli statunitensi, minore tra i tedeschi.

Nell'ambito dei trend emergenti, **molto forte è la tendenza alla ricerca dell'autenticità dell'esperienza turistica**, il desiderio di una vacanza che permetta di incontrare e vivere l'identità dei luoghi: circa i due terzi degli intervistati si sentono allineati a questo trend. Il **nomadismo digitale** invece, la tendenza a lavorare da remoto anche in luoghi di vacanza, sembra **ancora contenuto tra gli italiani e i turisti francesi e tedeschi** (tra il 10 e il 15%, si stima circa la metà da un luogo di vacanza), ma **decisamente rilevante tra i turisti statunitensi** (il 24% dichiarano di fare smart-working da un luogo di vacanza).

L'auto-rappresentazione del turista culturale evidenzia che:

- poco meno di un terzo degli italiani (e il 29% dei turisti francesi e 30% tedeschi, e ben 51% dei turisti statunitensi) si sente **turista appassionato**, disposto a intraprendere un viaggio con lo scopo principale di visitare un monumento, o museo o partecipare ad un evento musicale: si tratta del segmento di popolazione che può essere considerato il bacino primario del turismo culturale;
- poco più di un terzo degli italiani (e il 40% dei turisti francesi, 45% dei turisti tedeschi e 28% dei turisti statunitensi) si sente **turista parzialmente motivato**, che alla vacanza nella città d'arte abbina anche altre attività, come ad esempio lo shopping: è un bacino importante per il turismo culturale, ma secondario
- la quota restante della popolazione è turista occasionale oppure per niente interessato al turismo culturale.

L'analisi delle informazioni derivanti dalla ricerca assume maggiore rilevanza con l'ausilio dell'approfondimento presso questi due bacini di maggiore interesse per il turismo culturale, ossia i «turisti appassionati» e i «turisti parzialmente motivati».



ABITUDINI DI VACANZA

Circa un quarto delle principali preferenze di vacanza sono riconducibili a turismo culturale, di più tra i turisti stranieri

Italia



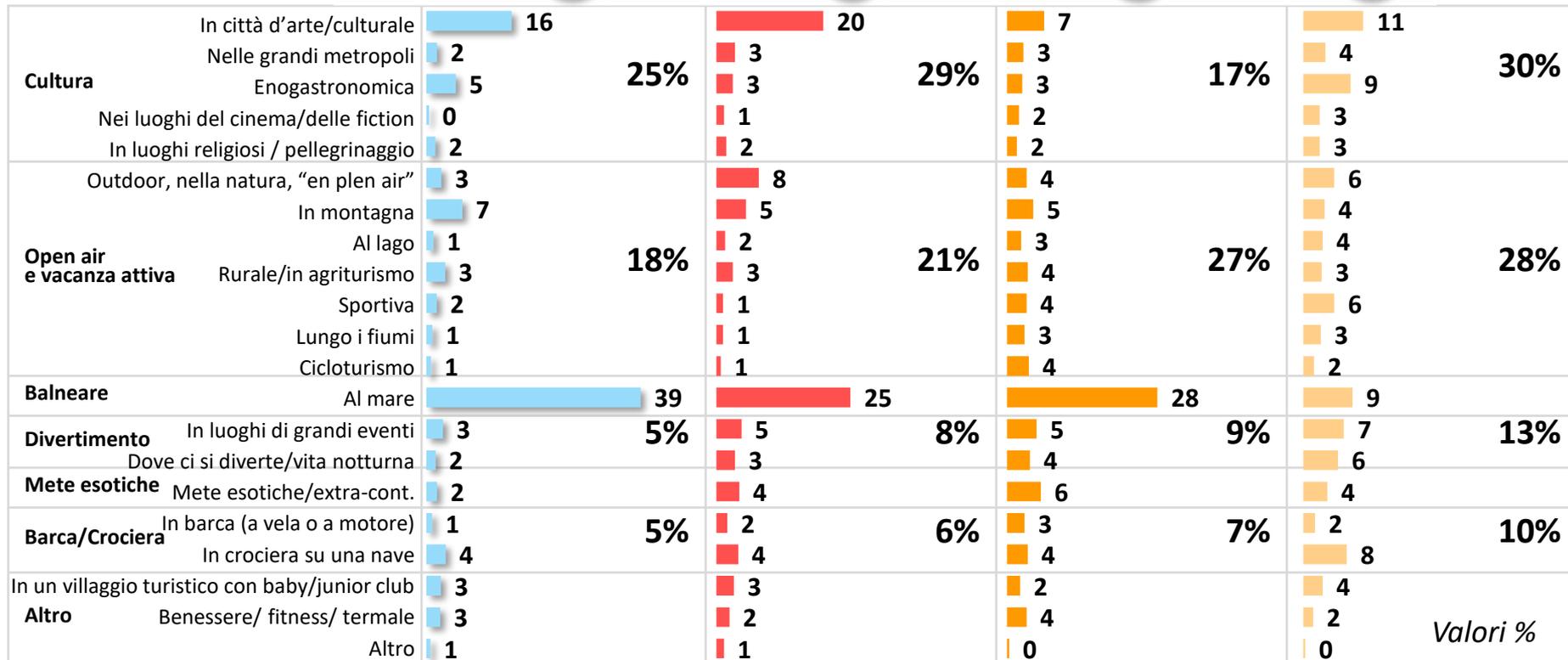
Francia



Germania



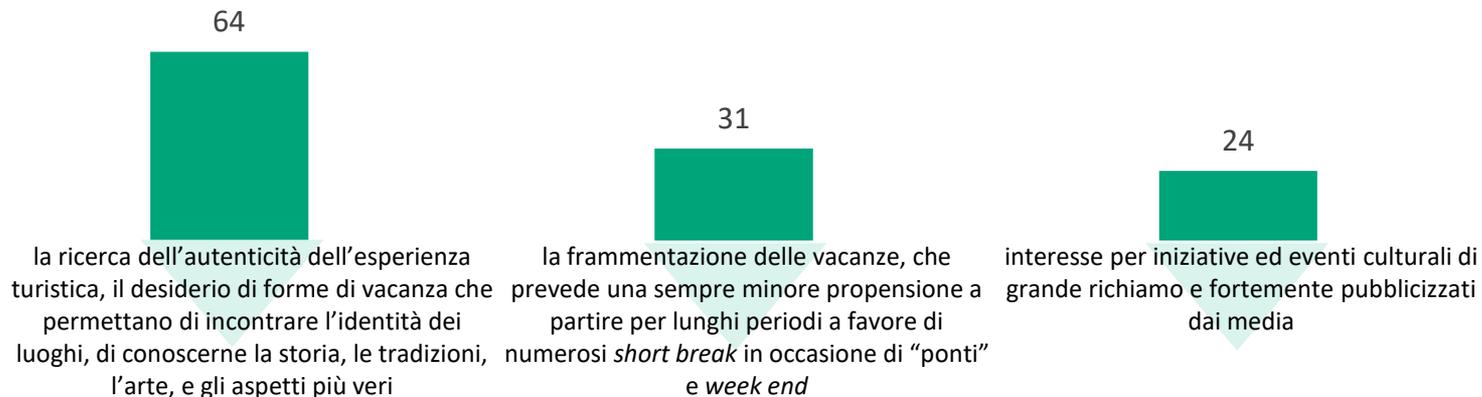
USA





TENDENZE DEL TURISMO CULTURALE

Da 6 a 7 turisti italiani e stranieri su 10 ricercano l'autenticità dell'esperienza turistica



Puglia

69

31

18



Altre regioni Sud

61

27

23



Altre regioni Italia

61

29

18



Francia

72

29

20



Germania

61

38

23



Usa

67

37

41

Valori %

SEGMENTAZIONE TURISMO CULTURALE

basata su auto-percezione



Quasi un terzo degli italiani sono Turisti Appassionati, e poco più di un terzo sono Turisti Motivati.

Turista culturale appassionato



Turista culturale parzialmente motivato



Turista culturale occasionale



Resto della popolazione



Puglia

32%

17%

15%



Altre regioni Sud

31%

35%

18%

16%



Altre regioni Italia

31%

35%

17%

17%

Quale delle seguenti tipologie di turista culturale è più vicina a te e a quello che cerchi in vacanza?

APPASSIONATO: Turista culturale altamente motivato, disposto cioè a intraprendere il viaggio con lo scopo prioritario di vedere un monumento, un museo, o partecipare ad un evento culturale

PARZIALMENTE MOTIVATO: Turista culturale parzialmente motivato, che alla vacanza in una città d'arte abbina l'occasione per fare una gita, fare shopping, vedere amici o parenti

OCCASIONALE: Turista per il quale la cultura non costituisce l'obiettivo principale del viaggio, ma una 'motivazione aggiuntiva'

RESTO DELLA POPOLAZIONE: Turista culturale casuale, che non pianifica il viaggio in una città d'arte, ma accidentalmente vi fa visita, vede un monumento o una mostra perchè vicino all'hotel, o spinto dai compagni di viaggio, ecc. + Nessuno di questi

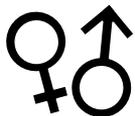


SEGMENTAZIONE TURISMO CULTURALE

Profilo: indici di concentrazione Italia



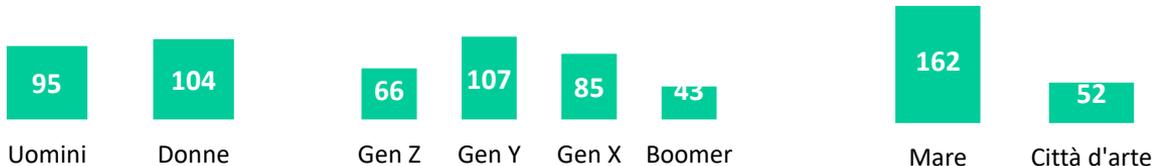
Un po' più donne e giovani di Generazione Y; coloro che preferiscono il mare sono sempre più presenti



Turista culturale appassionato



Turista culturale parzialmente motivato



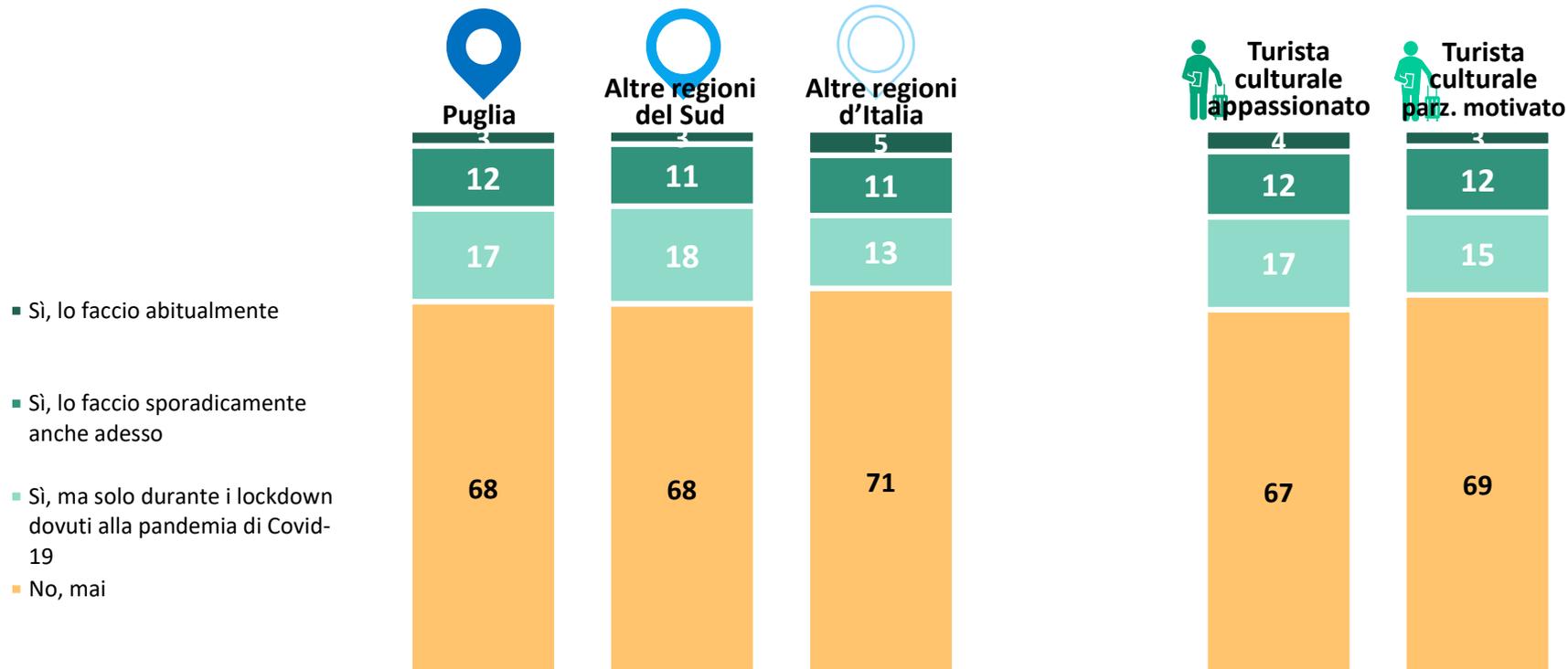
Indice di concentrazione: se < 100 indica che il carattere/aspetto è meno presente che nella media della popolazione indagata; se > 100 il carattere è più presente.

BASE: turista culturale appassionato italiano (n=626); turista culturale parz. motivato italiano (n=728)

Gen Z: fino a 26 anni
Gen Y: da 27 a 42 anni
Gen X: da 43 a 58 anni
Baby Boomer: oltre 58 anni

NOMADI DIGITALI

Lo smart-working oggi riguarda circa il 15% degli italiani...

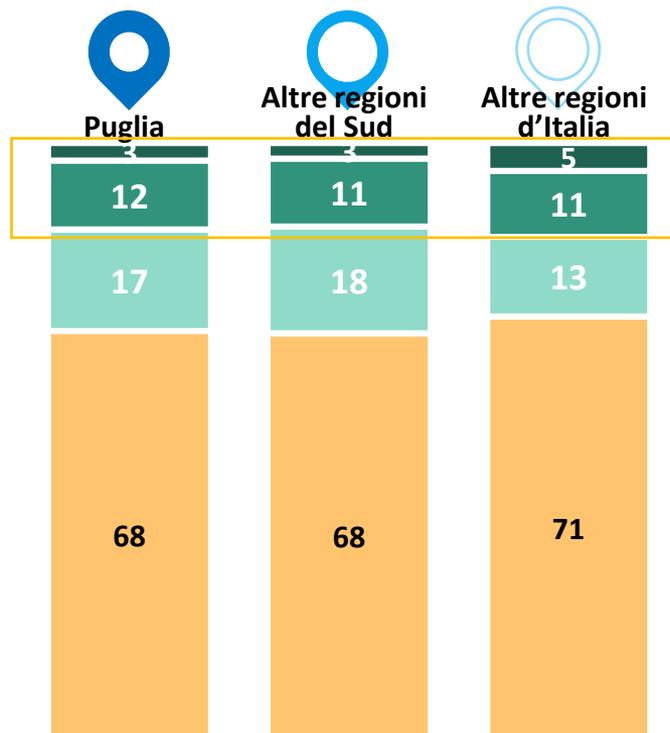


Negli ultimi 3 anni ti è capitato di lavorare in smart-working in un luogo di vacanza?

BASE: totale campione (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=607; altre regioni italiane n=1040); turista culturale appassionato (n=626); turista culturale parz. motivato (n=728) (*) quota riferita al complesso degli intervistati

NOMADI DIGITALI

... meno della metà sembra farlo attivamente da un luogo di vacanza



- Sì, lo faccio abitualmente
- Sì, lo faccio sporadicamente anche adesso
- Sì, ma solo durante i lockdown dovuti alla pandemia di Covid-19
- No, mai

In questo momento stai lavorando in smart-working in un luogo diverso dal tuo domicilio abituale?

(Domanda posta a quanti dichiarano di fare smart-working abitualmente o sporadicamente)

Sì, sono in un luogo di vacanza	4%
Sì, ma non sono in un luogo di vacanza	5%
No	6%
Totale (Puglia+Sud+altre regioni Italia)	15%

Negli ultimi 3 anni ti è capitato di lavorare in smart-working in un luogo di vacanza?

BASE: totale campione (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=607; altre regioni italiane n=1040); turista culturale appassionato (n=626); turista culturale parz. motivato (n=728)

SEGMENTAZIONE TURISMO CULTURALE

basata su auto-percezione



Tra gli stranieri, che sono esclusivamente turisti in target, cresce la quota di Turisti Motivati in Francia e Germania, e di Appassionati in Usa.

Turista culturale appassionato



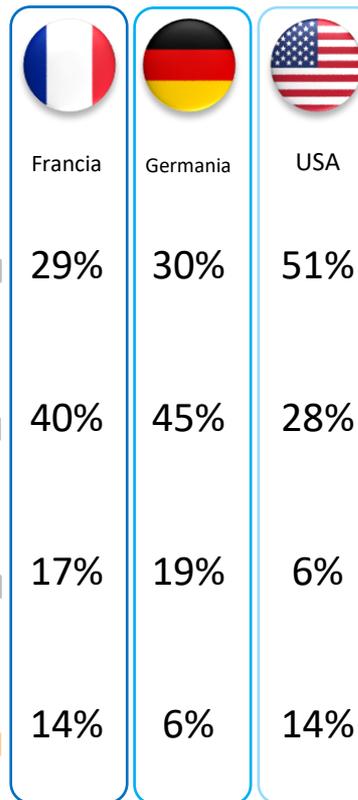
Turista culturale parzialmente motivato



Turista culturale occasionale



Resto della popolazione



Quale delle seguenti tipologie di turista culturale è più vicina a te e a quello che cerchi in vacanza?

APPASSIONATO: Turista culturale altamente motivato, disposto cioè a intraprendere il viaggio con lo scopo prioritario di vedere un monumento, un museo, o partecipare ad un evento culturale

PARZ. MOTIVATO: Turista culturale parzialmente motivato, che alla vacanza in una città d'arte abbina l'occasione per fare una gita, fare shopping, vedere amici o parenti

OCCASIONALE: Turista per il quale la cultura non costituisce l'obiettivo principale del viaggio, ma una 'motivazione aggiuntiva'

RESTO DELLA POPOLAZIONE: Turista culturale casuale, che non pianifica il viaggio in una città d'arte, ma accidentalmente vi fa visita, vede un monumento o una mostra perchè vicino all'hotel, o spinto dai compagni di viaggio, ecc. + Nessuno di questi

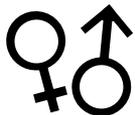


SEGMENTAZIONE TURISMO CULTURALE

Profilo: indici di concentrazione Estero



Maggiore presenza di Generazioni X e Y, e di quanti preferiscono le città d'arte tra gli Appassionati



Turista culturale appassionato



Uomini



Donne



Gen Z



Gen Y



Gen X



Boomer



Mare



Città d'arte

Turista culturale parzialmente motivato



Uomini



Donne



Gen Z



Gen Y



Gen X



Boomer



Mare



Città d'arte

Indice di concentrazione: se < 100 indica che il carattere/aspetto è meno presente che nella media della popolazione indagata; se > 100 il carattere è più presente.

BASE: turista culturale appassionato straniero (n=588); turista culturale parz. motivato straniero (n=583)

NOMADI DIGITALI

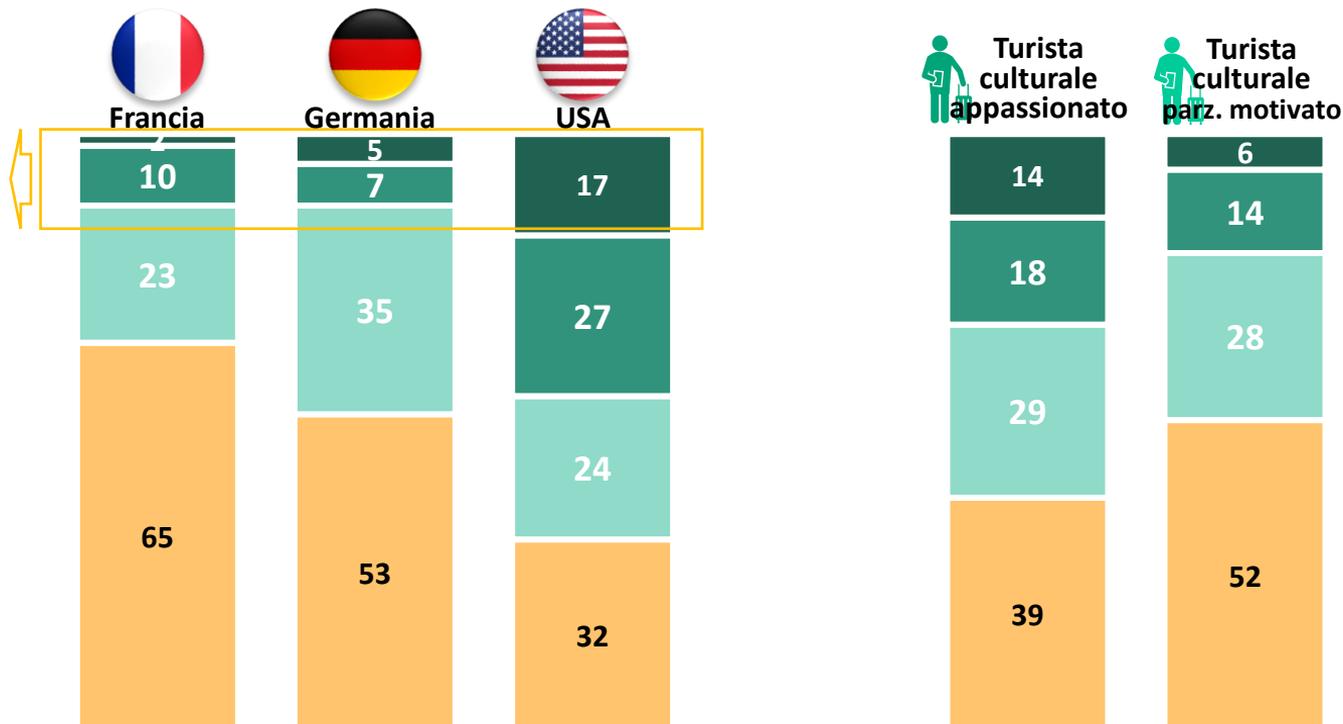
Alta la quota di lavoratori in smart-working tra i turisti statunitensi...

In questo momento sono in smart-working da un luogo di vacanza:

11%*

(F: 2%; D:4%; Usa: 24%)

- Sì, lo faccio abitualmente
- Sì, lo faccio sporadicamente anche adesso
- Sì, ma solo durante i lockdown dovuti alla pandemia di Covid-19
- No, mai



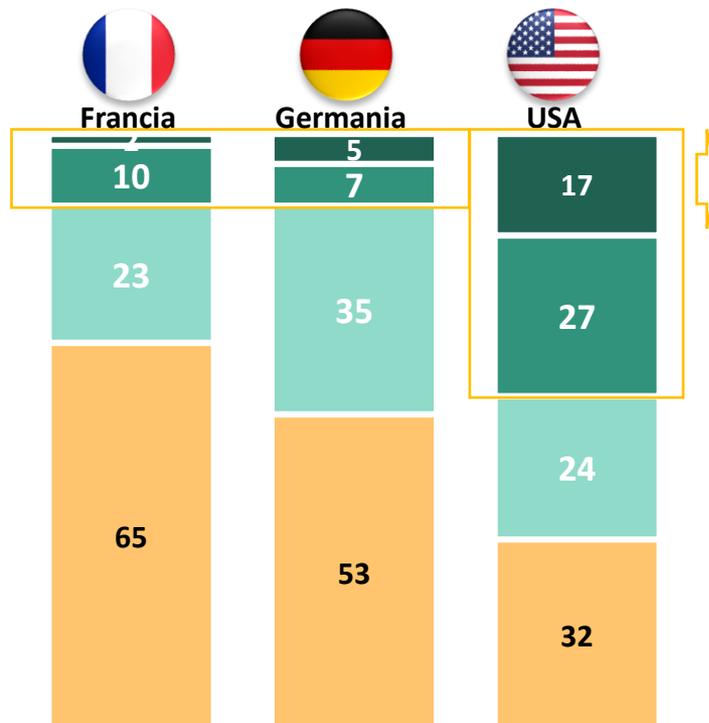
Negli ultimi 3 anni ti è capitato di lavorare in smart-working in un luogo di vacanza?

In questo momento stai lavorando in smart-working in un luogo diverso dal tuo domicilio abituale?

BASE: totale campione (Francia n=500; Germania n=500; USA n=565); turista culturale appassionato (n=588); turista culturale motivato (n=583)
 (*) quota riferita al complesso degli intervistati di ogni paese

●●●● NOMADI DIGITALI

... anche da un luogo di vacanza



In questo momento stai lavorando in smart-working in un luogo diverso dal tuo domicilio abituale?

(Domanda posta a quanti dichiarano di fare smart-working abitualmente o sporadicamente)

	F	D	USA
Sì, sono in un luogo di vacanza	3%	4%	24%
Sì, ma non sono in un luogo di vacanza	3%	4%	11%
No	6%	4%	9%
Totale	12%	12%	44%

- Sì, lo faccio abitualmente
- Sì, lo faccio sporadicamente anche adesso
- Sì, ma solo durante i lockdown dovuti alla pandemia di Covid-19
- No, mai

Negli ultimi 3 anni ti è capitato di lavorare in smart-working in un luogo di vacanza?

BASE: totale campione (Francia n=500; Germania n=500; USA n=565); turista culturale appassionato (n=588); turista culturale motivato (n=583)

●●●● FONTI INFORMATIVE SULLA VACANZA CULTURALE

La ricerca di informazioni su internet prevale dovunque; rilevante il passaparola tra i turisti stranieri



Puglia

75

40

28

24

3



Altre regioni Sud

71

36

30

24

1



Altre regioni Italia

74

34

33

23

1



Francia

73

37

51

23

2



Germania

55

15

55

44

1



Usa

56

27

68

51

1

Come ti informi per organizzare una vacanza che prevede attività culturali, come visita a borghi storici, monumenti o assistere a spettacoli o manifestazioni? POSSIBILI PIU' RISPOSTE

Valori %

BASE: svolgono almeno qualche volta attività culturali durante le vacanze n=3554 (Puglia n=398; altre regioni del Sud n=595; altre regioni italiane n=1016; Francia n=486; Germania n=498; USA n=561))

IL TURISMO CULTURALE TRA GLI ITALIANI





IL TURISMO CULTURALE TRA GLI ITALIANI

La maggioranza degli italiani preferisce fare una vacanza con soggiorno stanziale che preveda la possibilità di escursioni (più di sei su dieci nei diversi bacini territoriali considerati), solo tra i «turisti appassionati» si osserva una più alta quota di soggiorno itinerante (29%) , anche se lo stanziale con escursioni è la modalità prevalente.

La visita a città, paesi e borghi, la visita a luoghi d'interesse naturale o paesaggistico e a monumenti, edifici, siti storici o archeologici, sono le attività culturali svolte più frequentemente, tra gli appassionati si aggiunge la visita a musei, gallerie, mostre. **Tra i pugliesi è un po' maggiore la propensione alle attività culturali in vacanza**, rispetto alle altre regioni italiane.

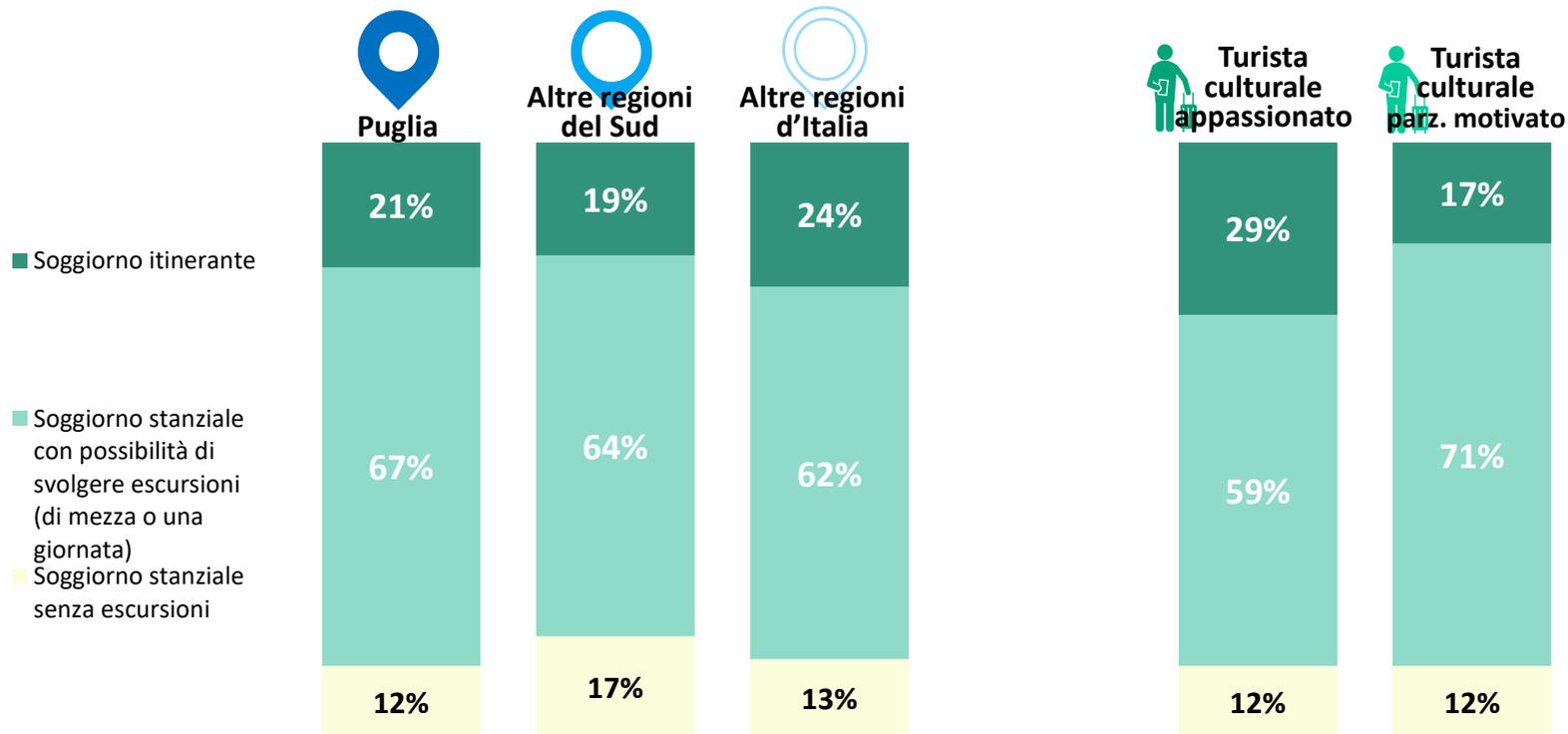
Gli ausili digitali che permettono di visitare i luoghi artistico-culturali a distanza, o di usufruire di tour con visore VR, sono stati usati da circa un terzo degli italiani, ma non sembrano rivestire un ruolo particolarmente rilevante, almeno a livello verbalizzato, nell'indurre a visitare personalmente i luoghi.

Sono stati in vacanza in Puglia negli ultimi 5 anni il 40% degli abitanti del Sud Italia e il 29% degli abitanti delle altre regioni: hanno svolto anche attività tipiche del turismo culturale (soprattutto visite a borghi e a luoghi di interesse naturale o paesaggistico), e hanno dato una valutazione decisamente alta (superiore a 8,4 su scala da 1 a 10) all'ultima vacanza.

Tra i «turisti culturali appassionati» la quota di vacanza in Puglia è inferiore (il 26% ci è stato negli ultimi 5 anni), ma la valutazione dell'esperienza è eccellente (8,75).

TIPOLOGIA SOGGIORNO

Oltre sei italiani su dieci preferiscono un soggiorno stanziale con possibilità di escursioni

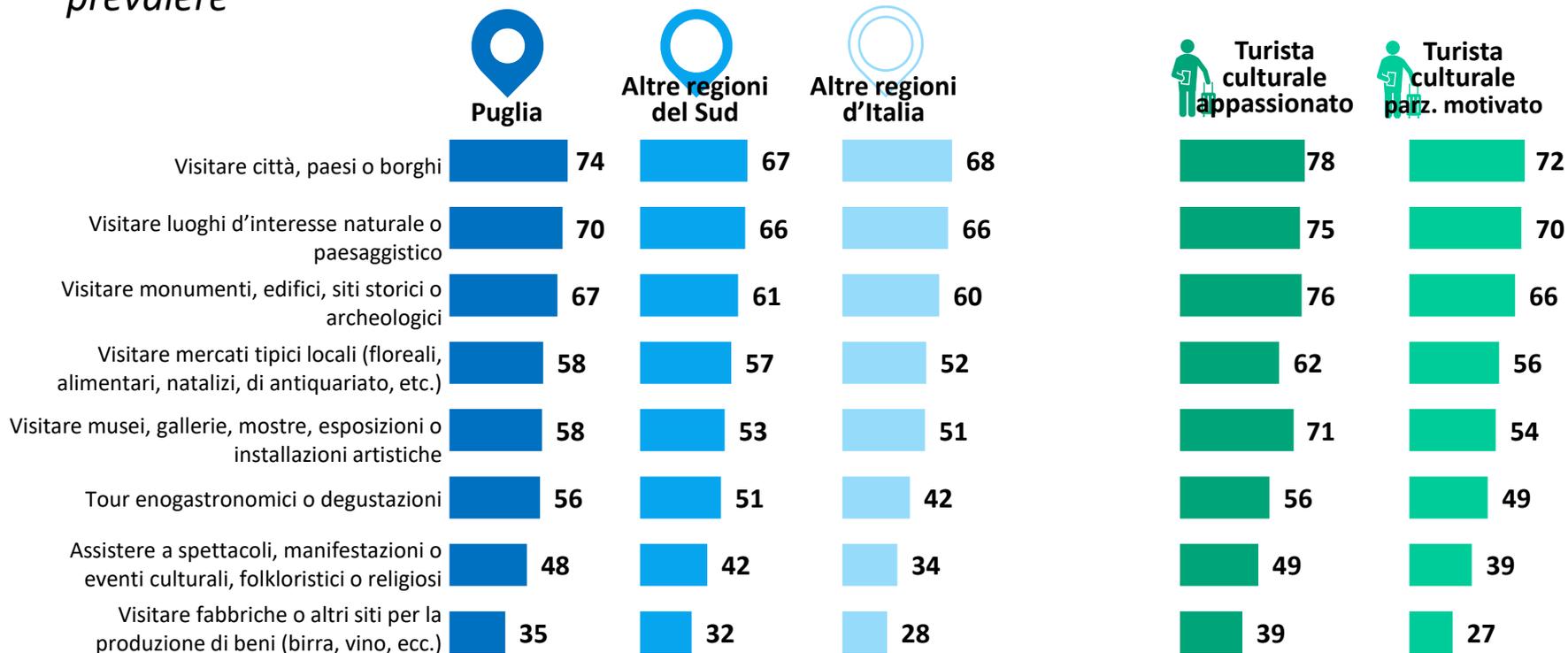


In generale preferisci una vacanza che preveda...

BASE: totale campione (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=607; altre regioni italiane n=1040); turista culturale appassionato (n=626); turista culturale motivato (n=728)

●●●● FREQUENZA ATTIVITA' CULTURALI: % *sempre + spesso*

La visita a città, paesi o borghi, e luoghi di interesse naturale o paesaggistico, tendono a prevalere



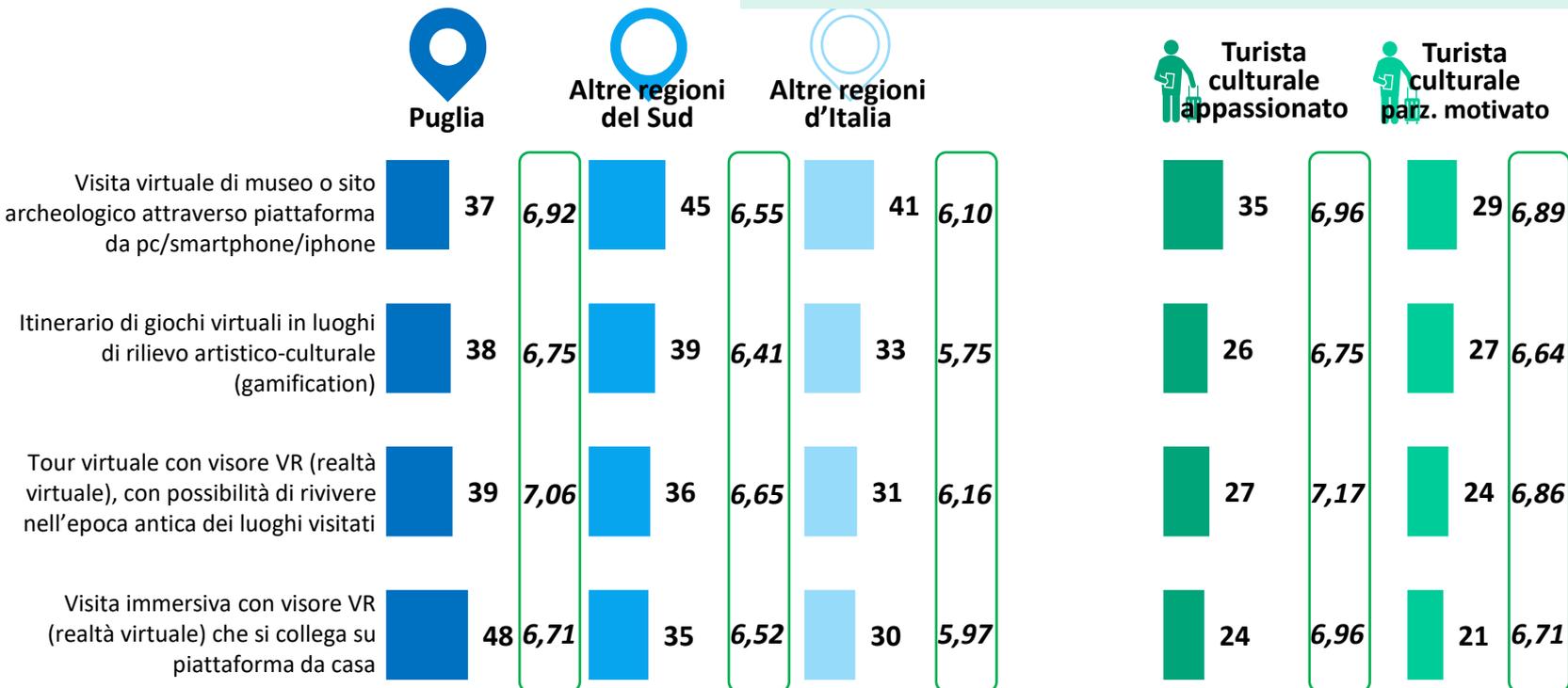
In generale, quando fai una vacanza, con quale frequenza svolgi queste attività?

BASE: totale campione (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=607; altre regioni italiane n=1040); turista culturale appassionato (n=626); turista culturale motivato (n=728)



RUOLO DEL DIGITALE: FREQUENZA DI UTILIZZO ALMENO QUALCHE VOLTA E CAPACITA' ATTRATTIVA

Circa un terzo degli italiani ha usufruito di visite virtuali o immersive con visore VR; non sembrano mostrare grande capacità di indurre alla visita personale



Nel riquadro verde la capacità di invogliare alla visita di persona, espressa con media su scala 1-10

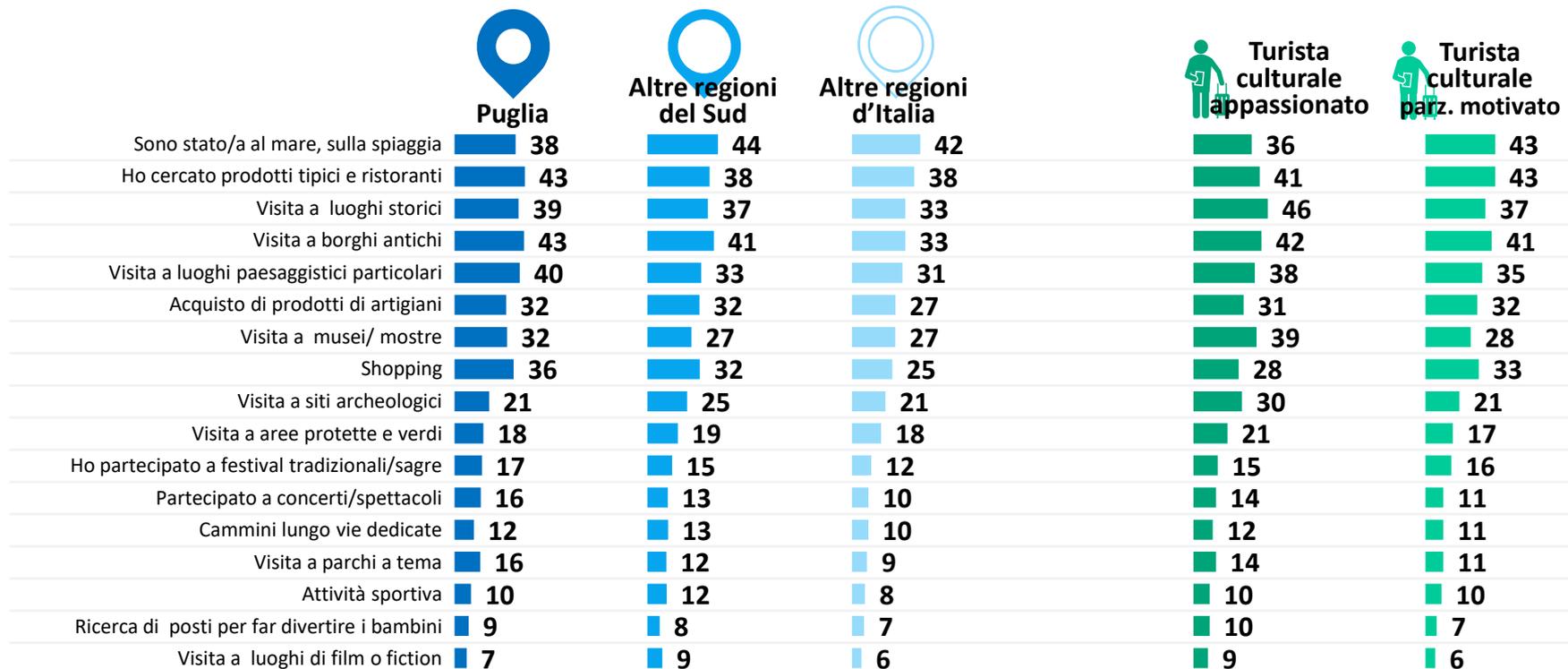
Con quale frequenza ti è capitato di usufruire di...
 Su scala da 1 a 10, quanto ti invoglia visitare di persona città d'arte, monumenti, chiese, musei e siti archeologici, la disponibilità di...

BASE: totale campione (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=607; altre regioni italiane n=1040); turista culturale appassionato (n=626); turista culturale motivato (n=728)



L'ULTIMA VACANZA

I pugliesi mostrano un profilo di turista culturale superiore alla media italiana

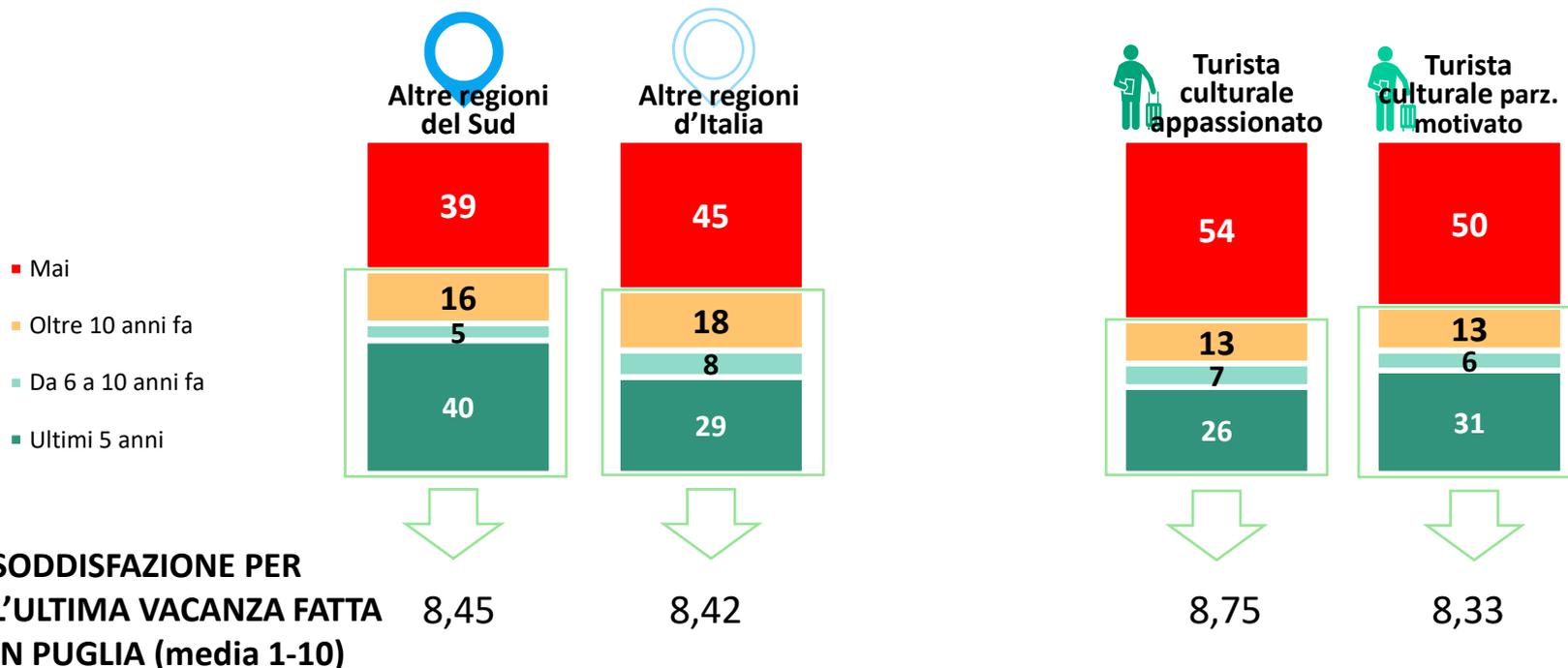


Cosa hai fatto durante la tua ultima vacanza?

BASE: totale campione (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=607; altre regioni italiane n=1040); turista culturale appassionato (n=626); turista culturale motivato (n=728)

L'ULTIMA VACANZA IN PUGLIA

I turisti culturali italiani evidenziano una quota di vacanze in Puglia minore della media



Quando hai fatto la tua ultima vacanza in Puglia?

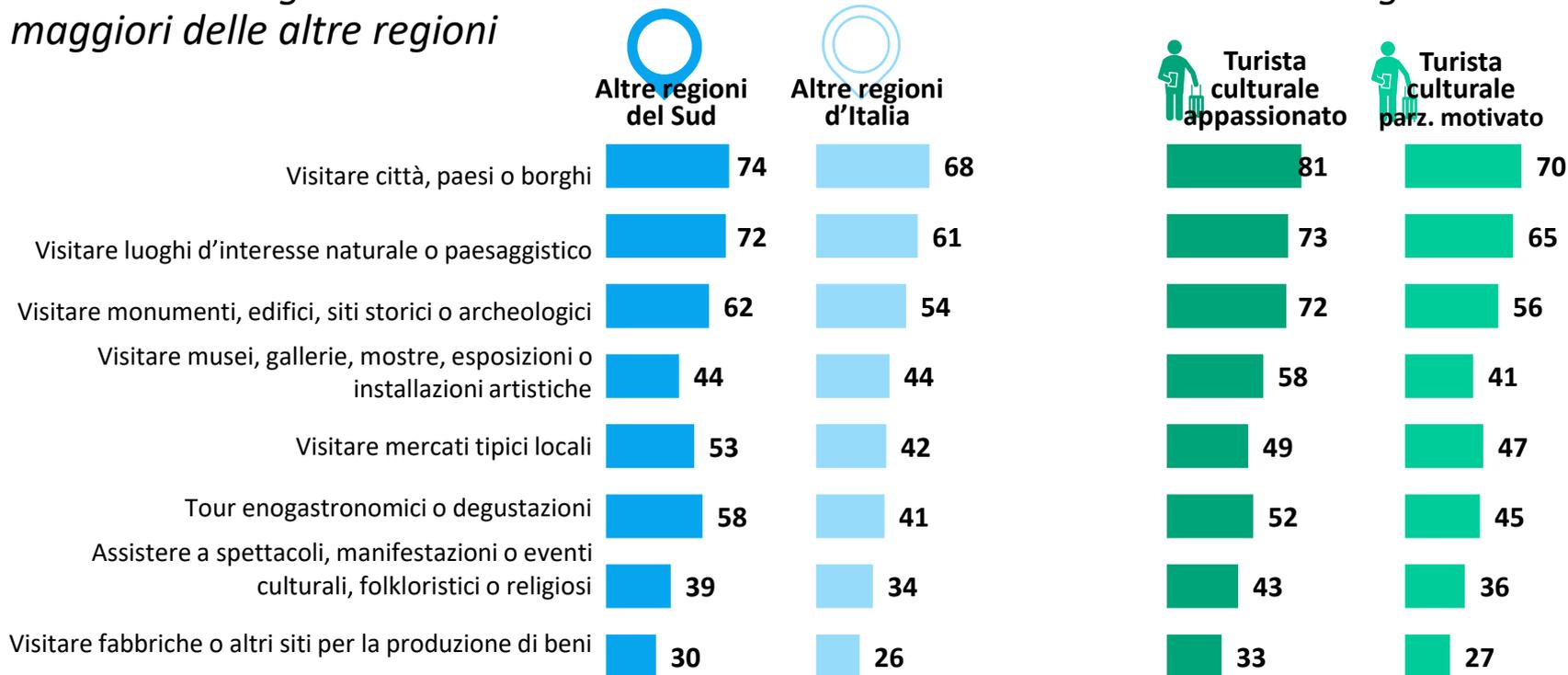
Quanto è stata soddisfacente la tua ultima vacanza in Puglia su scala da 1 a 10?

BASE: hanno fatto una vacanza in Puglia negli ultimi 10 anni (altre regioni del Sud n=274; altre regioni italiane n=383); turista culturale appassionato (n=207); turista culturale motivato (n=270)

●●●● ATTIVITA' DELL'ULTIMA VACANZA IN PUGLIA:

- % sempre + spesso -

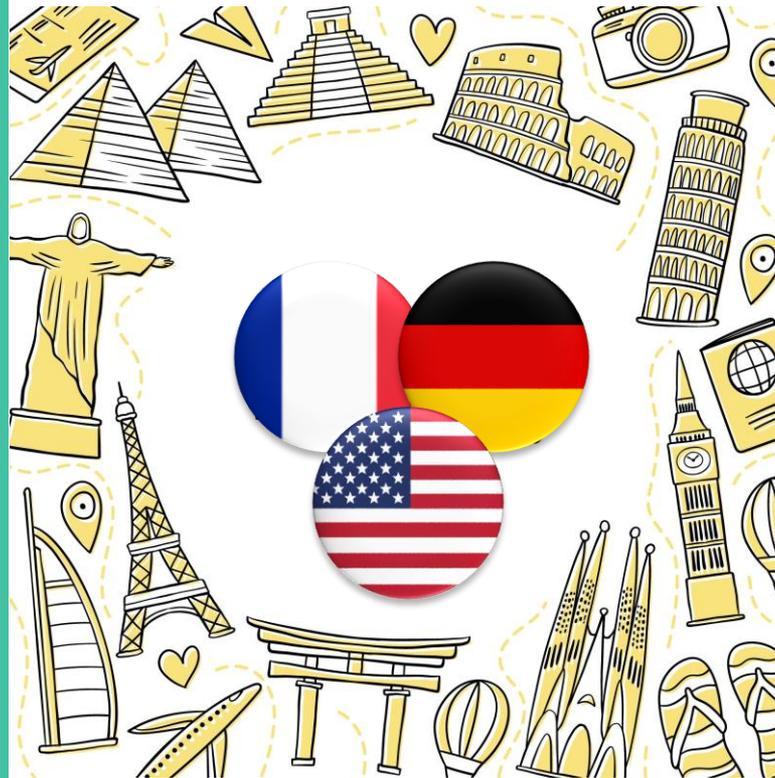
I turisti delle regioni del Sud hanno avuto occasioni di turismo culturale in Puglia maggiori delle altre regioni



Durante il tuo ultimo soggiorno in Puglia, con quale frequenza hai svolto queste attività?

BASE: hanno fatto una vacanza in Puglia negli ultimi 10 anni (altre regioni del Sud n=274; altre regioni italiane n=383); turista culturale appassionato (n=207); turista culturale motivato (n=270)

IL TURISMO CULTURALE TRA I TURISTI STRANIERI



●●● IL TURISMO CULTURALE TRA I TURISTI STRANIERI

La maggioranza dei turisti stranieri preferisce fare una vacanza con soggiorno stanziale che preveda la possibilità di escursioni: il 56% tra i francesi, ben il 79% tra i tedeschi e il 58% tra gli statunitensi; si evidenziano comunque segmenti di turisti che hanno preferenze diverse, poiché un terzo dei francesi preferisce il soggiorno itinerante, mentre un terzo degli statunitensi predilige il soggiorno senza escursioni.

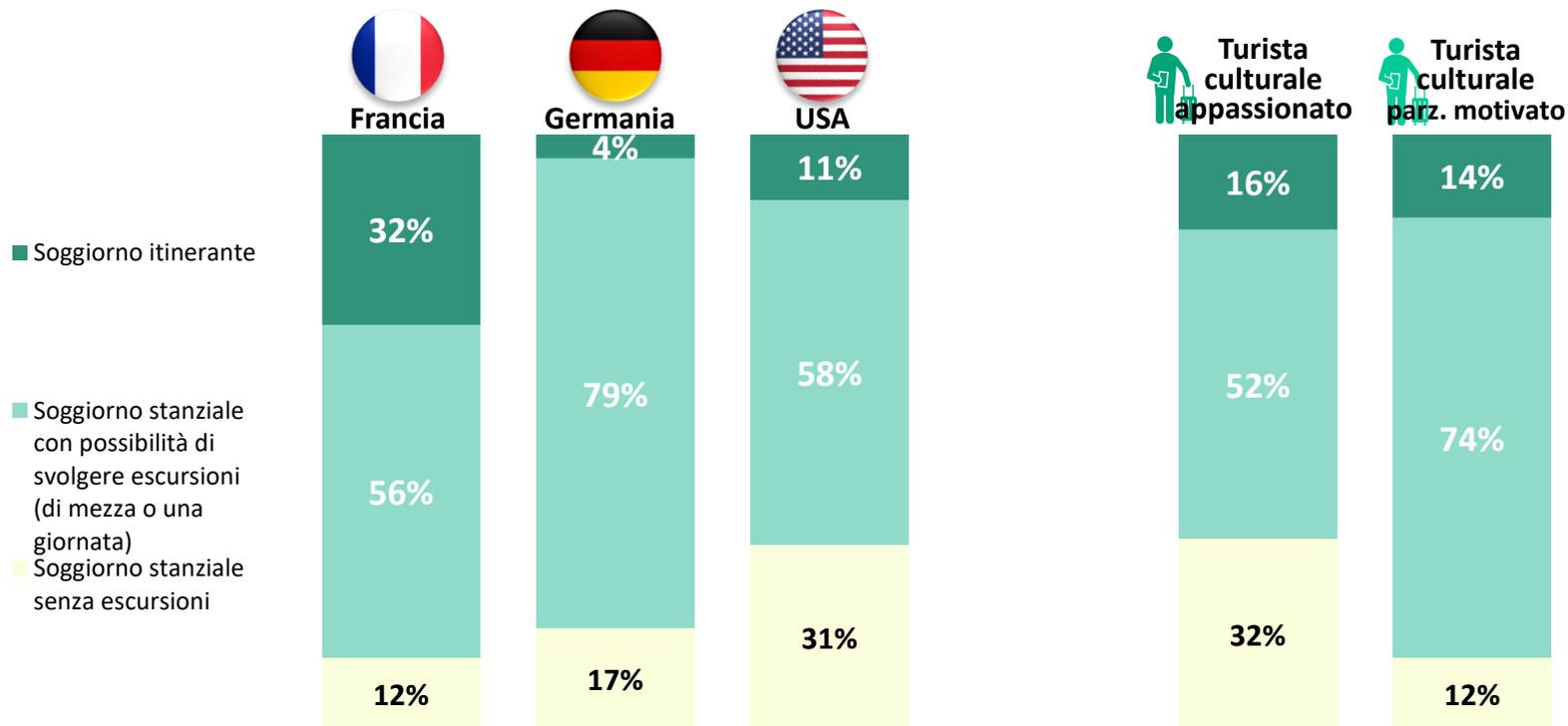
Come per gli italiani, la visita a città, paesi e borghi, la visita a luoghi d'interesse naturale o paesaggistico e a monumenti, edifici, siti storici o archeologici, sono le attività culturali svolte più frequentemente, tra i francesi si aggiungono i mercati tipici locali, e tra gli appassionati la visita a musei, gallerie, mostre.

Gli ausili digitali che permettono di visitare i luoghi artistico-culturali a distanza, o di usufruire di tour con visore VR, sono stati usati da circa un terzo dei francesi, da metà dei tedeschi e sette statunitensi su dieci; **solo per i turisti USA sembrano rivestire un ruolo rilevante, almeno a livello verbalizzato, nell'indurre a visitare personalmente i luoghi.**

Sono stati in vacanza **in Puglia** negli ultimi 5 anni il 22% dei francesi intervistati, il 21% dei tedeschi e il 15% degli statunitensi; tutti hanno svolto **hanno svolto attività turistiche culturali, i francesi con maggiore frequenza. La soddisfazione per l'ultima visita è molto elevata**, eccellente per i francesi (8,71) e per i turisti culturali appassionati (8,82).

TIPOLOGIA DI SOGGIORNO

I turisti francesi mostrano una maggiore propensione al soggiorno itinerante

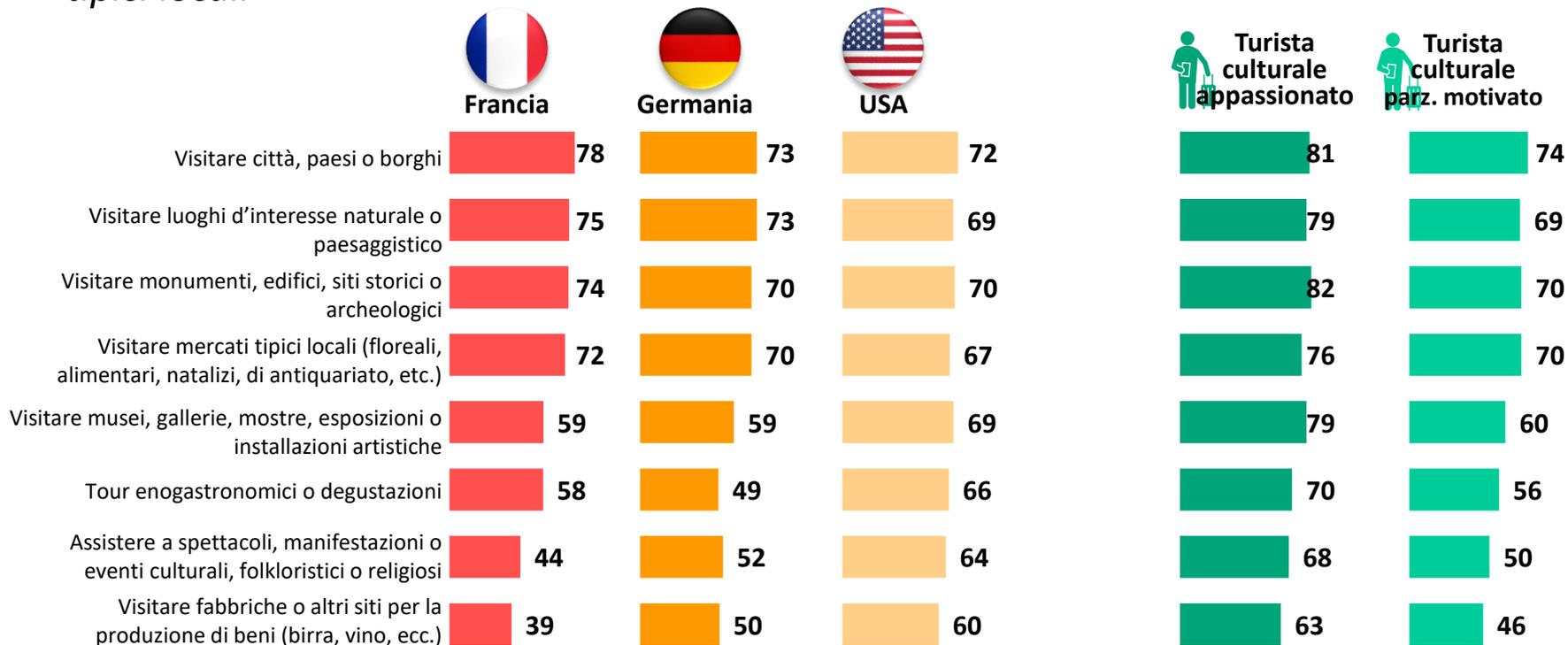


In generale preferisci una vacanza che preveda...

BASE: totale campione (Francia n=500; Germania n=500; USA n=565); turista culturale appassionato (n=588); turista culturale motivato (n=583)

●●●● FREQUENZA ATTIVITA' CULTURALI: % *sempre + spesso*

I turisti stranieri mostrano una maggiore propensione a visitare monumenti e mercati tipici locali



In generale, quando fai una vacanza, con quale frequenza svolgi queste attività?

BASE: totale campione (Francia n=500; Germania n=500; USA n=565); turista culturale appassionato (n=588); turista culturale motivato (n=583)

●●●● RUOLO DEL DIGITALE: FREQUENZA DI UTILIZZO ALMENO QUALCHE VOLTA E CAPACITA' ATTRATTIVA

Tra i turisti americani e gli Appassionati le diverse esperienze digitali possono invogliare alla visita



Francia



Germania



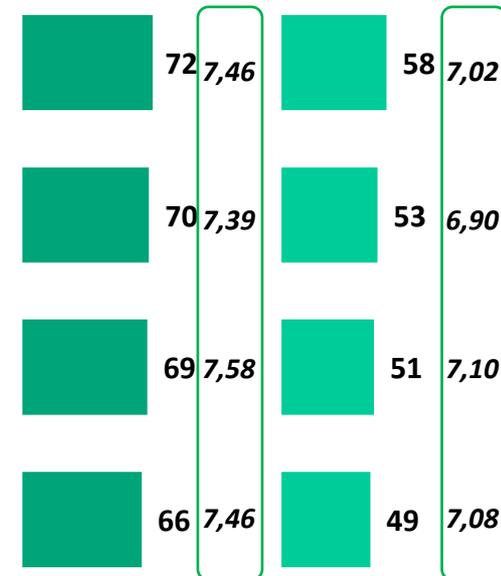
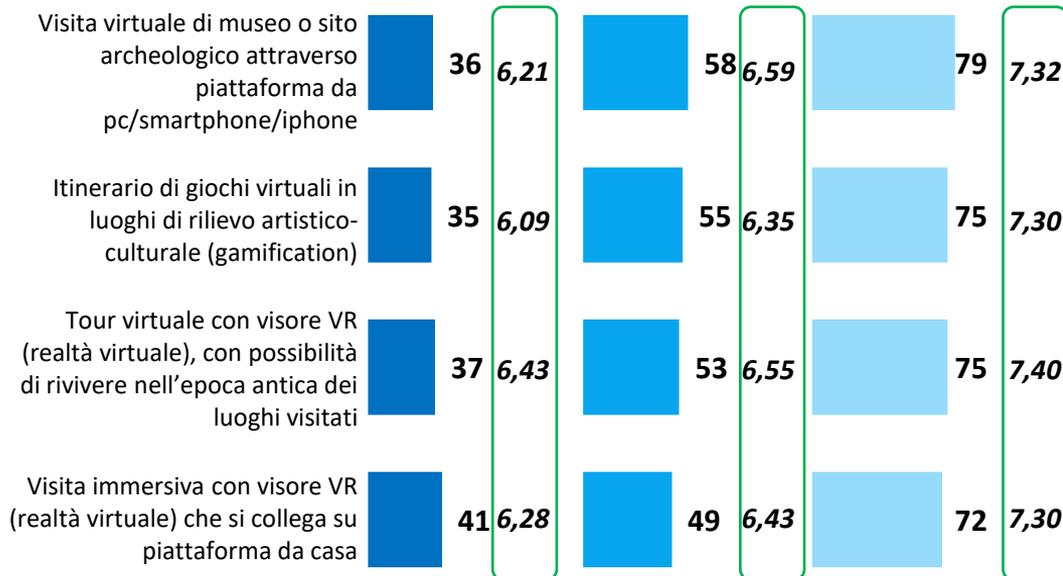
USA



Turista culturale appassionato



Turista culturale parz. motivato



Nel riquadro verde la capacità di invogliare alla visita di persona, espressa con media su scala 1-10

Con quale frequenza ti è capitato di usufruire di...

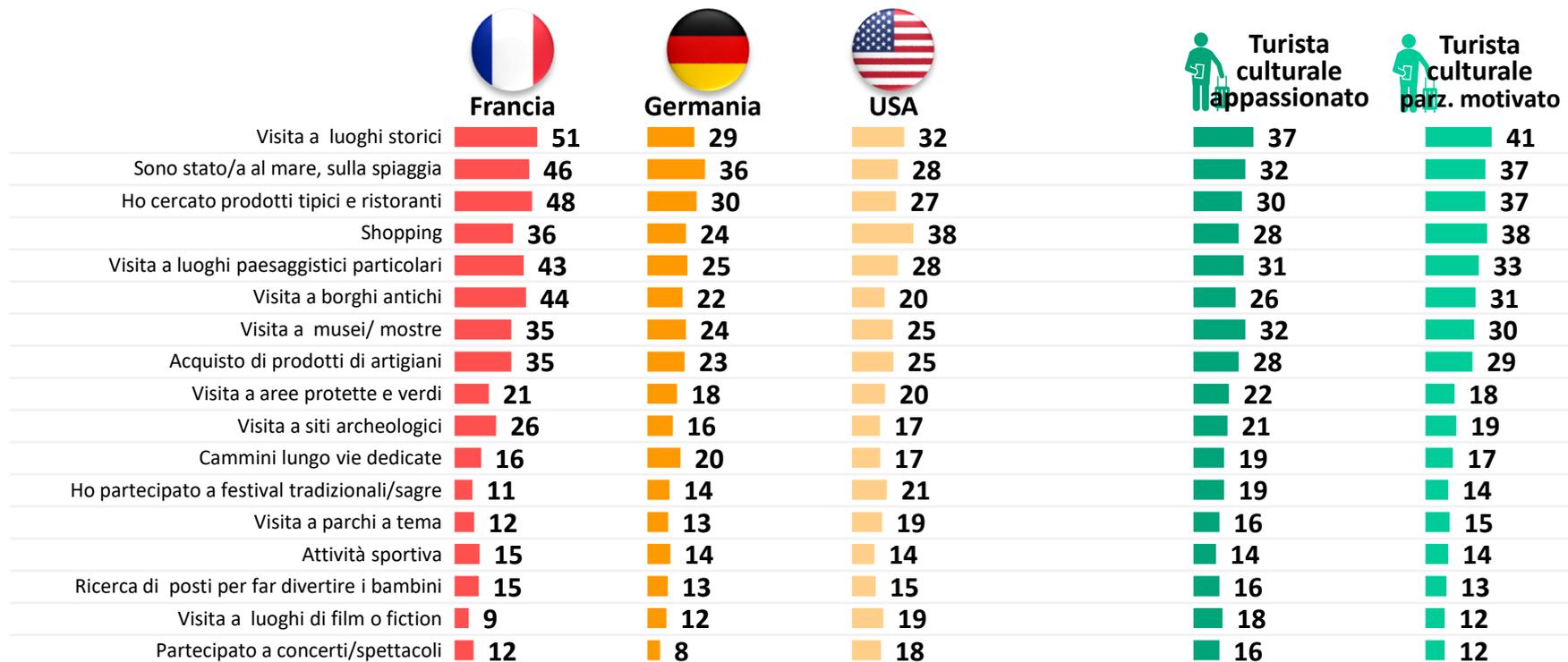
Su scala da 1 a 10, quanto ti invoglia visitare di persona città d'arte, monumenti, chiese, musei e siti archeologici, la disponibilità di...

BASE: totale campione (Francia n=500; Germania n=500; USA n=565); turista culturale appassionato (n=588); turista culturale motivato (n=583)



L'ULTIMA VACANZA

I francesi mostrano un profilo di turista culturale superiore a Germania e USA

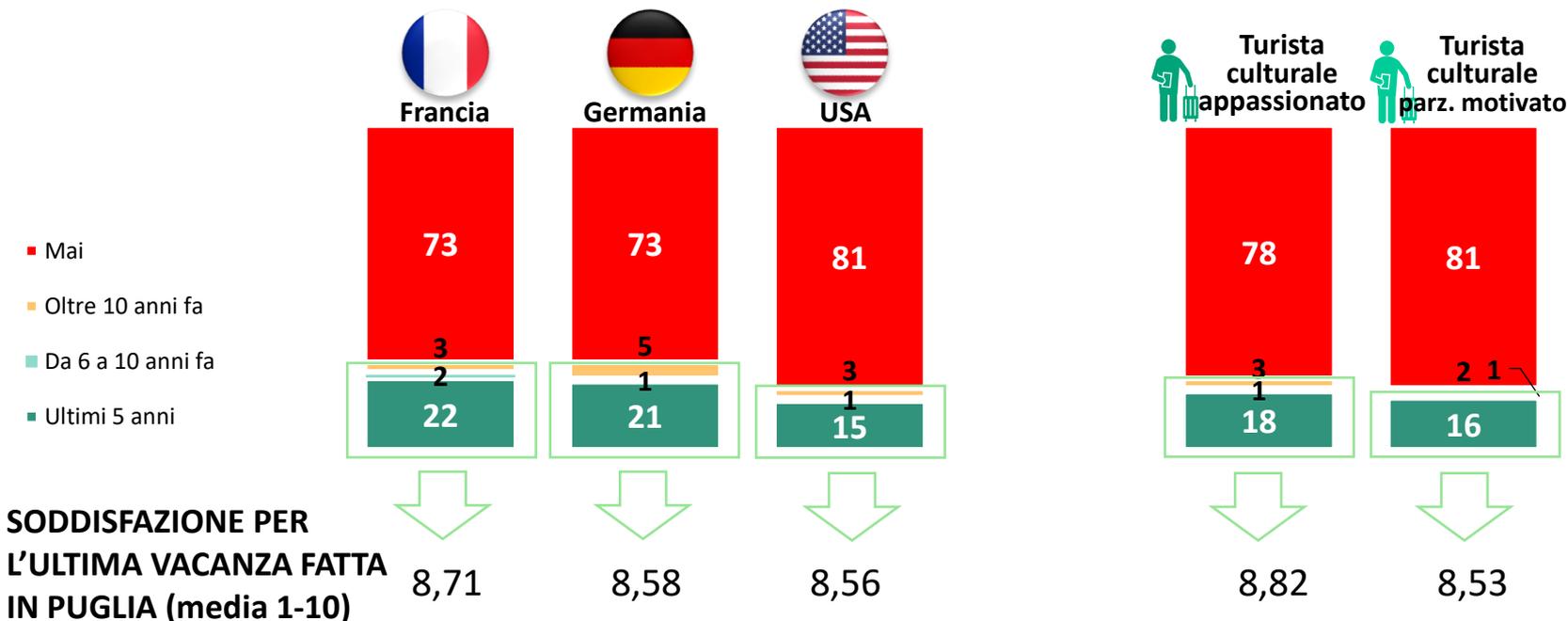


Cosa hai fatto durante la tua ultima vacanza?

BASE: totale campione (Francia n=500; Germania n=500; USA n=565); turista culturale appassionato (n=588); turista culturale motivato (n=583)

●●● L'ULTIMA VACANZA IN PUGLIA

Eccellente la valutazione dell'ultima vacanza in Puglia da parte dei Turisti culturali Appassionati



Quando hai fatto la tua ultima vacanza in Puglia?

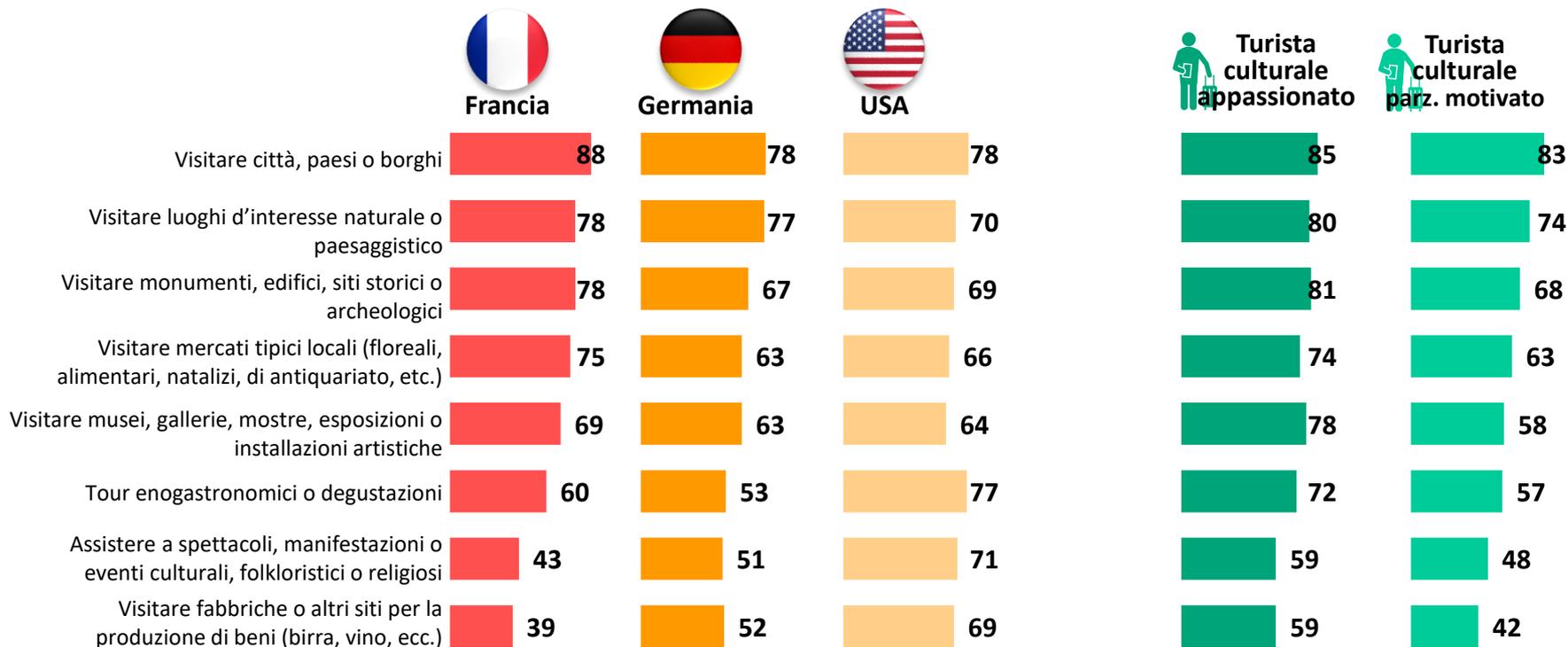
Quanto è stata soddisfacente la tua ultima vacanza in Puglia su scala da 1 a 10?

BASE: hanno fatto una vacanza in Puglia negli ultimi 10 anni (Francia n=120; Germania n=81; USA n=77); turista culturale appassionato (n=114); turista culturale motivato (n=100)



ATTIVITA' DELL'ULTIMA VACANZA IN PUGLIA

- % sempre + spesso -



Durante il tuo ultimo soggiorno in Puglia, con quale frequenza hai svolto queste attività?

BASE: hanno fatto una vacanza in Puglia negli ultimi 10 anni (Francia n=120; Germania n=81; USA n=77); turista culturale appassionato (n=114); turista culturale motivato (n=100)

IL SUD ITALIA TRA GLI ITALIANI



●●● IL SUD ITALIA TRA GLI ITALIANI

Per gli italiani il Sud è soprattutto mare (lo pensano quasi un intervistato su due), **quindi cucina**; l'associazione alle città d'arte e ai monumenti è assolutamente minoritaria. Le regioni più citate e più visitate dagli abitanti del Sud sono la Campania e la Calabria (e la Puglia in terza posizione), mentre è la Sicilia la più visitata da parte degli abitanti del Centro-Nord, con la Puglia in seconda posizione.

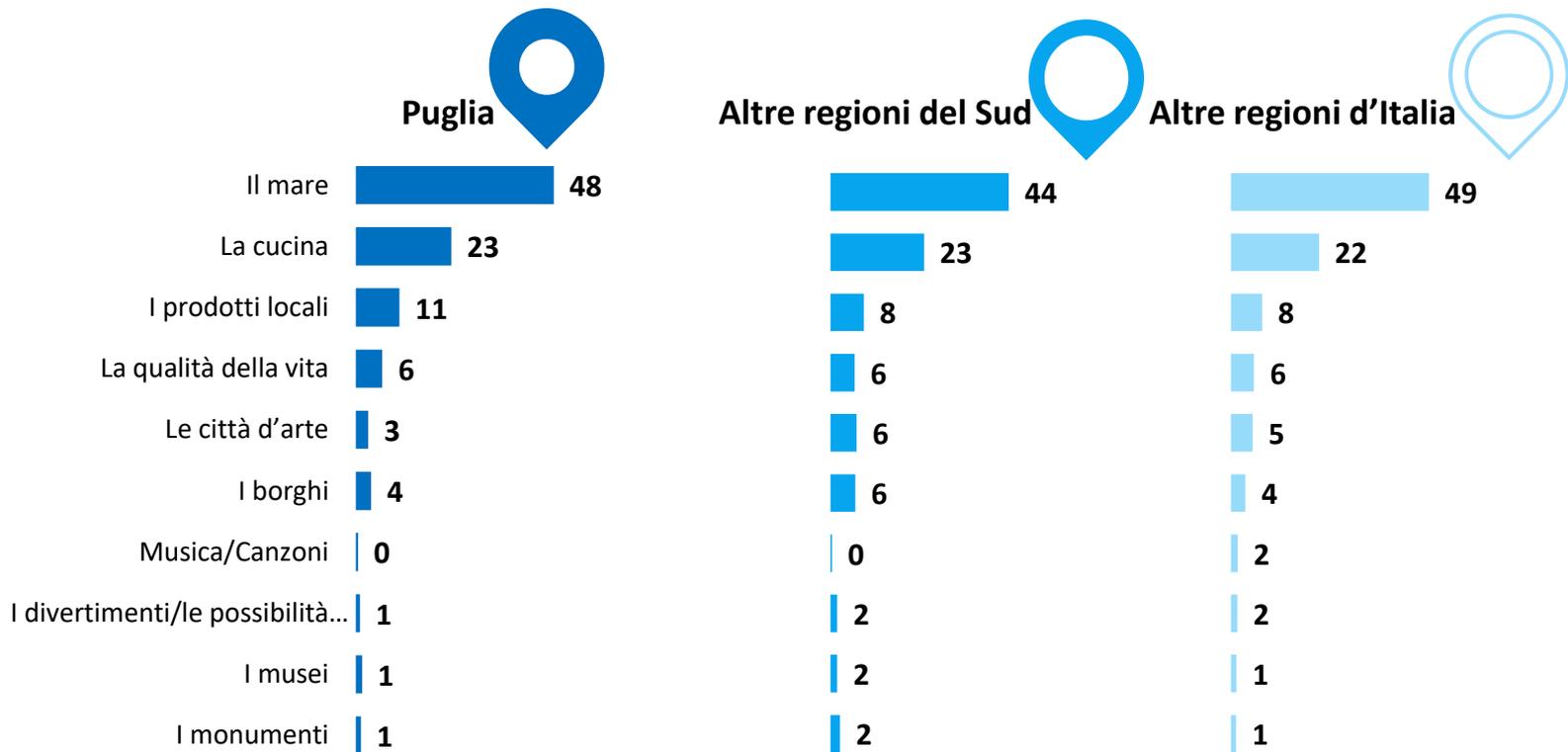
La conoscenza dei beni artistici delle regioni del Sud Italia è stata approfondita misurando tre città d'arte o monumenti per regione del Sud e delle Isole, una sorta di benchmark che permette di capire il posizionamento dei monumenti e città d'arte pugliesi nel contesto del Sud Italia:

- **Pompei è la città d'arte più conosciuta nel Sud Italia e nelle restanti regioni**, e in generale i beni campani e siciliani sono i più noti
- **Alberobello è la più conosciuta in Puglia**, ed è la città d'arte pugliese più conosciuta nelle altre regioni, **posizionandosi in quinta posizione nel ranking delle diciotto località misurate**
- la Basilica di San Nicola di Bari è il secondo monumento pugliese, undicesimo nel ranking, quindi Castel del Monte, in quattordicesima posizione.



ASSOCIAZIONI AL SUD ITALIA

Il mare, subito seguito dalla cucina, è la principale associazione al Sud



Valori %

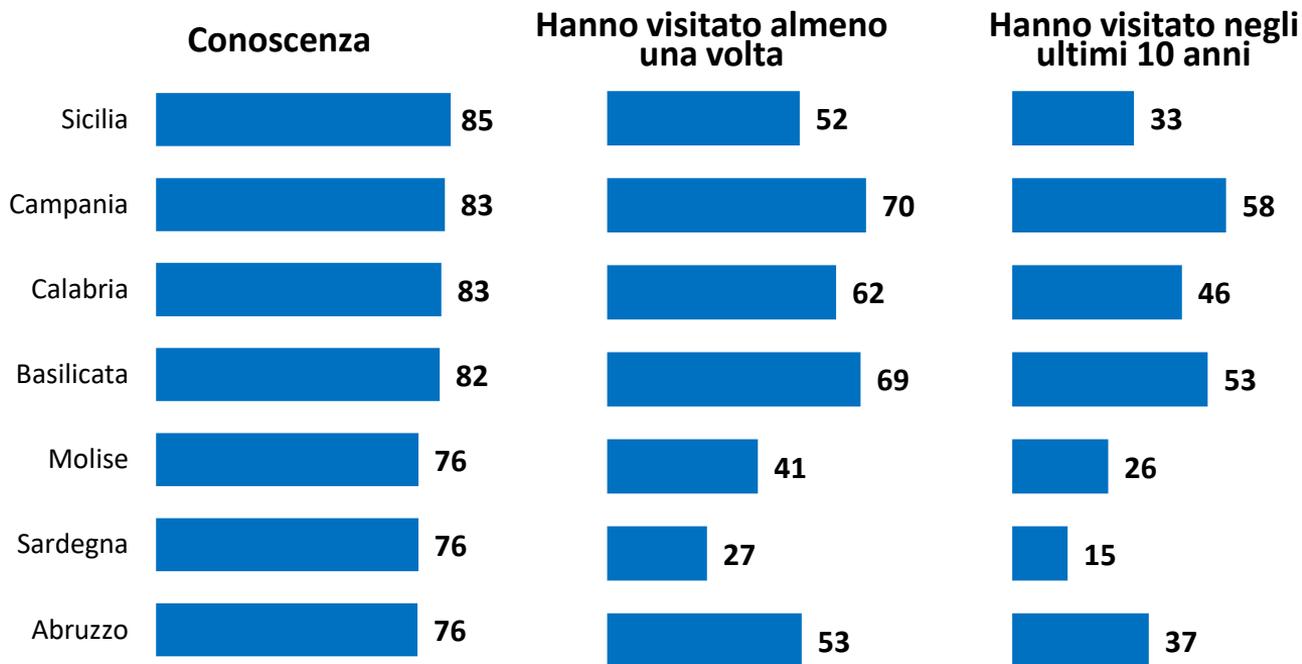


REGIONI DEL SUD ITALIA

Campania e Basilicata le regioni più visitate dai pugliesi



PUGLIA



Valori %

*Ecco le regioni del Sud Italia. Quali conosci anche solo per sentito nominare?
E quali regioni del Sud Italia ti è capitato di visitare almeno una volta?
Quali delle seguenti regioni hai visitato negli ultimi 10 anni?*

BASE: totale campione (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=607; altre regioni italiane n=1040)

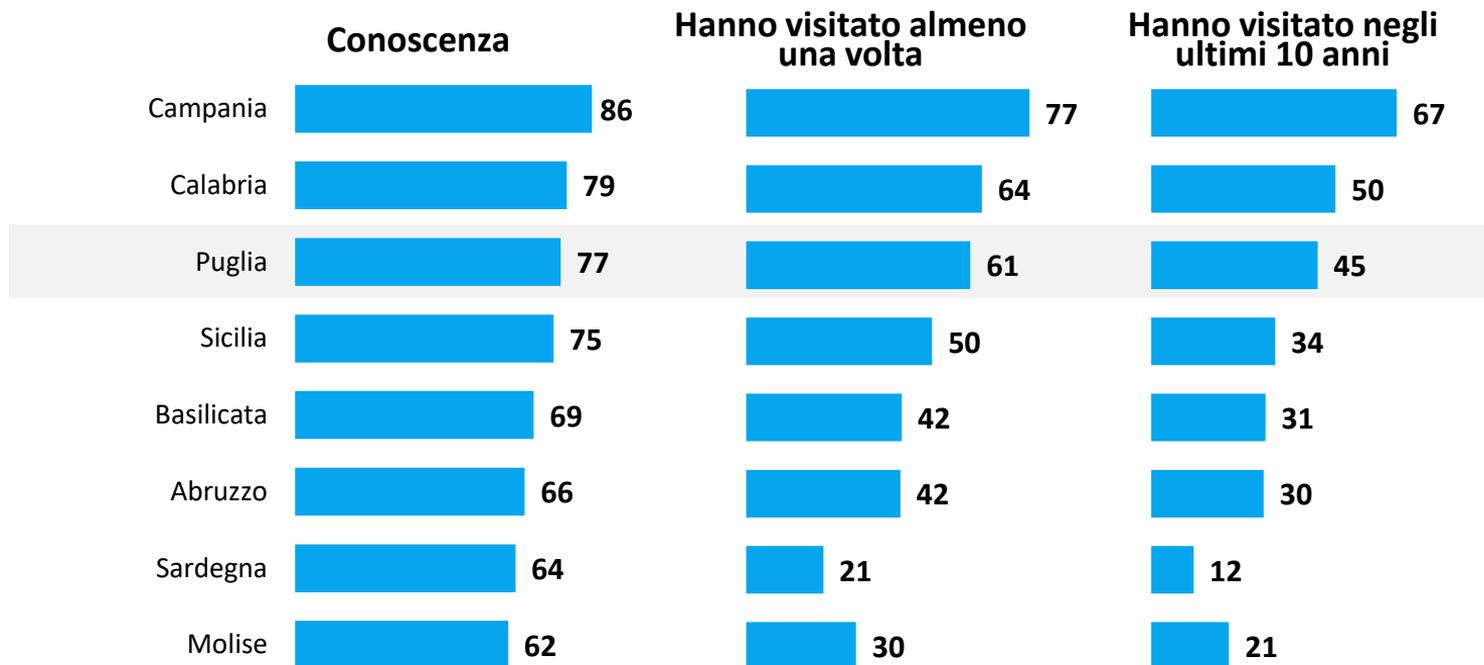


REGIONI DEL SUD ITALIA

La Campania è la regione del Sud più visitata tra gli abitanti del Mezzogiorno



ALTRE REGIONI
SUD



Valori %

*Ecco le regioni del Sud Italia. Quali conosci anche solo per sentito nominare?
E quali regioni del Sud Italia ti è capitato di visitare almeno una volta?
Quali delle seguenti regioni hai visitato negli ultimi 10 anni?*

BASE: totale campione (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=607; altre regioni italiane n=1040)

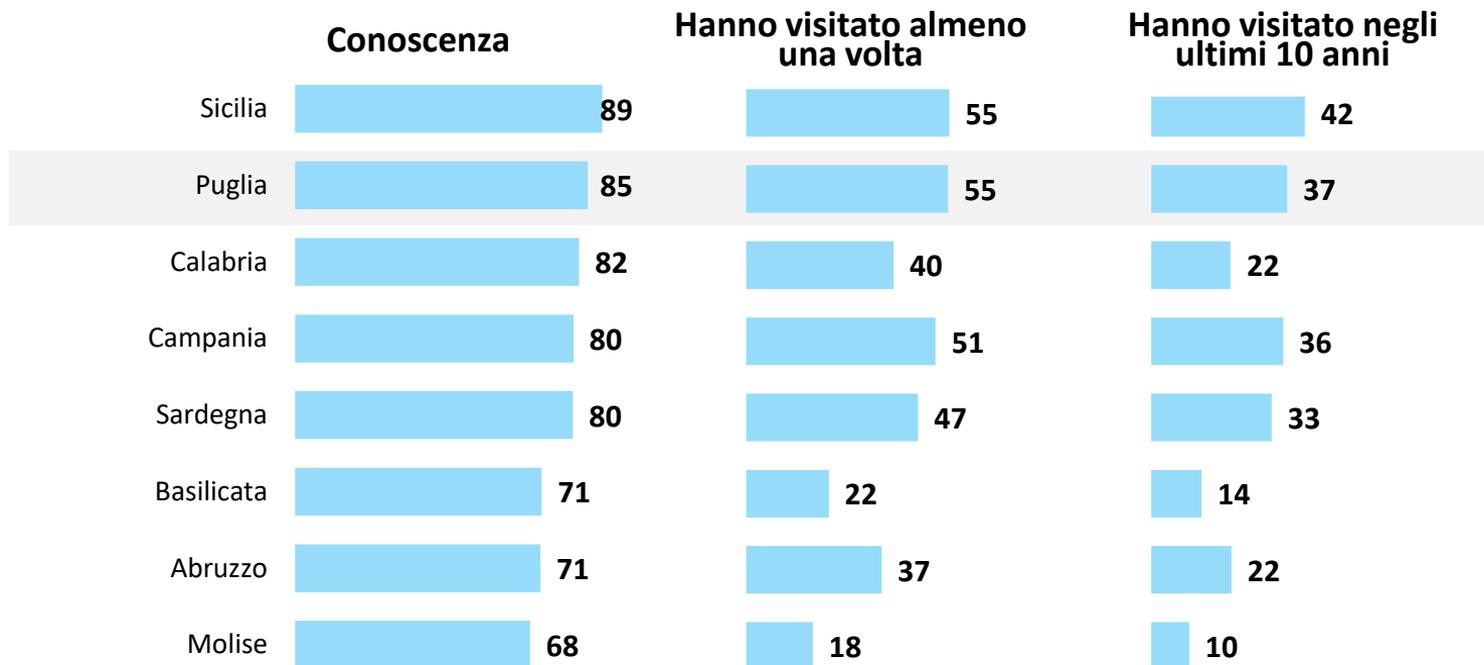


REGIONI DEL SUD ITALIA



ALTRE REGIONI
ITALIA

Tra gli abitanti delle altre regioni Sicilia e Puglia sono le regioni del Sud più visitate



Valori %

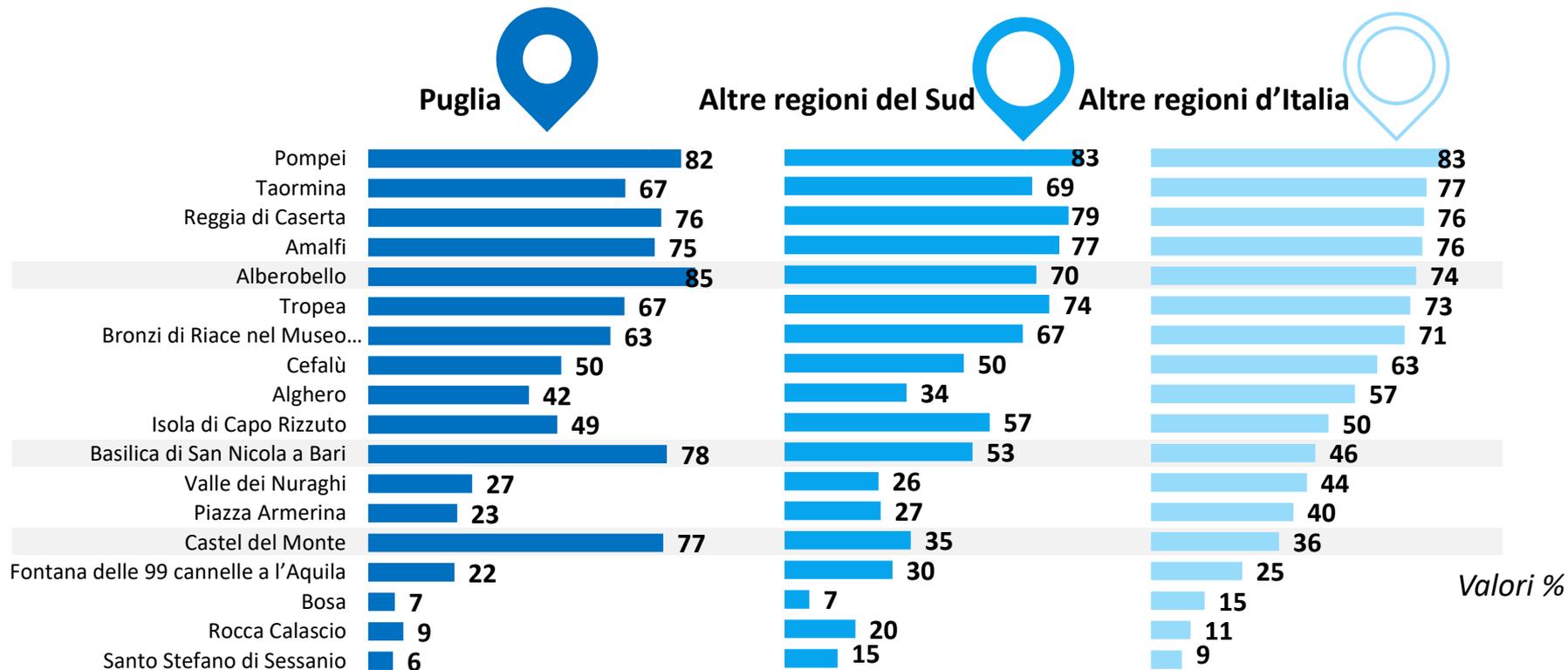
*Ecco le regioni del Sud Italia. Quali conosci anche solo per sentito nominare?
E quali regioni del Sud Italia ti è capitato di visitare almeno una volta?
Quali delle seguenti regioni hai visitato negli ultimi 10 anni?*

BASE: totale campione (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=607; altre regioni italiane n=1040)



CONOSCENZA MONUMENTI DEL SUD ITALIA

Pompei è la località più conosciuta, Alberobello primeggia tra i borghi d'arte pugliesi





LA PUGLIA TRA GLI ITALIANI



●●● LA PUGLIA TRA GLI ITALIANI

I prodotti più noti dell'offerta turistica pugliese sono spiagge e mare, cucina tipica e prodotti del territorio sia nelle regioni del Sud che nelle altre regioni italiane; **tra le offerte artistico-culturali sono più conosciuti i borghi antichi/marinari, feste di paese, chiese e cattedrali e santuari e luoghi di culto.**

Se si analizzano congiuntamente la notorietà delle diverse offerte culturali e la loro capacità attrattiva, si evidenzia come alcuni prodotti abbiano un'alta capacità attrattiva ma una bassa notorietà, e **potrebbe essere un'opportunità di crescita per il territorio comunicarli di più:** si tratta dei **borghi** e i **parchi e aree naturali** per gli abitanti del Sud, a cui si aggiungono **castelli e fortezze** per gli abitanti delle altre regioni italiane.

Tra le diverse categorie di offerte si osserva che:

- San Giovanni Rotondo, San Nicola a Bari e il Duomo di Lecce sono i più conosciuti e visitati; spicca anche Monte Sant'Angelo solo in Puglia e nel Sud;
- Alberobello, Gallipoli, Lecce, Bari e Polignano sono le città d'arte più conosciute e visitate;
- i musei più conosciuti e visitati sono il Museo Archeologico Nazionale di Altamura e il Museo Archeologico Nazionale di Taranto; in Puglia sono più forti anche il Museo Diocesano di Bari, Castromediano di Lecce e la zona archeologica di Egnazia (Siponto poco conosciuta tra gli italiani e gli stessi pugliesi);
- Notte della Taranta, Festa di San Nicola di Bari e Carnevale di Putignano gli eventi e manifestazioni primi nel ranking;
- orecchiette, tarallucci, pane di Altamura e friselle, i piatti e prodotti gastronomici più associati alla Puglia.

Alta la propensione a visitare nei prossimi anni le mete artistico-culturali della Puglia: propensi il 76% dei turisti culturali appassionati.

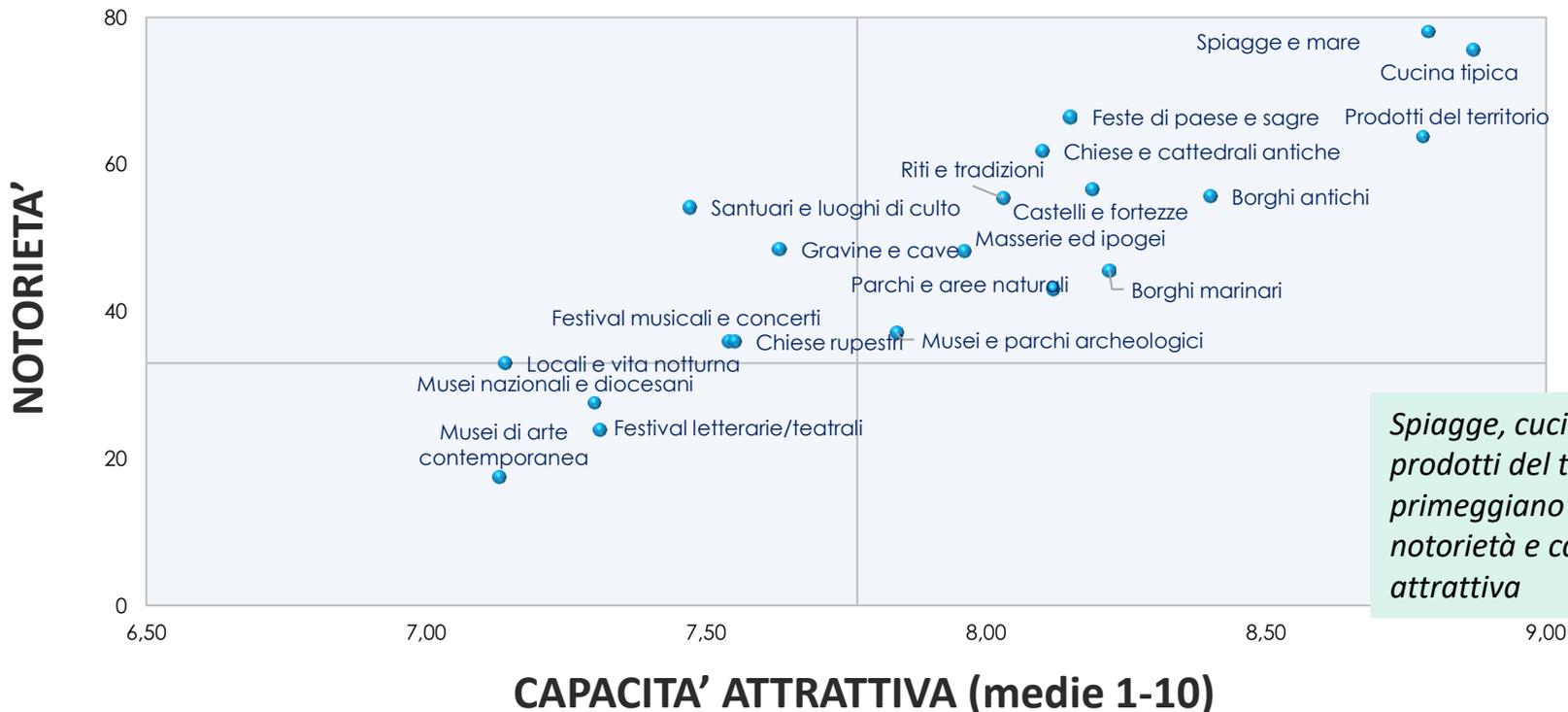


OFFERTE CULTURALI DELLA PUGLIA

Mapping notorietà verso capacità attrattiva



PUGLIA



Assi posizionati sulle medie calcolate sul complesso delle aree: notorietà (33%); capacità attrattiva (7,77)
BASE: abitanti Puglia o dichiarano di conoscerla anche dopo sollecitazione visiva (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=602; altre regioni italiane n=1028)

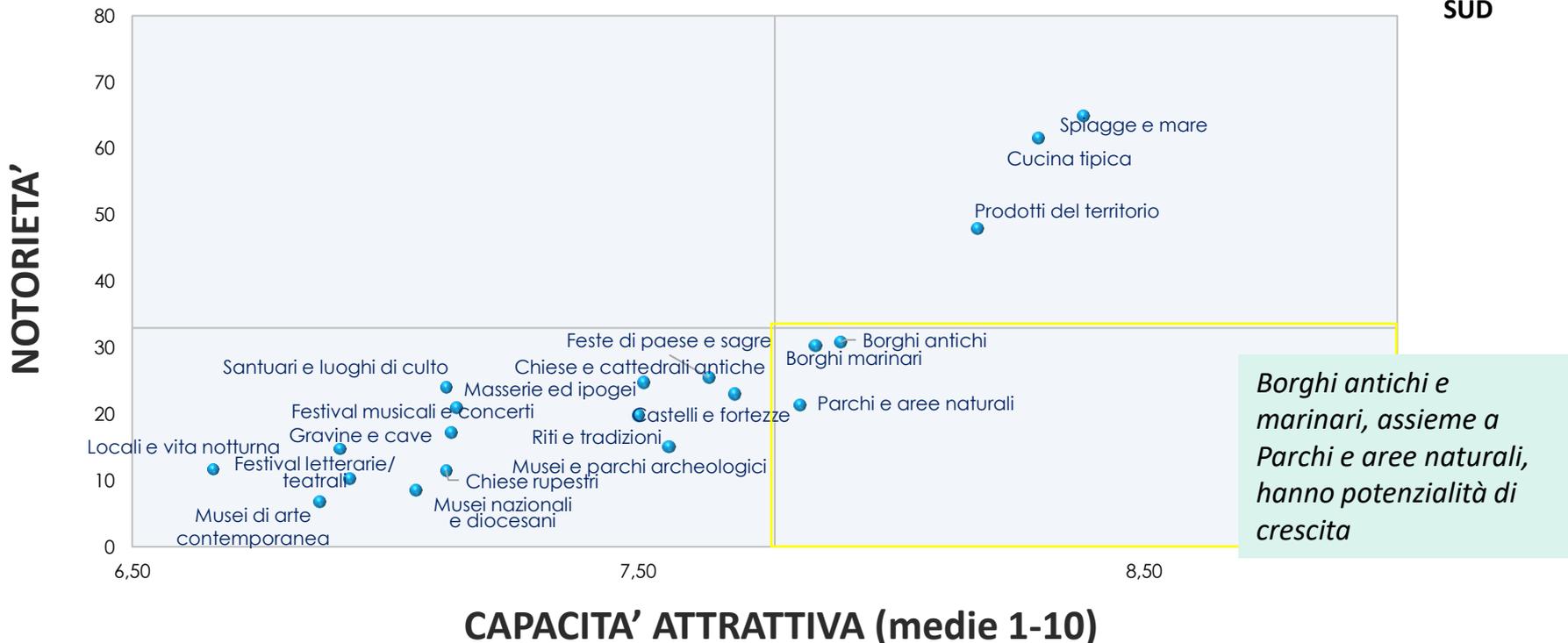


OFFERTE CULTURALI DELLA PUGLIA

Mapping notorietà verso capacità attrattiva



ALTRE REGIONI
SUD



Assi posizionati sulle medie calcolate sul complesso delle aree: notorietà (33%); capacità attrattiva (7,77)
BASE: abitanti Puglia o dichiarano di conoscerla anche dopo sollecitazione visiva (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=602; altre regioni italiane n=1028)

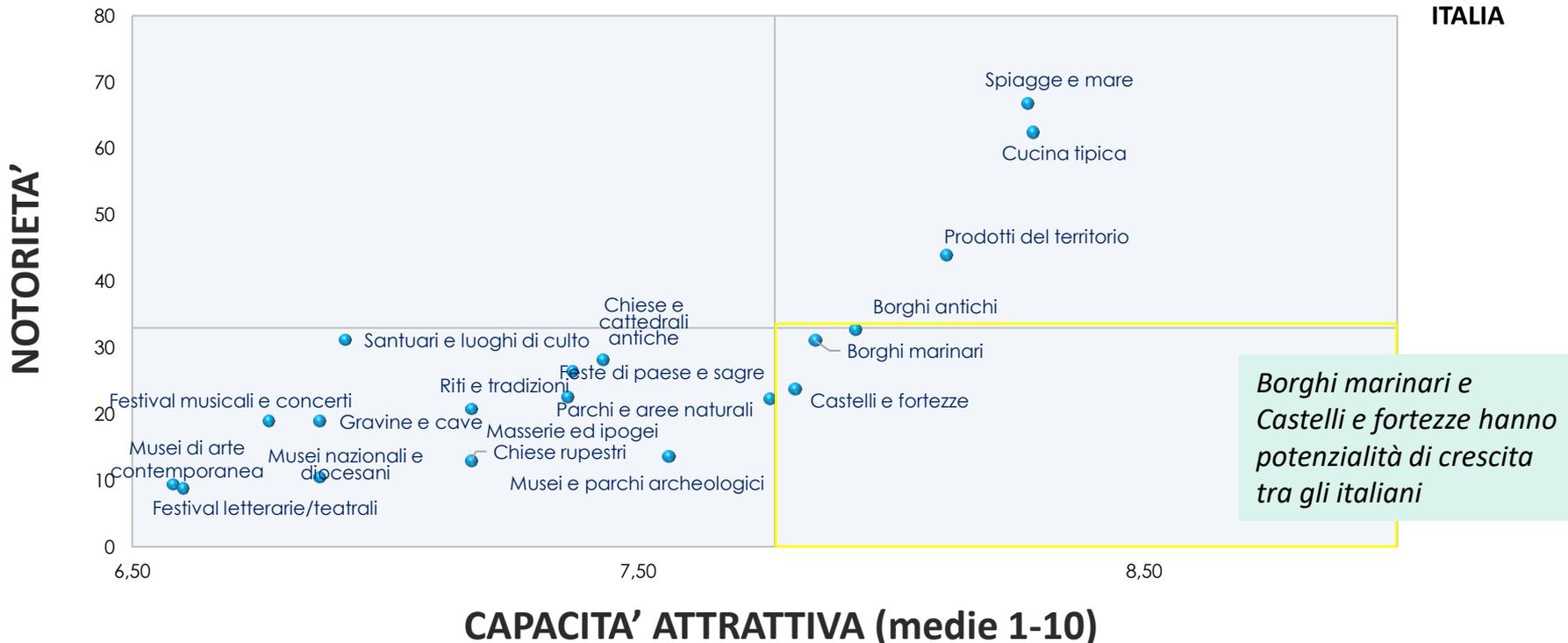


OFFERTE CULTURALI DELLA PUGLIA

Mapping notorietà verso capacità attrattiva



ALTRE REGIONI
ITALIA



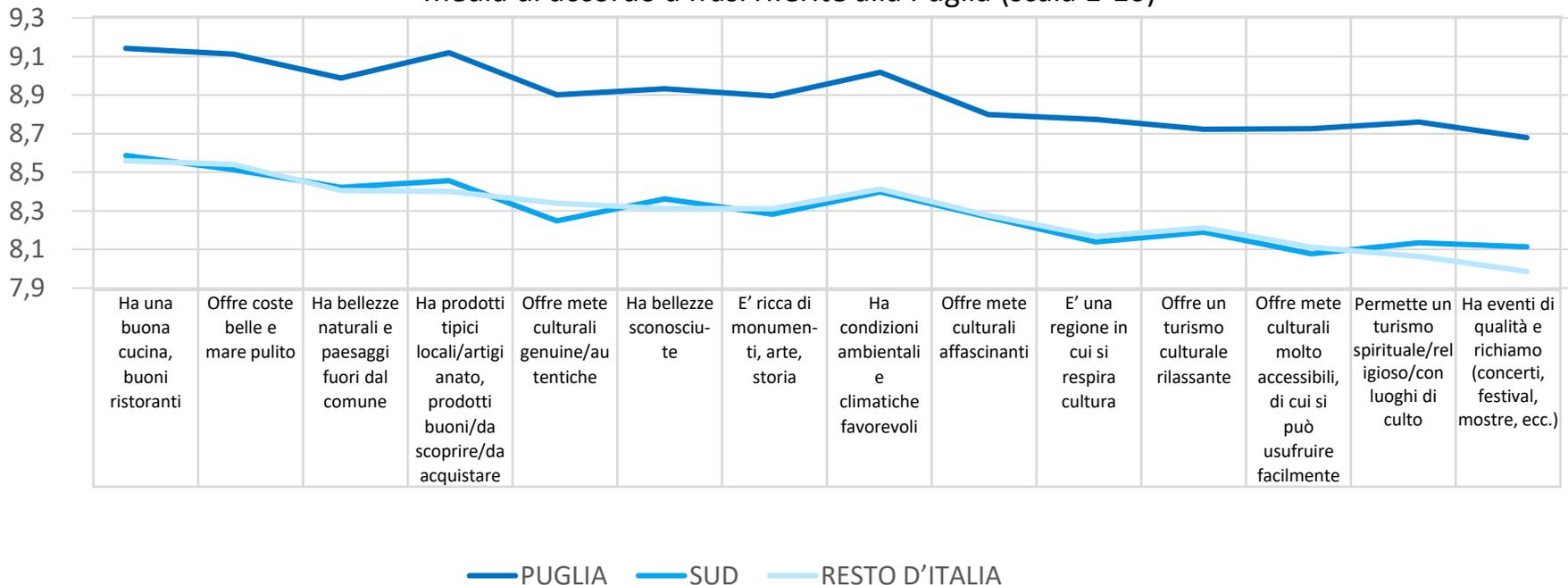
Assi posizionati sulle medie calcolate sul complesso delle aree: notorietà (33%); capacità attrattiva (7,77)
BASE: abitanti Puglia o dichiarano di conoscerla anche dopo sollecitazione visiva (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=602; altre regioni italiane n=1028)



IMMAGINE DELLA PUGLIA

La buona cucina e il mare prevalgono come elementi caratterizzanti; la qualità degli eventi e il turismo spirituale le associazioni più deboli

- media di accordo a frasi riferite alla Puglia (scala 1-10) -

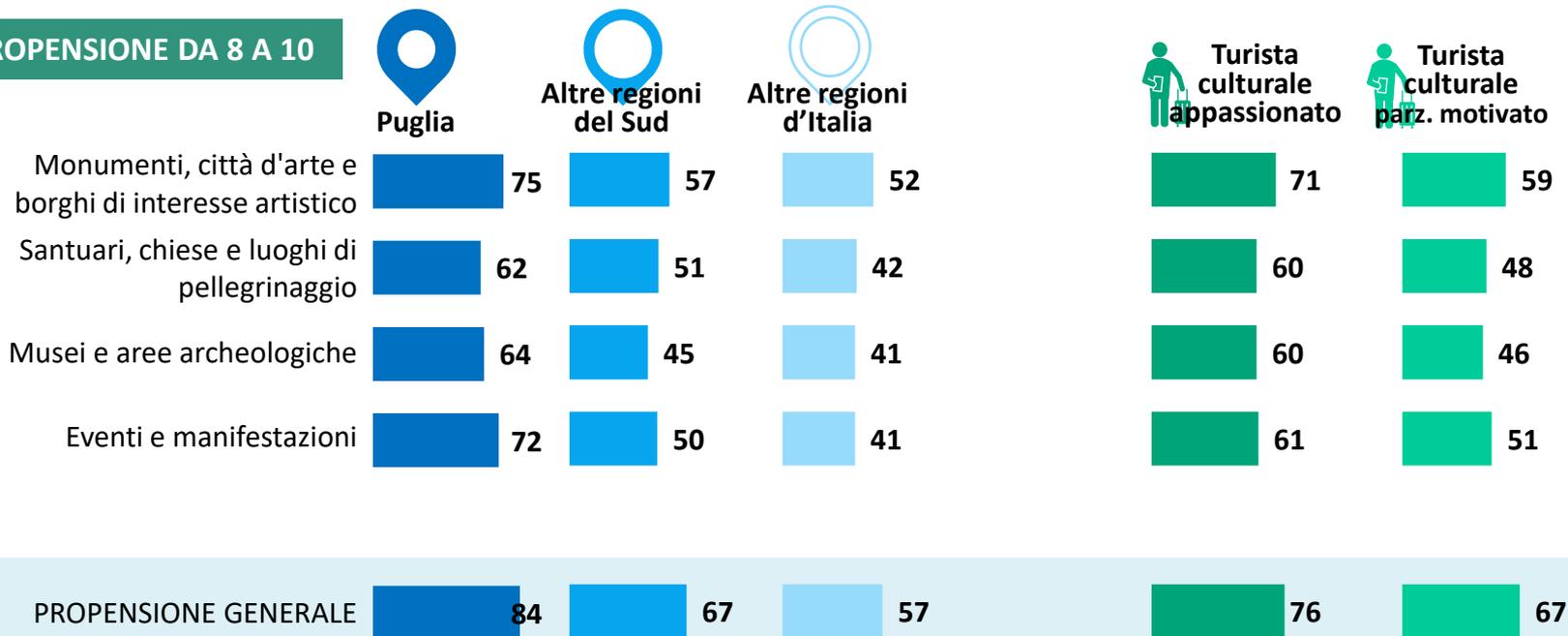


Ecco alcune frasi sulla Puglia riferite da altri intervistati. Quanto sei d'accordo con ciascuna affermazione su scala da 1 a 10, dove 1 indica che non sei affatto d'accordo e 10 che sei completamente d'accordo?
 BASE: abitanti Puglia o dichiarano di conoscerla anche dopo sollecitazione visiva (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=602; altre regioni italiane n=1028)

PROPENSIONE VERSO LA PUGLIA

Alta la propensione a visitare le diverse offerte artistico-culturali

% DI PROPENSIONE DA 8 A 10



Qual è la tua propensione a visitare XXX della Puglia nei prossimi 2-3 anni? Ti chiediamo di esprimere la tua propensione su scala da 1 a 10, dove 1 indica che non sei affatto propenso/a e 10 che sei assolutamente propenso/a.

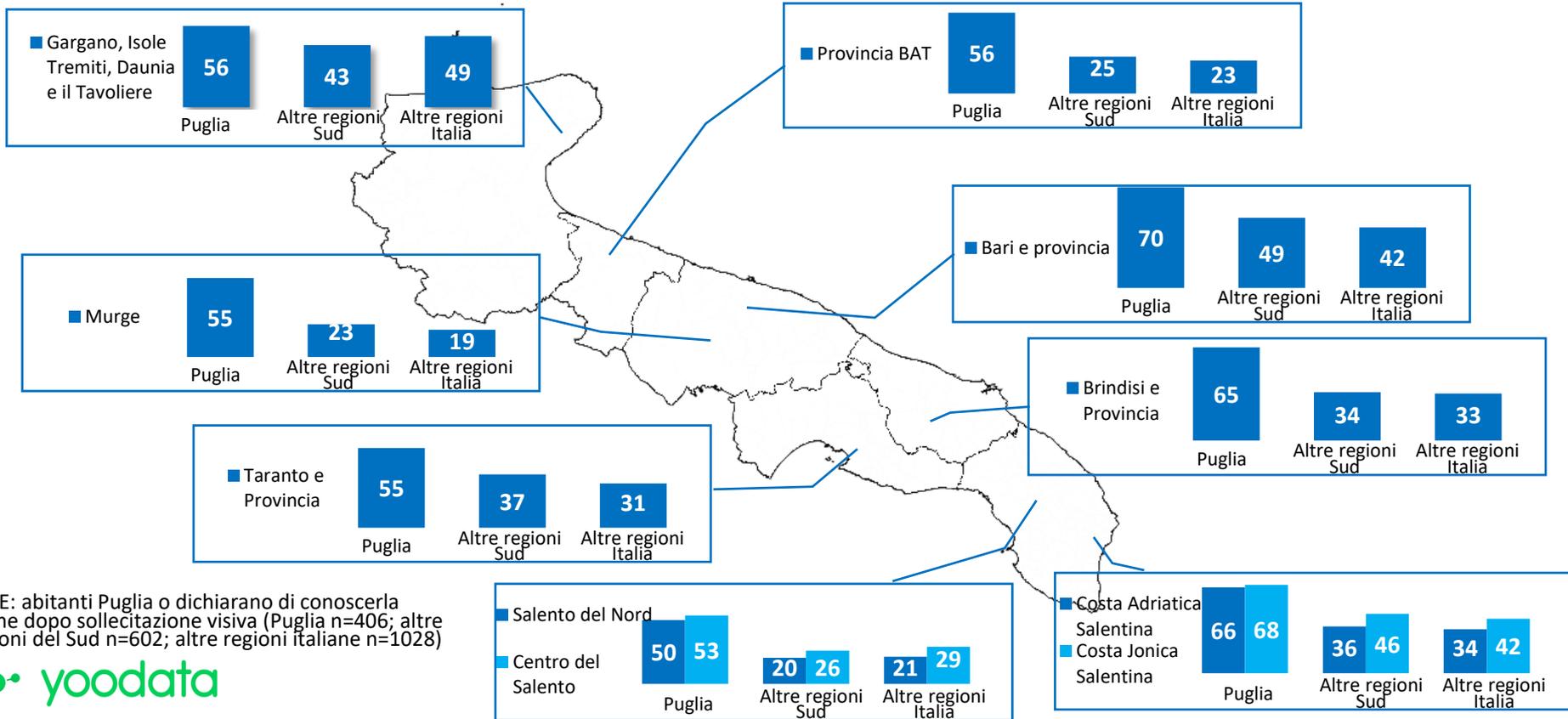
In definitiva qual è la tua propensione a visitare la Puglia, con riguardo alle sue mete artistico-culturali, ossia borghi, chiese e santuari, castelli, festival musicali e letterari, sagre e feste di paese?

BASE: totale campione (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=607; altre regioni italiane n=1040); turista culturale appassionato (n=626); turista culturale motivato (n=728)



CONOSCENZA AREE DELLA PUGLIA

L'area barese è la più conosciuta tra gli abitanti del Sud, il Gargano nel resto d'Italia

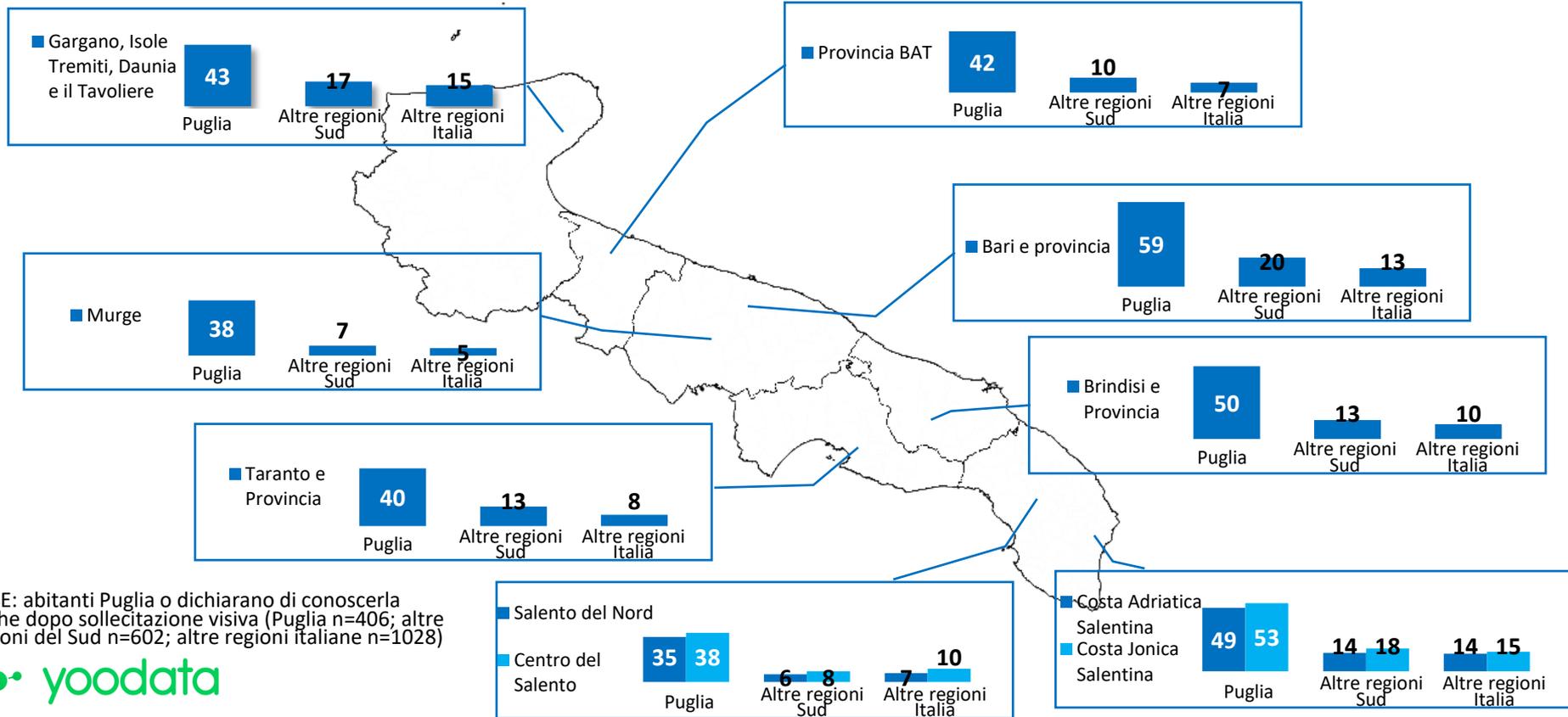


BASE: abitanti Puglia o dichiarano di conoscerla anche dopo sollecitazione visiva (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=602; altre regioni italiane n=1028)



HANNO VISITATO LE AREE DELLA PUGLIA

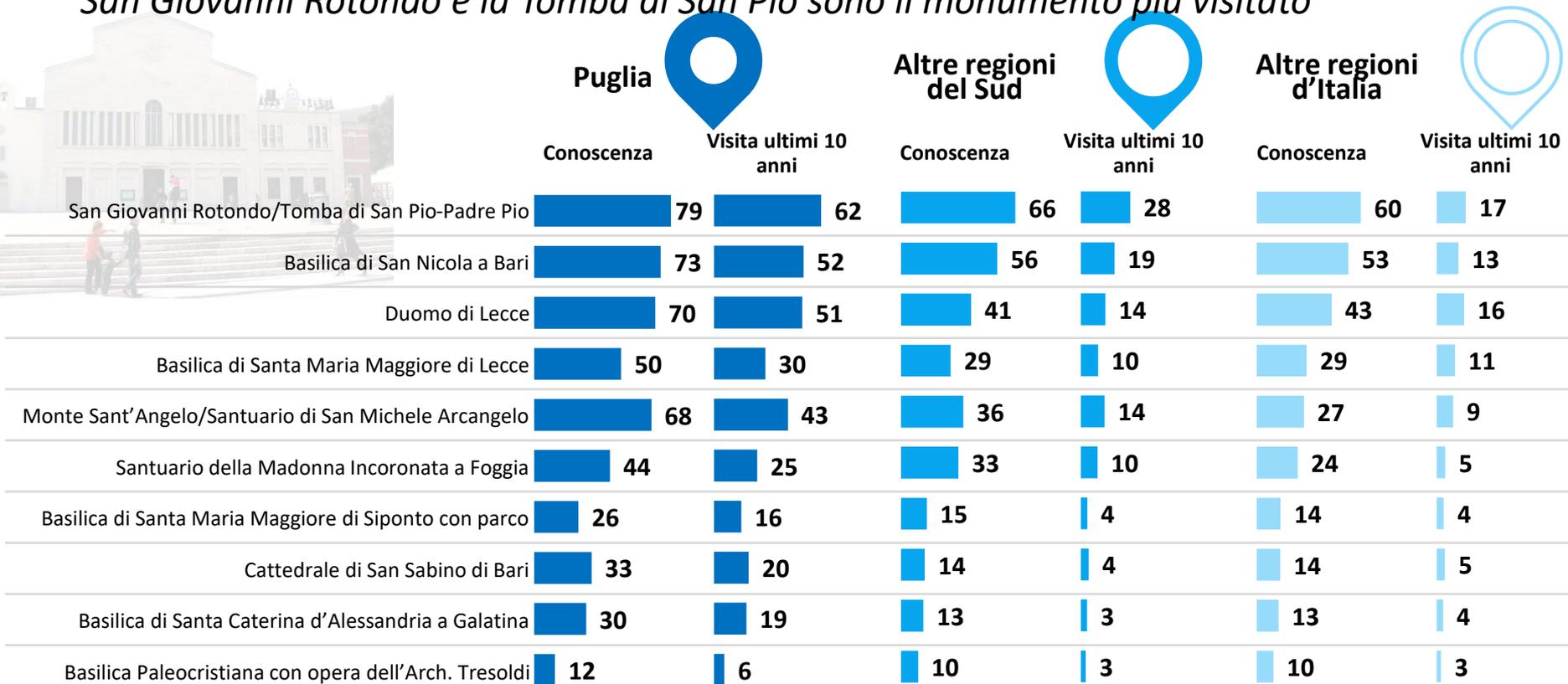
L'area barese, con il Gargano e il Salento, è la più visitata negli ultimi 10 anni



BASE: abitanti Puglia o dichiarano di conoscerla anche dopo sollecitazione visiva (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=602; altre regioni italiane n=1028)

SANTUARI, CHIESE E LUOGHI DI PELLEGRINAGGIO

San Giovanni Rotondo e la Tomba di San Pio sono il monumento più visitato

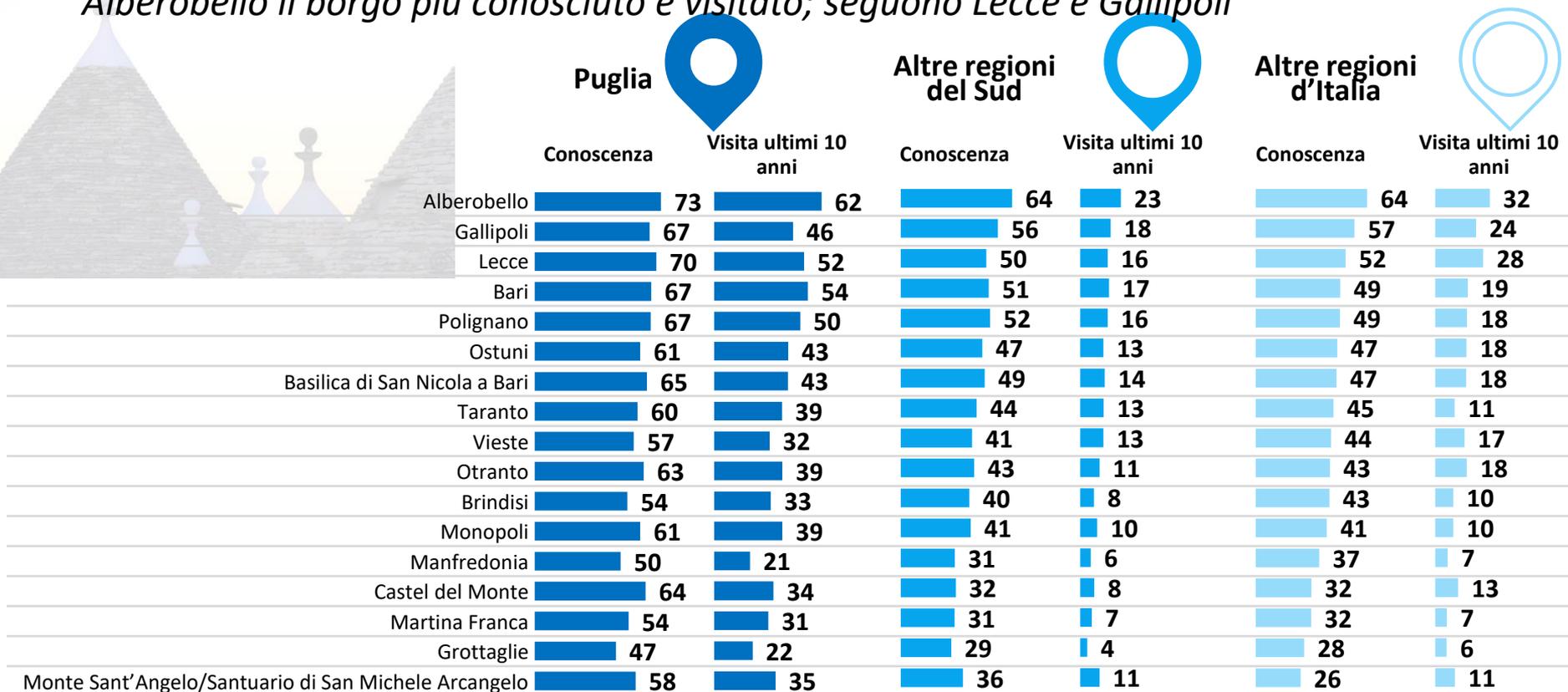


*Quali santuari, chiese e luoghi di pellegrinaggio della Puglia conosci, anche solo per sentito nominare?
Quali santuari, chiese e luoghi di pellegrinaggio della Puglia hai visitato negli ultimi 10 anni?*

BASE: abitanti Puglia o dichiarano di conoscerla anche dopo sollecitazione visiva (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=602; altre regioni italiane n=1028)

MONUMENTI, CITTÀ D'ARTE, PALAZZI, CASTELLI E BORGHI 1/2

Alberobello il borgo più conosciuto e visitato; seguono Lecce e Gallipoli

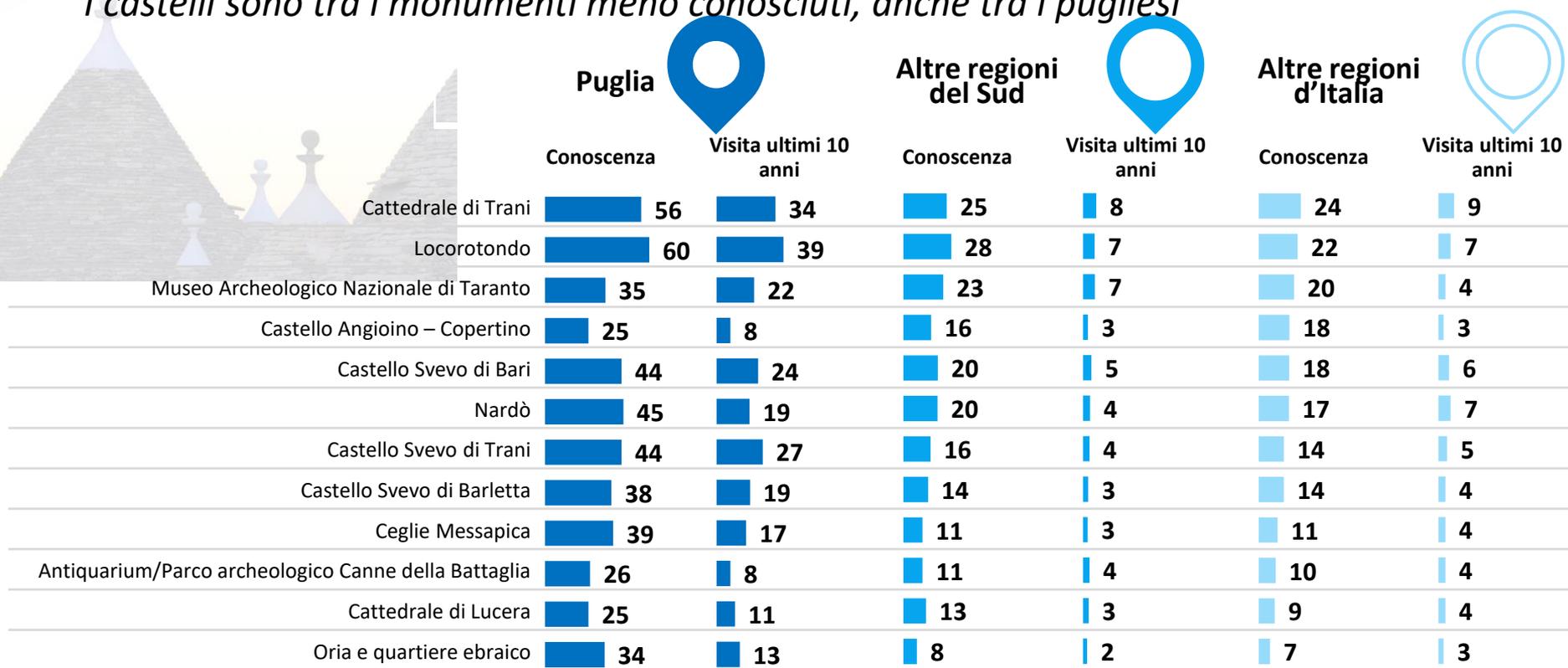


Quali monumenti, città d'arte, palazzi, castelli e borghi di interesse artistico della Puglia conosci anche solo per sentito nominare? Quali monumenti, città d'arte e borghi di interesse artistico della Puglia hai visitato negli ultimi 10 anni?

BASE: abitanti Puglia o dichiarano di conoscerla anche dopo sollecitazione visiva (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=602; altre regioni italiane n=1028)

MONUMENTI, CITTÀ D'ARTE, PALAZZI, CASTELLI E BORGHI 2/2

I castelli sono tra i monumenti meno conosciuti, anche tra i pugliesi





MUSEI E AREE ARCHEOLOGICHE

Il Museo di Altamura e Grotta Lamalunga sono i più conosciuti e visitati



Puglia



Altre regioni del Sud



Altre regioni d'Italia



Conoscenza

Visita ultimi 10 anni

Conoscenza

Visita ultimi 10 anni

Conoscenza

Visita ultimi 10 anni

Museo Nazionale Archeologico di Altamura

27 11

23 6

25 4

L'Uomo di Altamura della Grotta di Lamalunga

26 12

19 5

19 3

Museo Nazionale Archeologico di Gioia del Colle

18 9

16 3

17 4

Museo Diocesano di Bari

29 14

22 7

17 4

Museo Archeologico Nazionale di Canosa

16 6

18 4

16 3

Museo Nazionale Archeologico di Manfredonia

17 9

16 4

16 3

Museo Archeologico di Santa Scolastica di Bari

22 10

16 5

15 3

Museo Nicolaiano di Bari

20 11

19 5

15 4

Museo di arte contemporanea Pino Pascali a Polignano

17 8

15 5

13 4

Parco archeologico di Siponto

19 10

12 3

12 2

Museo Ebraico di Lecce

23 10

15 4

12 3

Museo Sigismondo Castromediano di Lecce

28 17

14 3

11 3

Museo Archeologico Nazionale e zona archeologica di Egnazia

29 12

12 3

11 3

Museo Diocesano di Bitonto

14 6

10 3

10 2

Pinacoteca De Nittis di Barletta

22 10

10 2

10 2

Area Archeologica S. Pietro degli Schiavoni

10 3

10 2

9 2

Museo del Confetto Mucci di Andria

20 9

10 3

8 2

Museo Nazionale Archeologico Jatta

15 8

10 2

7 2

Quali musei e aree archeologiche della Puglia conosci anche solo per sentito nominare?

Quali musei e aree archeologiche della Puglia hai visitato negli ultimi 10 anni?

BASE: abitanti Puglia o dichiarano di conoscerla anche dopo sollecitazione visiva (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=602; altre regioni italiane n=1028)



EVENTI E MANIFESTAZIONI 1/2

Notte della Taranta, Festa di San Nicola a Bari e Carnevale di Putignano primeggiano



	Puglia		Altre regioni del Sud		Altre regioni d'Italia	
	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni
Notte della Taranta	69	27	47	8	45	7
Festa di San Nicola di Bari	63	27	41	6	36	4
Carnevale di Putignano	66	28	46	9	33	3
La Disfida Di Barletta	45	13	25	3	25	3
Carnevale di Gallipoli	34	16	26	5	21	3
Radionorba Battiti Live	66	39	24	4	17	3
Cortei e rievocazioni storiche	28	13	11	3	12	2
Red Bull Cliff Diving di Polignano	25	10	11	2	10	2
Carnevale di Massafra	27	11	12	2	9	2
Festival della Valle D'Itria	36	11	10	1	8	1
Mercatino del gusto di Maglie	20	11	8	2	7	2
Palio del Viccio di Palo del Colle	11	4	6	1	7	1
Il Libro Possibile di Polignano e Vieste	17	9	7	1	7	1
Federicus (corteo storico di Federico II)	27	14	10	2	7	1
Notte delle Luci di Scorrano	26	13	10	2	6	1
Torneo dei Rioni di Oria	21	7	7	1	6	1
Le tavole di San Giuseppe	16	7	7	1	6	0

Quali eventi e manifestazioni della Puglia conosci?

A quali eventi e manifestazioni della Puglia hai partecipato negli ultimi 10 anni?

BASE: abitanti Puglia o dichiarano di conoscerla anche dopo sollecitazione visiva (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=602; altre regioni italiane n=1028)

EVENTI E MANIFESTAZIONI 2/2

La Focara di Novoli è nota quasi solo in Puglia



Quali eventi e manifestazioni della Puglia conosci?

A quali eventi e manifestazioni della Puglia hai partecipato negli ultimi 10 anni?

BASE: abitanti Puglia o dichiarano di conoscerla anche dopo sollecitazione visiva (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=602; altre regioni italiane n=1028)

PIATTI E PRODOTTI GASTRONOMICI



Puglia



Altre regioni
del Sud



Altre regioni
d'Italia



Conoscenza

Assaggio Acquisto

Assaggio Acquisto

Assaggio Acquisto

	Conoscenza	Assaggio	Acquisto		Assaggio	Acquisto		Assaggio	Acquisto
Orecchiette alle cime di rapa	83	75	41	75	64	27	75	59	25
Orecchiette	82	78	69	64	49	47	68	53	48
Taralli/tarallucci	74	68	60	59	48	43	63	54	46
Pane di Altamura	77	67	62	64	51	42	60	43	34
Friselle	75	70	61	49	36	29	55	40	30
Olio	73	68	56	50	38	30	54	39	30
Riso patate e cozze	81	70	36	42	25	8	46	25	8
Focaccia barese	76	69	64	47	33	23	42	29	18
Vino Negroamaro	68	52	43	38	25	19	41	26	22
Vino Primitivo	70	58	51	40	28	22	37	25	22
Cozze tarantine	67	57	44	38	24	11	37	21	9
Burrata di Andria	54	45	38	37	23	20	36	22	14
Puccia salentina	70	61	50	32	22	17	32	20	14
Mozzarella di Gioia del Colle	62	52	43	30	19	15	30	18	12
Pasticciotto leccese	74	69	63	34	26	19	30	19	15
Nero di Troia	57	41	33	33	20	15	28	15	12
Spaghetti all'assassina	49	33	19	19	10	5	26	10	4
Crudo di mare barese	56	41	30	22	12	6	21	9	5
Salice Salentino	52	36	25	17	9	7	18	8	4
Cozze arraganate	55	45	23	24	12	5	17	8	4
Ciceri e tria	43	31	16	10	5	3	16	7	3
Caffè leccese	54	47	38	14	9	7	15	8	5
Pomodoro fiaschetto Torre Guaceto	30	20	15	14	6	4	14	4	2
Pane di Laterza	41	35	29	12	6	5	10	4	3
Zampina	41	35	27	9	4	4	8	4	3
							7		

Quali piatti e prodotti gastronomici della Puglia conosci?

Quali piatti e prodotti gastronomici della Puglia hai assaggiato?

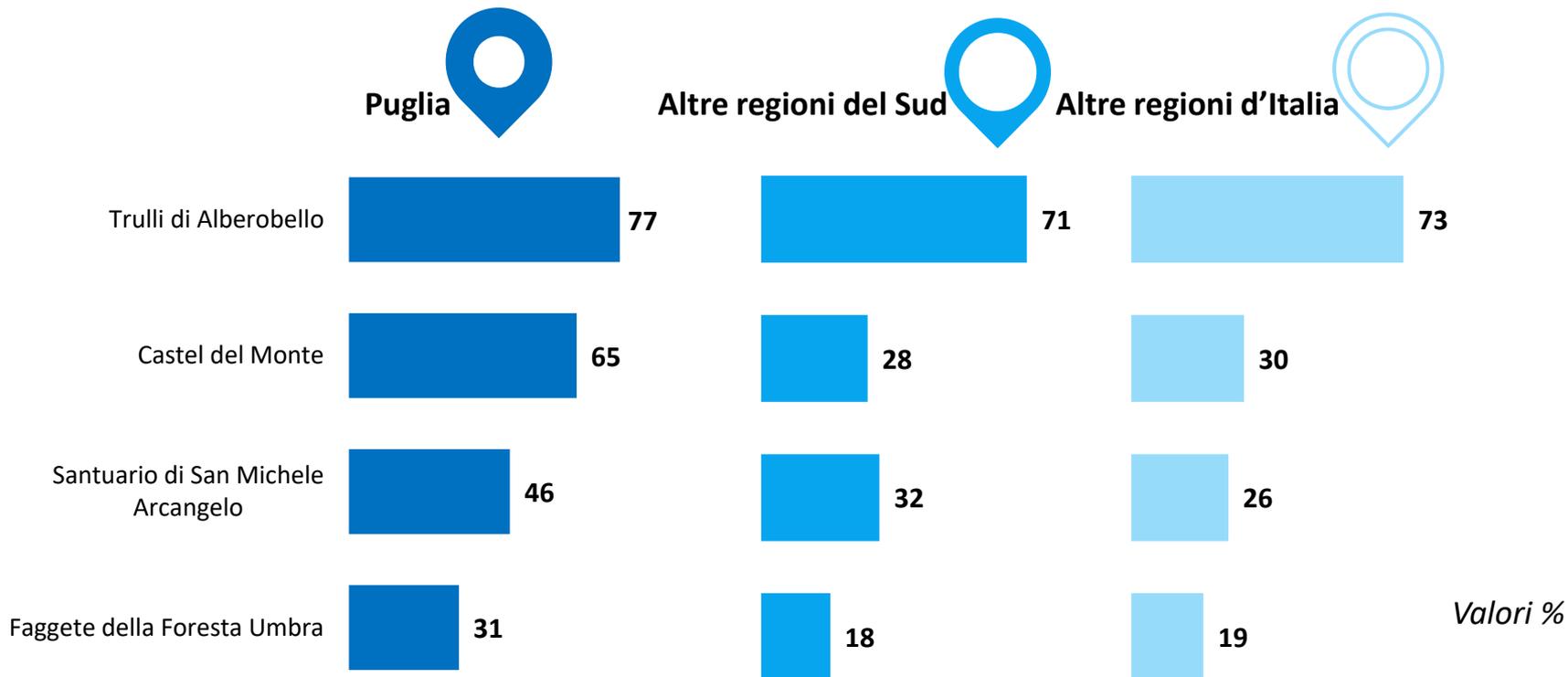
Quali piatti e prodotti gastronomici della Puglia ti è capitato di acquistare?

BASE: abitanti Puglia o dichiarano di conoscerla anche dopo sollecitazione visiva (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=602; altre regioni italiane n=1028)

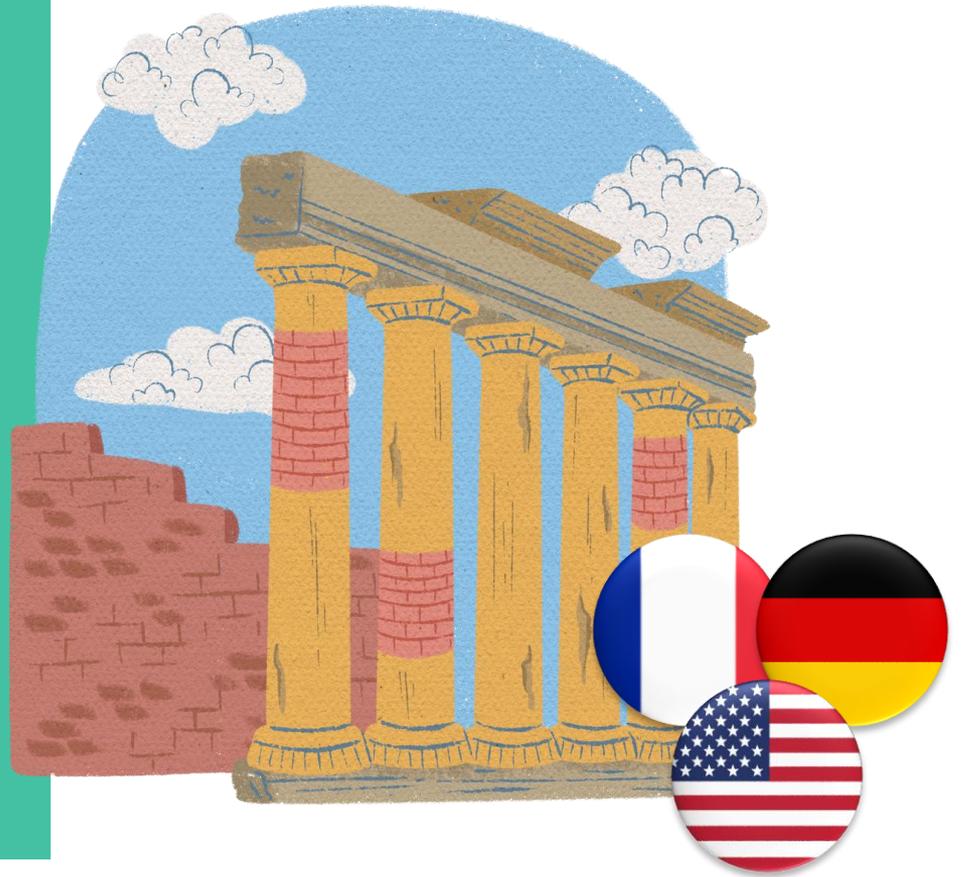


SITI UNESCO

La maggioranza associa i siti Unesco solo ad Alberobello



IL SUD ITALIA TRA I TURISTI STRANIERI





IL SUD ITALIA TRA I TURISTI STRANIERI

I turisti stranieri hanno una visione del Sud Italia più ricca e articolata degli intervistati italiani: è soprattutto **cucina**, quindi **mare** e **qualità della vita**; i francesi aggiungono **borghi**, **monumenti** e città d'arte, i tedeschi aggiungono i **divertimenti**, gli statunitensi i **musei**.

La Puglia è la terza regione del Sud Italia più conosciuta tra i francesi e la quarta tra i tedeschi; negli Stati Uniti sia la conoscenza che la quota di visita risultano particolarmente penalizzanti, nel confronto con le altre regioni (è penultima, prima del Molise).

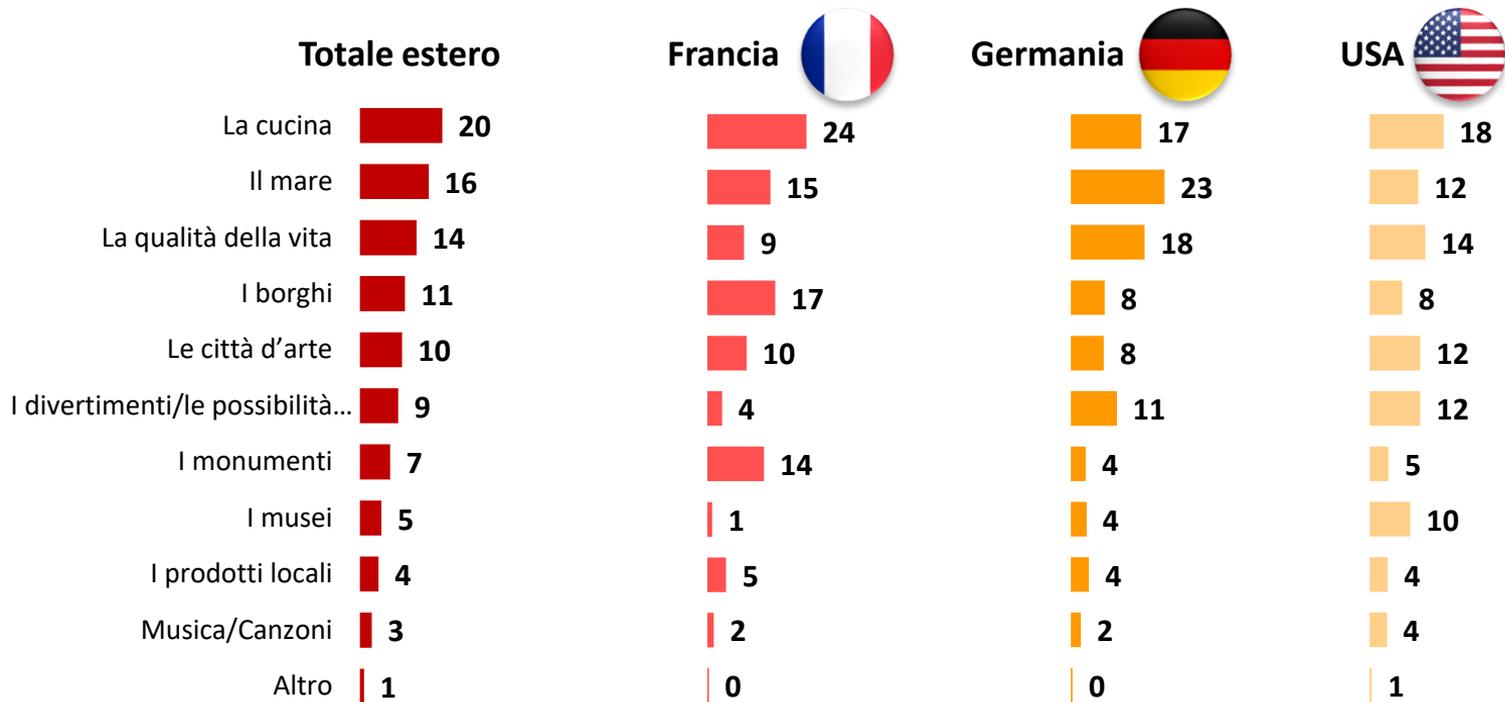
I monumenti e le località d'arte pugliesi sembrano più conosciuti della regione stessa:

- Pompei è la città d'arte più conosciuta anche tra i turisti stranieri, seguita da Amalfi
- subito dopo si evidenziano la **Basilica di San Nicola a Bari** e **Castel del Monte**, che sono il terzo e quarto monumento/città d'arte più conosciuti del Sud
- **Alberobello è decisamente meno conosciuta**, sale la notorietà solo tra gli statunitensi.



ASSOCIAZIONI AL SUD ITALIA

Il Sud Italia è prima di tutto buona cucina tra i turisti stranieri



Valori %



REGIONI DEL SUD ITALIA

La Puglia è la terza regione del Sud per conoscenza e visita tra i francesi



FRANCIA



Valori %

Ecco le regioni del Sud Italia. Quali conosci anche solo per sentito nominare?

E quali regioni del Sud Italia ti è capitato di visitare almeno una volta?

Quali delle seguenti regioni hai visitato negli ultimi 10 anni?

BASE: totale campione Francia (n=500)

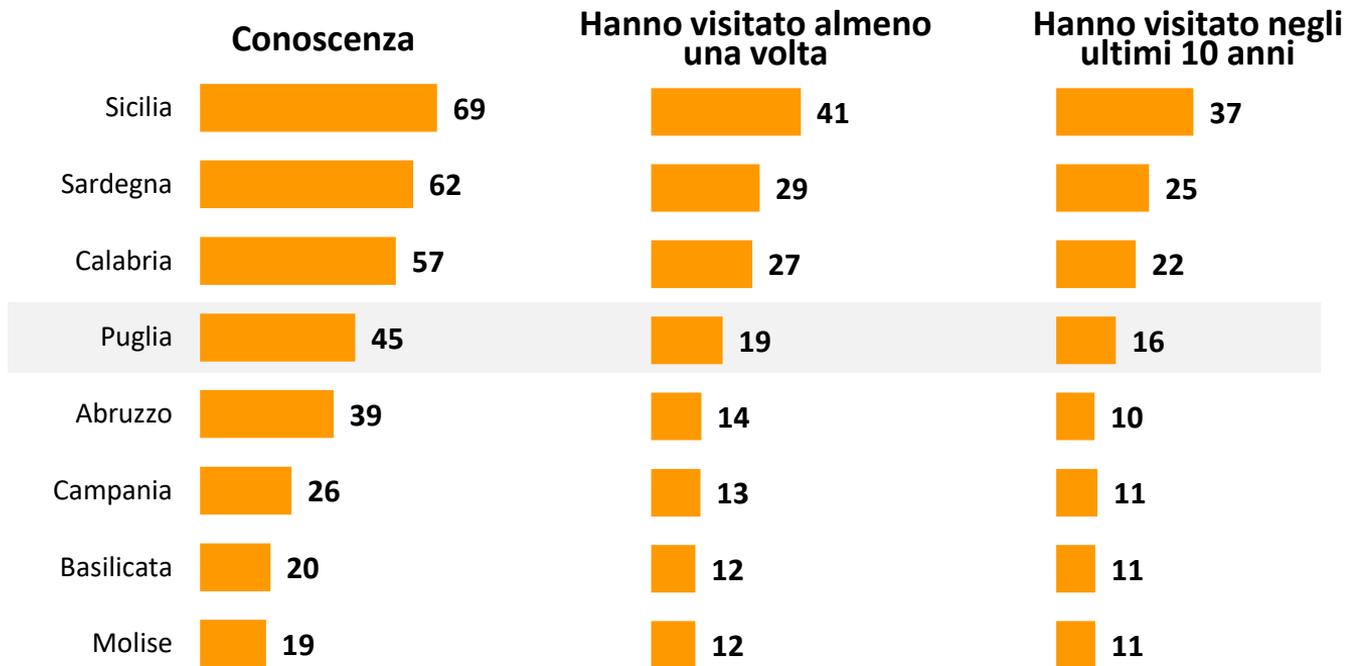


REGIONI DEL SUD ITALIA

La Puglia è la quarta regione del Sud per conoscenza e visita tra i tedeschi



GERMANIA



Valori %

Ecco le regioni del Sud Italia. Quali conosci anche solo per sentito nominare?

E quali regioni del Sud Italia ti è capitato di visitare almeno una volta?

Quali delle seguenti regioni hai visitato negli ultimi 10 anni?

BASE: totale campione Germania (n=500)



REGIONI DEL SUD ITALIA

La Puglia mostra ampi margini di crescita tra i turisti statunitensi



USA



Valori %

Ecco le regioni del Sud Italia. Quali conosci anche solo per sentito nominare?

E quali regioni del Sud Italia ti è capitato di visitare almeno una volta?

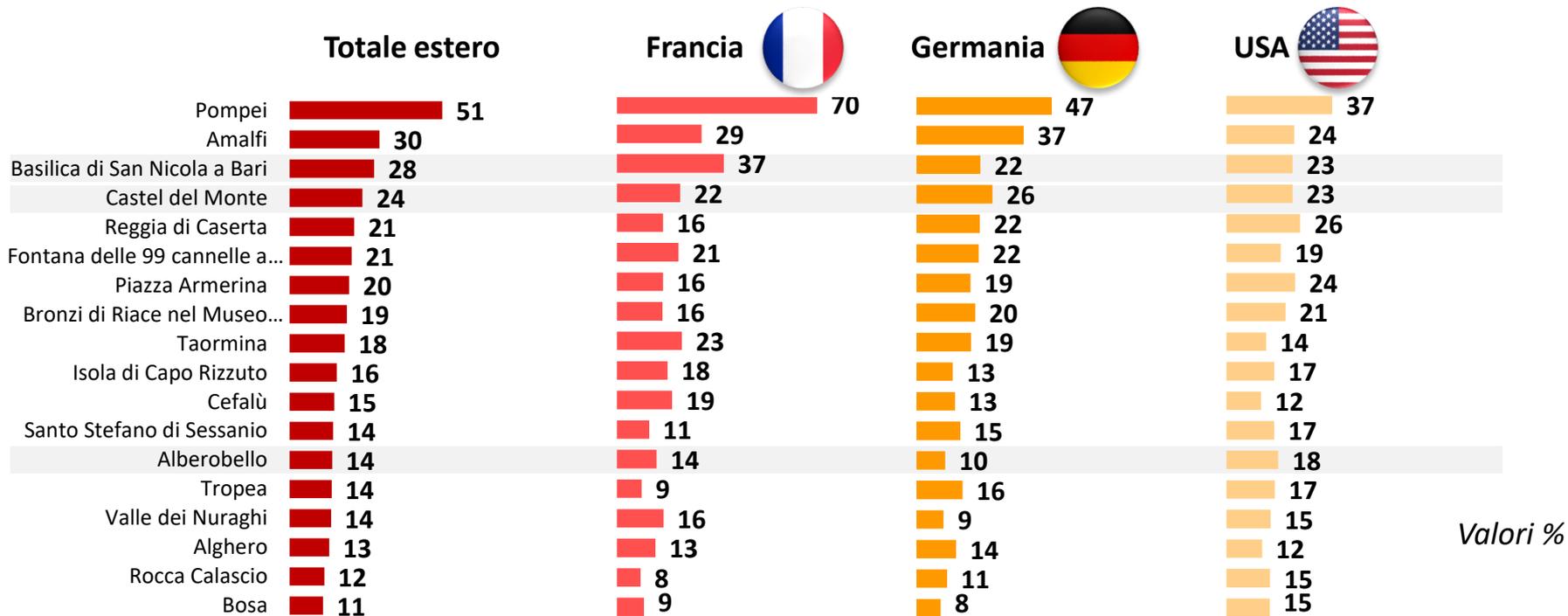
Quali delle seguenti regioni hai visitato negli ultimi 10 anni?

BASE: totale campione USA (n=565)



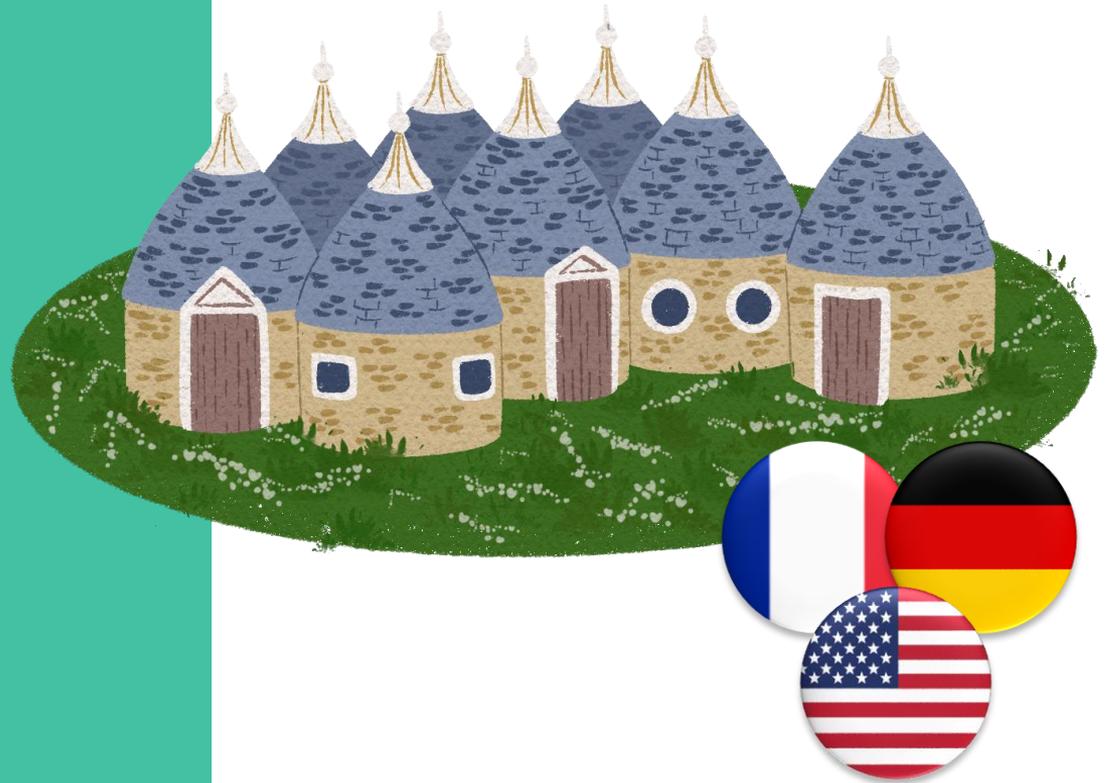
CONOSCENZA BENI DEL SUD ITALIA

I monumenti pugliesi sono tra i più conosciuti, bassa però la notorietà di Alberobello



Valori %

LA PUGLIA TRA I TURISTI STRANIERI



●●● LA PUGLIA TRA I TURISTI STRANIERI

Fra i turisti stranieri che conoscono la Puglia, si osserva una **conoscenza articolata delle diverse offerte artistico-culturali pugliesi, abbastanza diversa tra le tre nazioni: borghi e chiese molto conosciuti e ad alta attrattività tra i francesi** (ma sarebbe un'opportunità accrescere la notorietà di castelli, parchi e riti e tradizioni, che si caratterizzano per l'alta capacità attrattiva); **si aggiungono castelli e gravine per i tedeschi** (e sarebbe un'opportunità aumentare la notorietà di chiese rupestri e parchi e aree naturali). **Tra gli statunitensi** sono più conosciuti e giudicati attrattivi i borghi, chiese e cattedrali, **feste di paese e festival musicali**, mentre sarebbe un'opportunità accrescere la notorietà di castelli e parchi. Tra le diverse categorie di offerte si osserva che:

- San Nicola e San Sabino a Bari i più conosciuti e visitati, seguono Siponto e il Duomo di Lecce;
- Bari, Castel del Monte e Lecce sono le città d'arte più conosciute e visitate, si conferma la più bassa notorietà di Alberobello;
- i musei più conosciuti e visitati sono tutti i tre musei di Bari (Nicolaiano, Santa Scolastica e Diocesano) assieme al Museo Archeologico Nazionale di Taranto; segue il Museo Pino Pascali di Polignano, noto soprattutto negli USA;
- Festa di San Nicola di Bari e Carnevale di Gallipoli gli eventi e manifestazioni primi nel ranking;
- **ricchi anche la conoscenza e l'acquisto dei prodotti:** spaghetti all'assassina, riso patate e cozze e focaccia barese i piatti e prodotti gastronomici più associati alla Puglia; si evidenziano anche l'olio tra francesi e tedeschi, il caffè leccese e la mozzarella tra i francesi, il vino primitivo tra i tedeschi, le orecchiette tra gli statunitensi.

Alta la propensione a visitare nei prossimi anni le mete artistico-culturali pugliesi, soprattutto tra i turisti statunitensi.

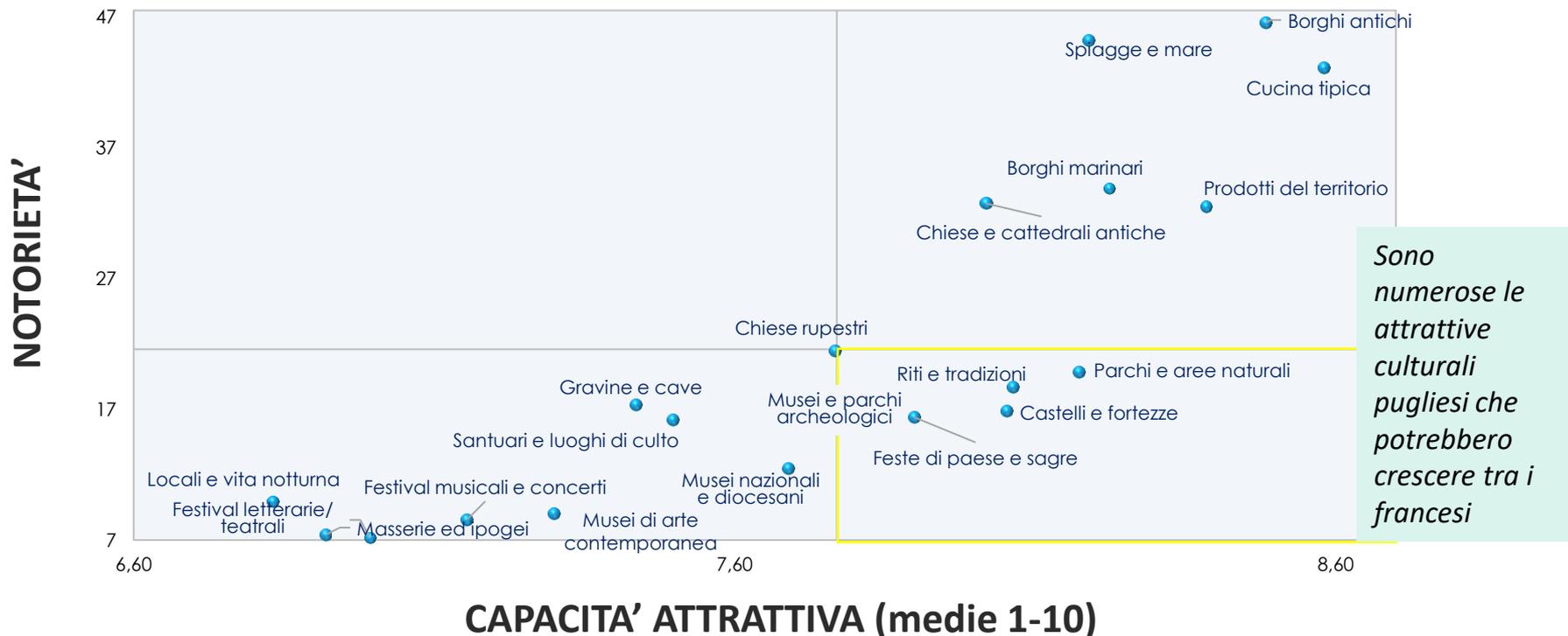


OFFERTE CULTURALI DELLA PUGLIA

Mapping notorietà verso capacità attrattiva



FRANCIA



Assi posizionati sulle medie calcolate per la Francia: notorietà (21%); capacità attrattiva (7,77)
BASE: dichiarano di conoscere la Puglia anche dopo sollecitazione visiva (Francia n=434; Germania n=433; USA n=461)

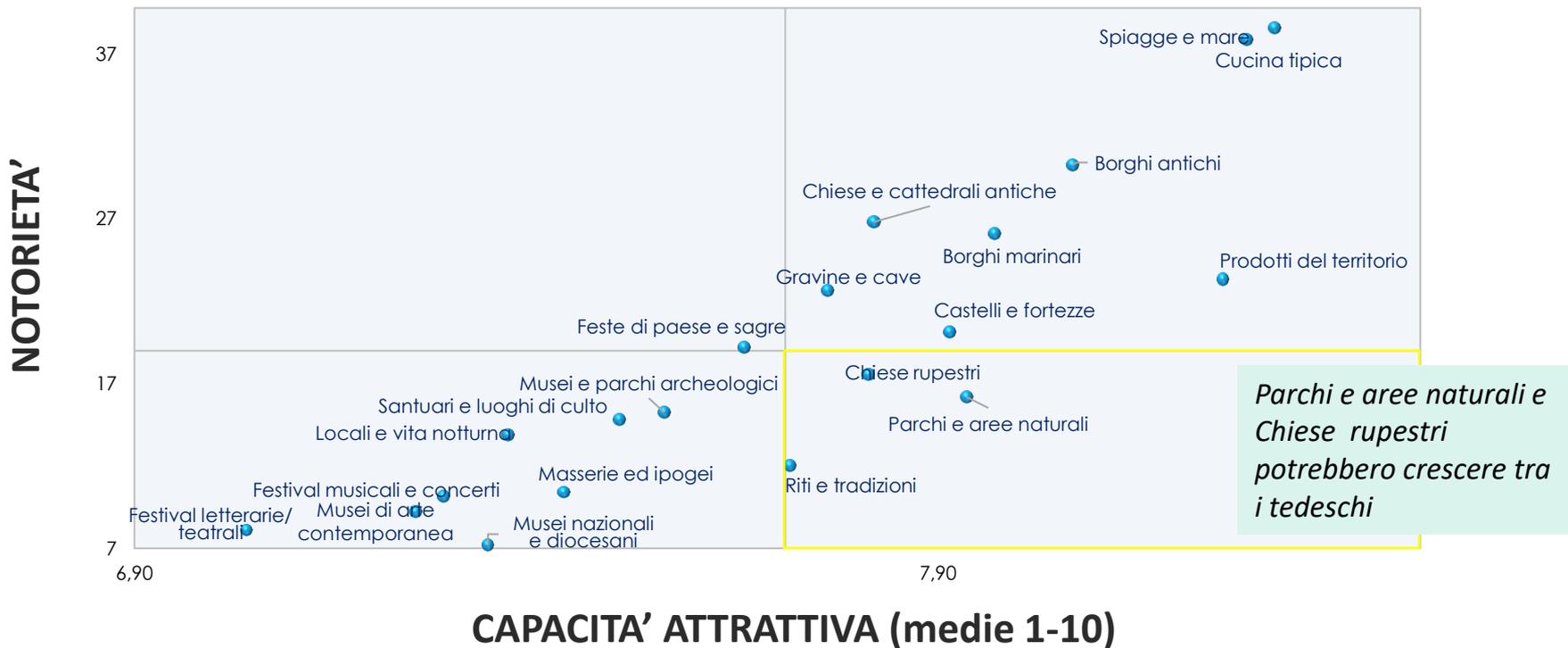


OFFERTE CULTURALI DELLA PUGLIA

Mapping notorietà verso capacità attrattiva



GERMANIA



Assi posizionati sulle medie calcolate per la Germania: notorietà (19%); capacità attrattiva (7,71)
BASE: dichiarano di conoscere la Puglia anche dopo sollecitazione visiva (Francia n=434; Germania n=433; USA n=461)

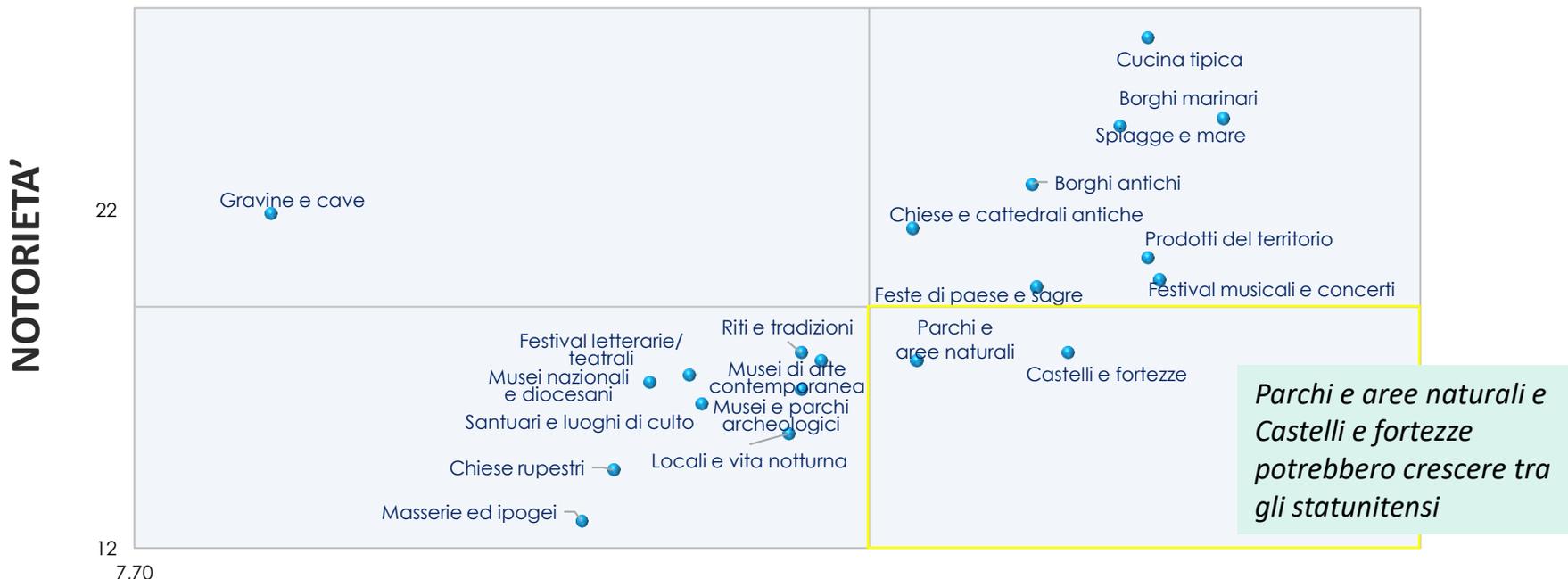


OFFERTE CULTURALI DELLA PUGLIA

Mapping notorietà verso capacità attrattiva



USA



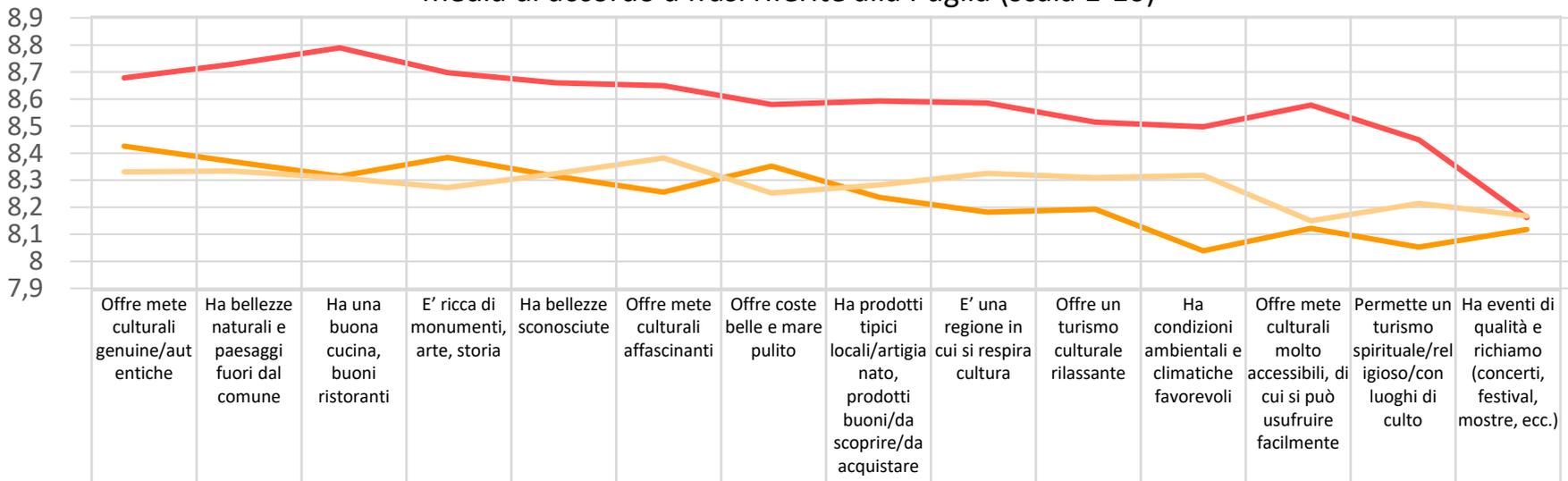
Assi posizionati sulle medie calcolate per la Germania: notorietà (19%); capacità attrattiva (8,1)
BASE: dichiarano di conoscere la Puglia anche dopo sollecitazione visiva (Francia n=434; Germania n=433; USA n=461)



IMMAGINE DELLA PUGLIA

Maggiore convinzione verso l'offerta culturale pugliese tra i turisti stranieri, soprattutto i francesi; tutti riconoscono autenticità, ricchezza e fascino

- media di accordo a frasi riferite alla Puglia (scala 1-10) -



— FRANCIA — GERMANIA — USA

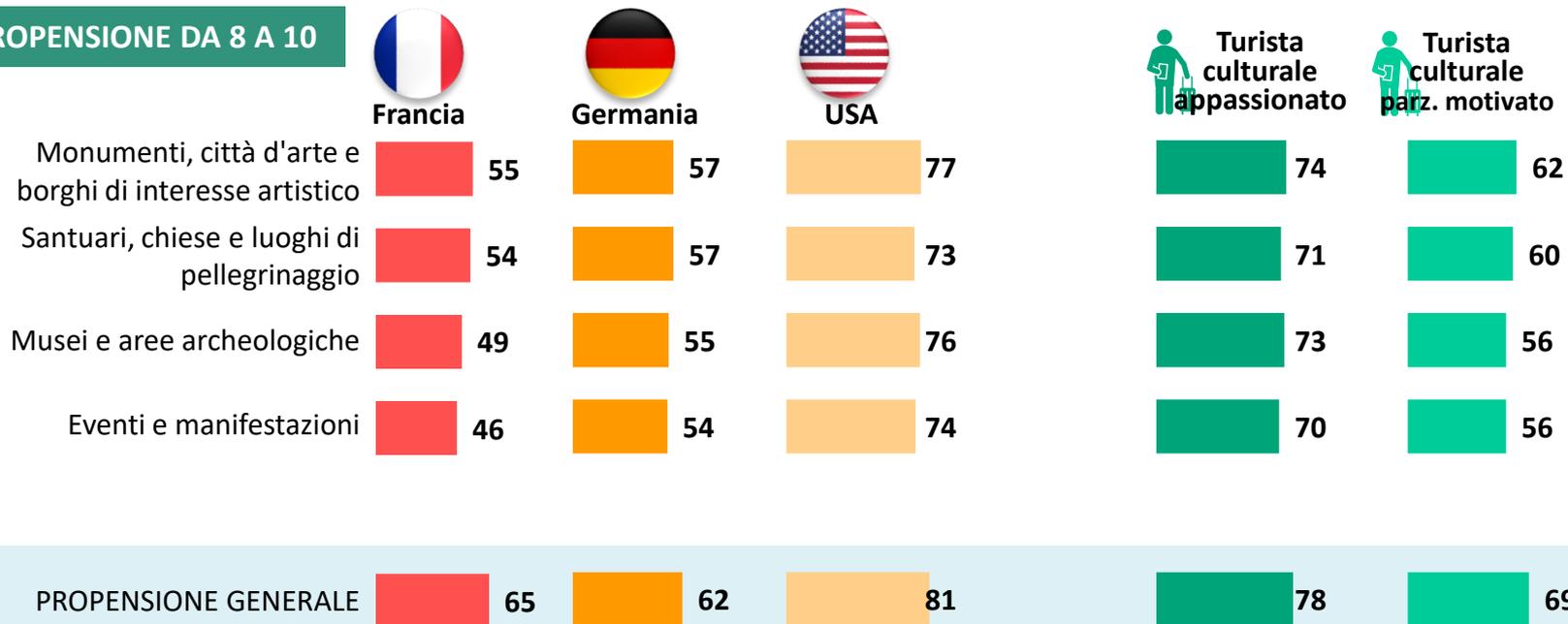
Ecco alcune frasi sulla Puglia riferite da altri intervistati. Quanto sei d'accordo con ciascuna affermazione su scala da 1 a 10, dove 1 indica che non sei affatto d'accordo e 10 che sei completamente d'accordo?

BASE: dichiarano di conoscere la Puglia anche dopo sollecitazione visiva (Francia n=434; Germania n=433; USA n=461)

PROPENSIONE VERSO LA PUGLIA

Decisamente alta la propensione dei turisti statunitensi

% DI PROPENSIONE DA 8 A 10



Qual è la tua propensione a visitare XXX della Puglia nei prossimi 2-3 anni? Ti chiediamo di esprimere la tua propensione su scala da 1 a 10, dove 1 indica che non sei affatto propenso/a e 10 che sei assolutamente propenso/a.

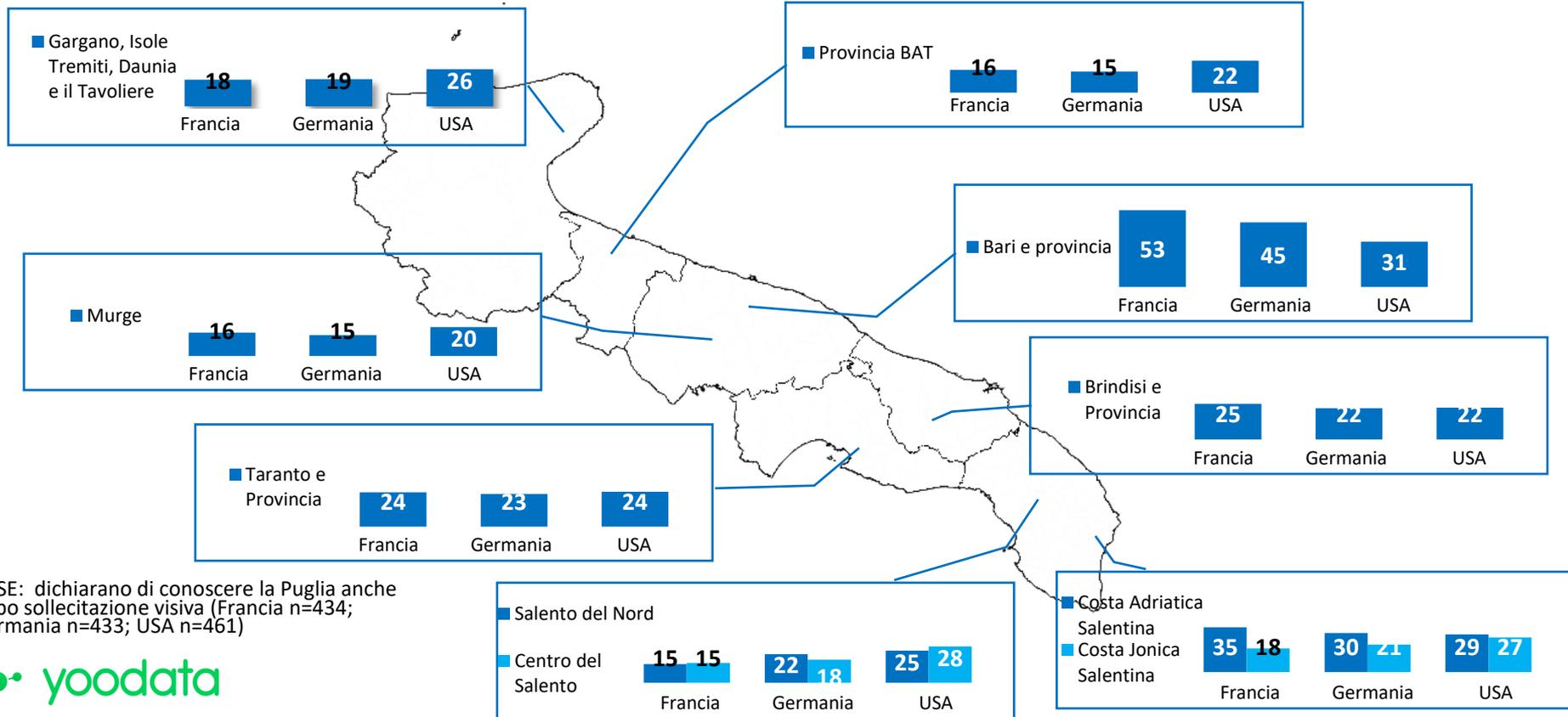
In definitiva qual è la tua propensione a visitare la Puglia, con riguardo alle sue mete artistico-culturali, ossia borghi, chiese e santuari, castelli, festival musicali e letterari, sagre e feste di paese?

BASE: dichiarano di conoscere la Puglia anche dopo sollecitazione visiva (Francia n=434; Germania n=433; USA n=461; turista culturale appassionato n=521; turista culturale motivato n=479)



CONOSCENZA AREE DELLA PUGLIA

Bari e provincia la zona più conosciuta tra i turisti stranieri...

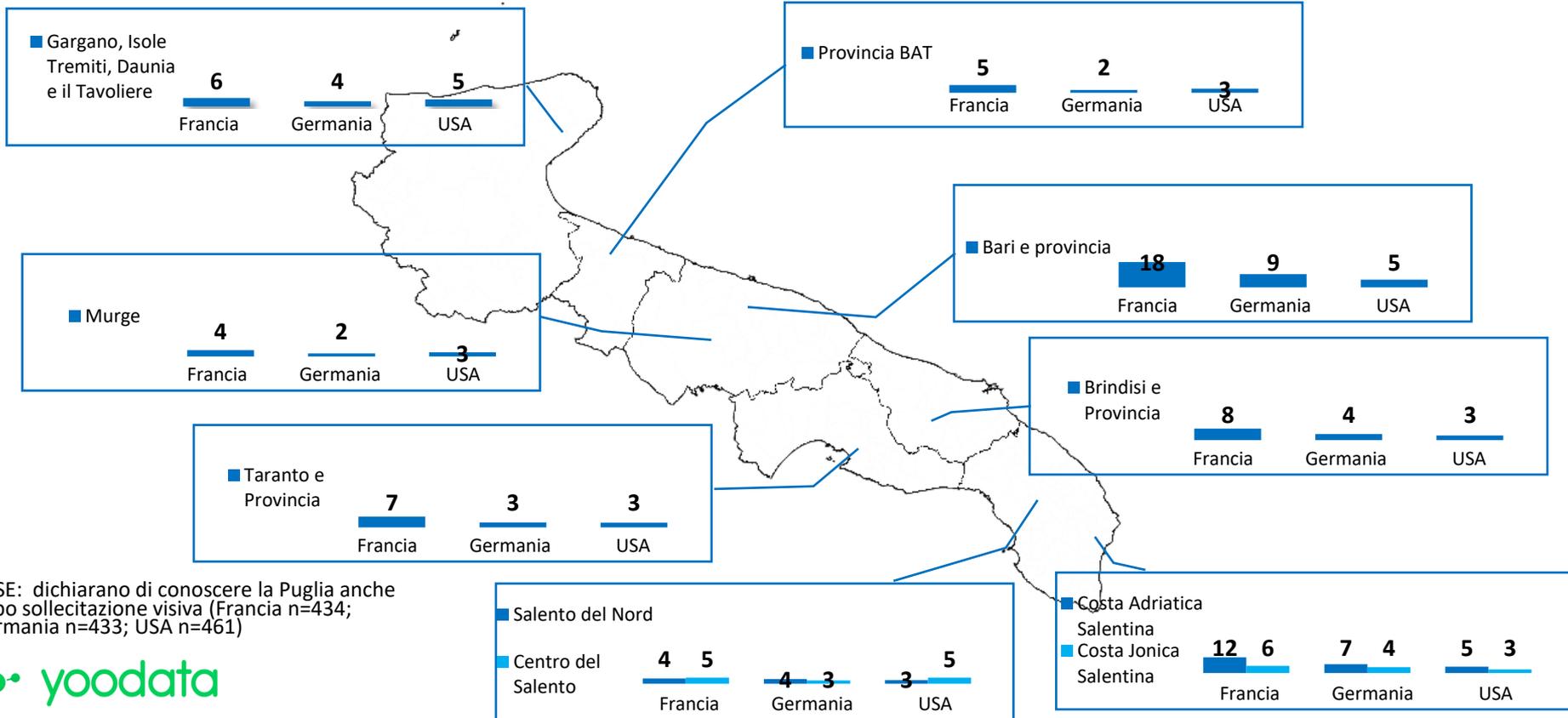


BASE: dichiarano di conoscere la Puglia anche dopo sollecitazione visiva (Francia n=434; Germania n=433; USA n=461)



HANNO VISITATO LE AREE DELLA PUGLIA

...e anche la più visitata



BASE: dichiarano di conoscere la Puglia anche dopo sollecitazione visiva (Francia n=434; Germania n=433; USA n=461)

SANTUARI, CHIESE E LUOGHI DI PELLEGRINAGGIO

I monumenti di Bari sono di riflesso i più visitati, subito seguiti da Siponto



	Totale estero		Francia 		Germania 		USA 	
	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni
Basilica di San Nicola a Bari	33	9	40	16	32	7	29	5
Cattedrale di San Sabino di Bari	32	8	35	12	32	6	30	4
Basilica di Santa Maria Maggiore di Siponto con parco archeologico	27	5	26	8	23	4	31	4
Duomo di Lecce	26	6	33	10	24	5	20	3
Monte Sant'Angelo/Santuario di San Michele Arcangelo	24	4	24	7	22	4	27	2
Basilica di Santa Maria Maggiore di Lecce	24	5	22	8	24	4	27	4
Basilica di Santa Caterina d'Alessandria a Galatina	23	5	21	5	17	3	31	5
San Giovanni Rotondo/Tomba di San Pio-Padre Pio	22	5	24	6	21	5	23	4
Santuario della Madonna Incoronata a Foggia	22	4	21	6	20	3	25	4
Basilica Paleocristiana con opera dell'Arch. Tresoldi	20	4	18	4	19	4	24	3

*Quali santuari, chiese e luoghi di pellegrinaggio della Puglia conosci, anche solo per sentito nominare?
Quali santuari, chiese e luoghi di pellegrinaggio della Puglia hai visitato negli ultimi 10 anni?*

BASE: dichiarano di conoscere la Puglia anche dopo sollecitazione visiva (Francia n=434; Germania n=433; USA n=461)

MONUMENTI, CITTÀ D'ARTE, PALAZZI, CASTELLI E BORGHI 1/2

Castel del Monte e Lecce i più conosciuti dopo Bari e la Basilica di San Nicola

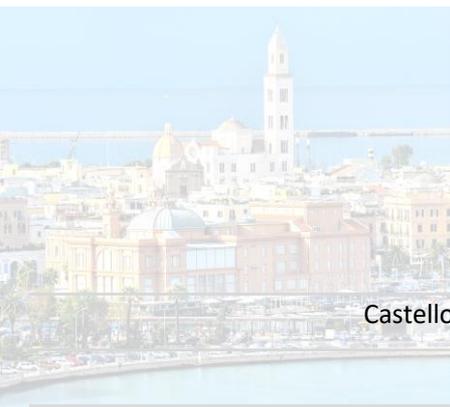


	Totale estero		Francia 		Germania 		USA 	
	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni
Bari	29	6	40	13	32	6	15	1
Basilica di San Nicola a Bari	25	5	33	11	24	4	18	2
Castel del Monte	22	4	24	6	23	4	18	3
Lecce	22	5	30	10	21	3	14	2
Monte Sant'Angelo/Santuario di San Michele Arcangelo	20	4	22	6	14	3	23	3
Brindisi	19	4	19	7	21	4	20	2
Museo Archeologico Nazionale di Taranto	19	3	24	4	18	2	11	3
Castello Svevo di Bari	17	5	20	7	15	5	14	2
Cattedrale di Lucera	17	3	19	6	13	2	17	2
Cattedrale di Trani	15	3	17	4	11	2	16	2
Taranto	15	3	18	6	12	3	16	2
Monopoli	14	3	13	5	11	2	17	3
Antiquarium/Parco archeologico Canne della Battaglia	13	3	13	4	13	1	15	3
Gallipoli	13	3	12	4	10	2	14	2
Alberobello	13	3	15	6	11	3	13	1
Castello Svevo di Trani	12	2	11	4	7	1	14	2
Castello Angioino - Copertino	12	2	12	4	11	1	15	1
Martina Franca	11	2	8	2	12	3	15	1

Quali monumenti, città d'arte, palazzi, castelli e borghi di interesse artistico della Puglia conosci anche solo per sentito nominare?
Quali monumenti, città d'arte e borghi di interesse artistico della Puglia hai visitato negli ultimi 10 anni?

BASE: dichiarano di conoscere la Puglia anche dopo sollecitazione visiva (Francia n=434; Germania n=433; USA n=461)

MONUMENTI, CITTÀ D'ARTE, PALAZZI, CASTELLI E BORGHI 2/2



	Totale estero		Francia 	Germania 	USA 	
	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni
Polignano	11	3	10	4	12	2
Castello Svevo di Barletta	11	3	10	3	10	2
Ostuni	10	3	10	4	9	2
Otranto	10	3	11	4	8	2
Oria e quartiere ebraico	10	2	9	3	8	2
Grottaglie	9	2	7	2	11	2
Manfredonia	9	2	6	2	8	2
Vieste	9	2	8	3	7	2
Locorotondo	8	2	6	3	7	2
Nardò	8	2	7	2	8	2
Ceglie Messapica	8	2	5	2	9	1



MUSEI E AREE ARCHEOLOGICHE

Dopo i musei di Bari spiccano il Museo Archeologico di Taranto e il Pino Pascali

Totale estero

Francia



Germania



USA



	Totale estero		Francia		Germania		USA	
	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni
Museo Nicolaiano di Bari	22	5	27	9	20	4	19	2
Museo Archeologico di Santa Scolastica di Bari	20	4	25	6	17	4	20	3
Museo Diocesano di Bari	17	3	23	7	14	2	14	1
Museo di arte contemporanea Pino Pascali a Polignano	16	3	14	4	13	2	21	4
Museo Sigismondo Catromediano di Lecce	16	4	18	6	12	2	17	3
Museo Archeologico Nazionale e zona archeologica di Egnazia	15	3	14	3	14	2	18	3
L'Uomo di Altamura della Grotta di Lamalunga	15	3	16	4	13	2	16	2
Museo Ebraico di Lecce	15	2	15	3	13	2	16	2
Museo Nazionale Archeologico di Gioia del Colle	15	2	14	2	13	1	17	3
Museo Nazionale Archeologico di Manfredonia	14	2	11	2	12	2	20	3
Museo Nazionale Archeologico Jatta	14	2	10	3	14	2	19	3
Museo Nazionale Archeologico di Altamura	14	2	10	2	15	2	18	2
Museo Archeologico Nazionale di Canosa	14	2	10	3	13	2	19	2
Area Archeologica S. Pietro degli Schiavoni	14	3	12	4	13	2	17	3
Parco archeologico di Siponto	13	2	15	3	11	1	14	2
Museo del Confetto Mucci di Andria	12	2	7	1	10	1	19	2
Pinacoteca De Nittis di Barletta	11	2	6	2	10	2	18	2
Museo Diocesano di Bitonto	11	2	8	2	10	2	15	2

*Quali musei e aree archeologiche della Puglia conosci anche solo per sentito nominare?
Quali musei e aree archeologiche della Puglia hai visitato negli ultimi 10 anni?*

BASE: dichiarano di conoscere la Puglia anche dopo sollecitazione visiva (Francia n=434; Germania n=433; USA n=461)

EVENTI E MANIFESTAZIONI 1/2

Bari guida il ranking anche tra gli eventi



Totale estero

Francia



Germania



USA



	Totale estero		Francia		Germania		USA	
	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni
Festa di San Nicola di Bari	21	3	29	5	16	2	17	2
Carnevale di Gallipoli	15	2	15	2	12	2	16	2
Cortei e rievocazioni storiche	14	2	18	3	12	2	13	2
Viva! Festival	14	2	12	3	12	1	17	1
Notte della Taranta	14	2	16	3	10	1	14	3
Carnevale di Putignano	13	3	13	3	9	1	17	5
Viva Festival	13	2	11	1	15	2	14	1
Carnevale di Massafra	13	2	14	2	10	1	15	2
Notte delle Luci di Scorrano	13	2	8	3	13	2	16	2
Festival della Valle D'Itria	12	2	12	3	8	1	16	1
Red Bull Cliff Diving di Polignano	12	1	8	1	12	1	15	2
Le fanòve legate al rito di Sant'Antonio Abate	11	2	8	1	7	1	16	3
Phest – Festival Internazionale di fotografia e Arte	10	2	8	1	10	2	12	2
Il Libro Possibile di Polignano e Vieste	9	2	8	2	6	1	15	3
Hell in the Cave di Castellana Grotte	9	2	8	1	8	1	13	2
Mercatino del gusto di Maglie	9	1	7	2	8	1	13	2
Alba dei Popoli	9	1	9	3	7	0	11	1

Quali eventi e manifestazioni della Puglia conosci?

A quali eventi e manifestazioni della Puglia hai partecipato negli ultimi 10 anni?

BASE: dichiarano di conoscere la Puglia anche dopo sollecitazione visiva (Francia n=434; Germania n=433; USA n=461)



EVENTI E MANIFESTAZIONI 2/2

	Totale estero		Francia 		Germania 		USA 	
	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni	Conoscenza	Visita ultimi 10 anni
Locus Festival	9	2	7	2	7	1	13	2
Torneo dei Rioni di Oria	9	1	6	1	7	1	13	2
World Dance Movement	9	1	6	2	6	1	14	1
Federicus (corteo storico di Federico II)	9	1	7	1	10	2	10	1
La Disfida Di Barletta	9	2	6	2	5	1	15	3
Le tavole di San Giuseppe	8	1	7	2	6	1	12	1
Palio del Viccio di Palo del Colle	8	1	6	2	6	1	12	2
Focara di Novoli	8	2	7	2	8	1	9	2
Radionorba Battiti Live	8	1	4	1	6	1	13	2
Bifest	7	1	5	1	6	1	11	2
Medimenx	6	1	4	1	3	0	12	2

Quali eventi e manifestazioni della Puglia conosci?

A quali eventi e manifestazioni della Puglia hai partecipato negli ultimi 10 anni?

BASE: dichiarano di conoscere la Puglia anche dopo sollecitazione visiva (Francia n=434; Germania n=433; USA n=461)

PIATTI E PRODOTTI GASTRONOMICI

Gli spaghetti all'assassina e Riso patate e cozze sono più noti delle orecchiette

Totale estero

Francia



Germania



USA



	Totale estero			Francia			Germania			USA		
	Conoscenza	Assaggio	Acquisto	Conoscenza	Assaggio	Acquisto	Conoscenza	Assaggio	Acquisto	Conoscenza	Assaggio	Acquisto
Spaghetti all'assassina	30	22	16	29	21	15	32	22	13	30	23	19
Riso patate e cozze	28	21	17	24	18	11	36	28	23	25	18	17
Focaccia barese	27	19	14	35	24	17	27	20	12	21	15	12
Olio	26	18	16	36	25	21	27	20	18	16	11	8
Caffè leccese	23	15	12	35	21	14	20	14	12	16	11	10
Orecchiette	22	17	16	27	21	17	17	14	13	21	15	18
Cozze arraganate	20	12	10	23	11	7	22	14	12	17	10	10
Cozze tarantine	20	12	10	22	15	9	17	12	9	21	9	13
Vino Primitivo	19	15	12	16	12	9	26	21	18	16	12	10
Mozzarella di Gioia del Colle	19	13	9	27	18	14	19	12	8	12	8	7
Crudo di mare barese	17	10	9	19	11	7	15	9	10	17	10	10
Burrata di Andria	16	11	8	24	17	13	15	10	6	10	6	6
Friselle	16	10	8	15	9	8	11	5	2	21	15	13
Orecchiette alle cime di rapa	16	10	9	13	8	5	8	5	4	26	17	17
Zampina	15	8	7	12	6	6	11	4	5	20	15	9
Ciceri e tria	12	8	6	12	8	5	9	6	6	16	9	8
Pane di Altamura	12	8	6	12	7	6	12	8	5	13	8	7
Puccia salentina	12	6	6	10	6	4	8	5	3	17	6	10
Pane di Laterza	12	7	6	9	5	6	11	6	5	16	9	9
Nero di Troia	12	7	4	15	9	6	6	3	3	14	8	5
Vino Negroamaro	11	7	5	12	8	7	10	7	4	12	8	5
Taralli/tarrallucci	11	7	6	12	8	7	7	5	3	14	8	7
Pasticciotto leccese	11	6	6	13	9	8	9	4	3	10	6	7
Pomodoro fiasch. Torre Guaceto	9	6	4	13	8	6	6	3	2	8	5	5
Salice Salentino	9	5	4	9	5	4	10	6	4	7	4	4

Quali piatti e prodotti gastronomici della Puglia conosci?

Quali piatti e prodotti gastronomici della Puglia hai assaggiato?

Quali piatti e prodotti gastronomici della Puglia ti è capitato di acquistare?

BASE: dichiarano di conoscere la Puglia anche dopo sollecitazione visiva (Francia n=434; Germania n=433; USA n=461)



SITI UNESCO

Castel del Monte e Santuario di San Michele Arcangelo più conosciuti come siti Unesco

Totale estero

Francia



Germania



USA



Castel del Monte



48



37



53



52

Santuario di San Michele
Arcangelo



46



43



39



56

Trulli di Alberobello



36



27



40



42

Faggete della Foresta Umbra



21



21



14



28

Valori %



L'ESPERIENZA IN PUGLIA



●●● L'ESPERIENZA IN PUGLIA

Per le aree, i prodotti e i borghi visitati negli ultimi dieci anni è stata richiesta la soddisfazione su scala da 1 a 10.

Emerge l'alta soddisfazione dei turisti, soprattutto stranieri, poiché le **valutazioni** non sono **mai inferiori a 8** in media, e **spesso** sono **superiori al 9**:

- tra le aree territoriali spiccano le **valutazioni più elevate** (maggiori di 9) per la **costa adriatica salentina e jonica salentina** tra gli italiani, il **Gargano** e la costa adriatica salentina tra gli stranieri;
- tra chiese e santuari evidenziamo il **Duomo e la Basilica Santa Maria Maggiore a Lecce** tra gli italiani, il **Santuario della Madonna Incoronata a Foggia** tra gli stranieri;
- tra monumenti, città d'arte, palazzi, castelli e borghi emergono **Otranto, Polignano** e la **Cattedrale di Trani**;
- tra i musei e le aree archeologiche il **Museo di Taranto** è l'unico superiore al 9, subito seguito da Museo e zona archeologica di Egnazia (8,94);
- tra gli eventi e le manifestazioni, emerge l'alta valutazione per il **Festival della Valle d'Itria** (9,24); anche Bifest evidenzia un risultato di notevole entità (9,28), che deve però essere considerato con cautela per la bassa numerosità della base campionaria.



VALUTAZIONE AREE VISITATE

	PUGLIA	SUD	RESTO D'ITALIA	F+D+USA	
Gargano, Isole Tremiti, Daunia e il Tavoliere (Bovino, Troia, Orsara, Accadia, ecc.)	(113) 8,86	(86) 8,91	(127) 8,90	(60) 9,12	
Provincia BAT (Barletta, Andria con Castel del Monte e Trani)	(158) 8,39	(60) 8,40	(69) 8,76	(41) 9,05	
Bari e provincia (dai borghi marinari a quelli dell'entroterra es. Putignano, Conversano, Bitonto, Altamura)	(126) 8,43	(99) 8,58	(99) 8,47	(117) 8,86	> 9,00
Murge (territorio che include anche paesi come Laterza, Gravina, ecc.)	(154) 8,55	(41) 8,39	(50) 8,60	(39) 9,00	8,50-8,99
Taranto e Provincia (dai borghi della costiera jonica all'entroterra)	(144) 8,41	(80) 8,45	(79) 8,42	(53) 9,02	
Brindisi e Provincia (Ostuni, Cisternino, Mesagne, ecc.)	(155) 8,58	(70) 8,84	(95) 8,52	(59) 9,07	
Valle d'Itria (Alberobello, Martina Franca, Locorotondo, ecc.)	(144) 9,23	(88) 8,87	(98) 8,92	(59) 8,87	
Salento del Nord (Campi Salentina, Leverano, Squinzano, Copertino, ecc.)	(139) 8,47	(36) 8,83	(70) 8,58	(45) 8,74	
Centro del Salento (ad es. Maglie, Nardò e Galatina)	(144) 8,96	(50) 8,60	(103) 8,52	(48) 9,07	
Costa Adriatica Salentina (Torre dell'Orso, Santa Cesarea Terme, Alimini e i suoi laghi, Otranto, Castro con le sue grotte)	(124) 9,22	(71) 9,13	(128) 8,69	(81) 9,14	
Costa Jonica Salentina (Gallipoli, Porto Cesareo e Pescoluse)	(117) 9,03	(78) 9,18	(131) 9,07	(45) 8,89	

Come valuti la tua visita a ... su scala da 1 a 10, dove 1 indica che non è stata per niente soddisfacente e 10 che è stata altamente soddisfacente.

Sono richieste fino a un massimo di 3 valutazioni per intervistato; basi intervistati indicate tra parentesi.
In rosso le basi numericamente limitate: si raccomanda una lettura qualitativa del dato.



VALUTAZIONE VISITA

SANTUARI, CHIESE E LUOGHI DI PELLEGRINAGGIO



	PUGLIA	SUD	RESTO D'ITALIA	F+D+USA	
Monte Sant'Angelo/Santuario di San Michele Arcangelo	(162) 9,03	(73) 9,03	(89) 8,98	(58) 8,98	> 9,00
San Giovanni Rotondo/Tomba di San Pio-Padre Pio	(190) 8,88	(152) 8,80	(148) 8,38	(59) 8,54	8,50-8,99
Cattedrale di San Sabino di Bari	(79) 8,79	(75) 8,64	(83)	(83)	8,00-8,49
Basilica di San Nicola a Bari	(188) 9,07	(109) 8,78	(118) 8,63	(94) 8,87	
Santuario della Madonna Incoronata a Foggia	(98) 8,71	(58) 8,65	(51) 8,92	(56) 9,22	
Basilica di Santa Maria Maggiore di Siponto con parco archeologico	(125) 8,75	(59) 8,83			
Basilica Paleocristiana con opera dell'Arch. Tresoldi	(67) 8,35	(48) 8,91			
Basilica di Santa Caterina d'Alessandria a Galatina	(75) 8,84	(59) 8,70	(55) 8,84		
Duomo di Lecce	(189) 9,26	(76) 9,19	(154) 9,01	(67) 8,80	
Basilica di Santa Maria Maggiore di Lecce	(115) 9,03	(56) 9,25	(105) 8,92	(61) 8,77	

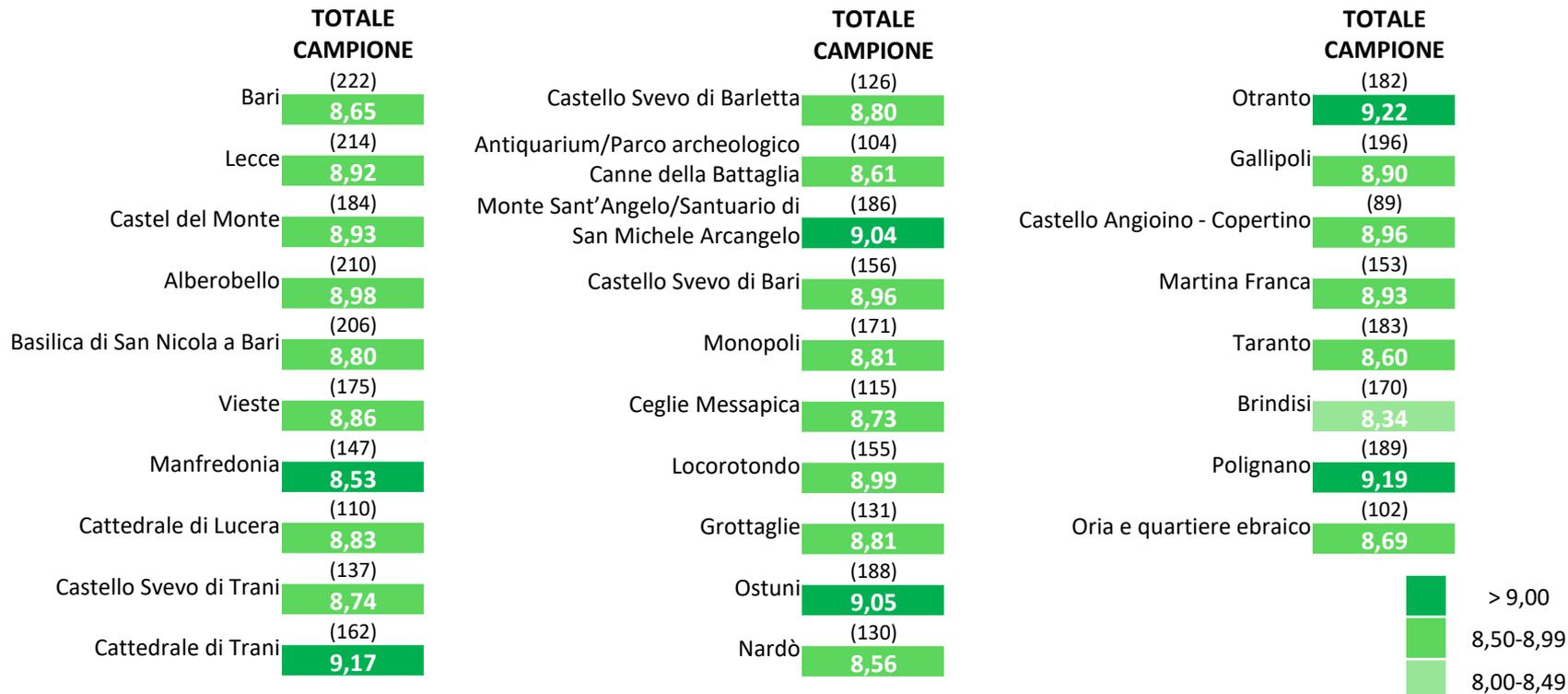
Come valuti la tua visita a ... su scala da 1 a 10, dove 1 indica che non è stata per niente soddisfacente e 10 che è stata altamente soddisfacente.

Sono richieste fino a un massimo di 3 valutazioni per intervistato; basi intervistati indicate tra parentesi. In rosso le basi numericamente limitate: si raccomanda una lettura qualitativa del dato.



VALUTAZIONE VISITA

MONUMENTI, CITTÀ D'ARTE, PALAZZI, CASTELLI E BORGHI



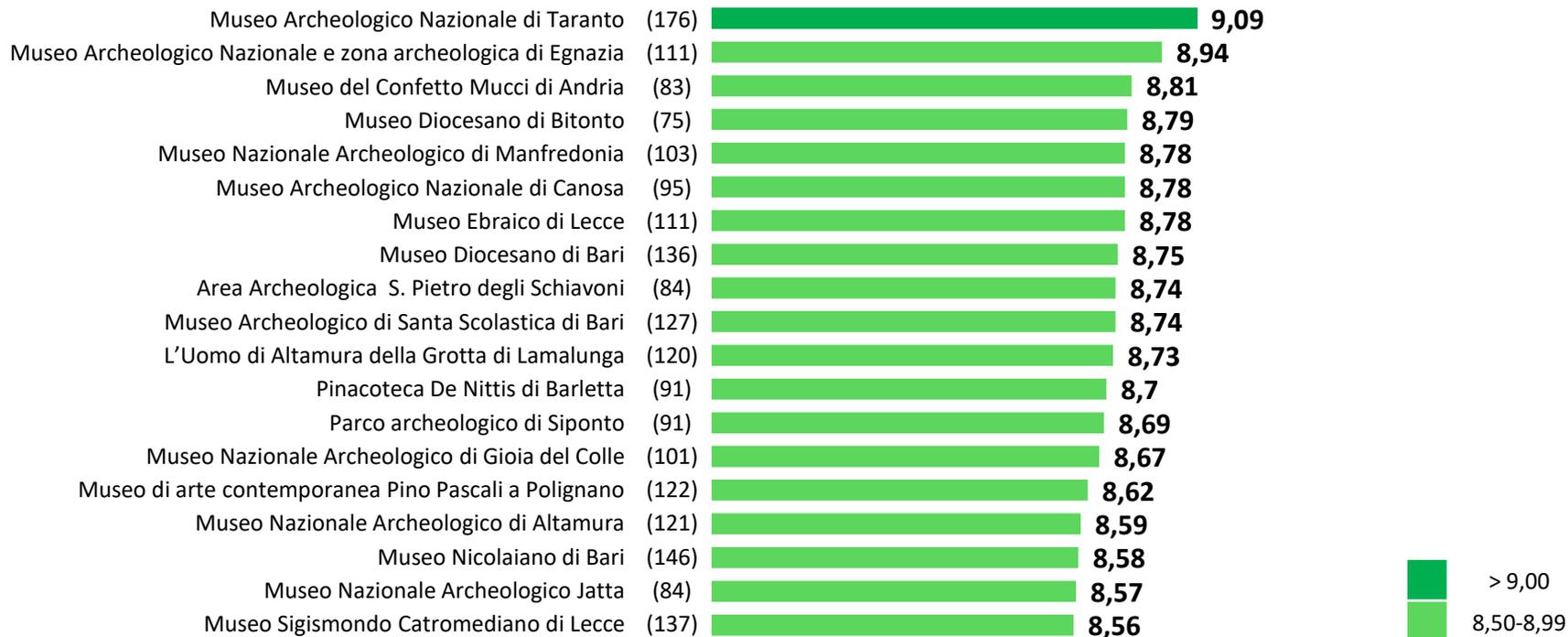
Come valuti la tua visita a ... su scala da 1 a 10, dove 1 indica che non è stata per niente soddisfacente e 10 che è stata altamente soddisfacente.

Sono richieste fino a un massimo di 3 valutazioni per intervistato; basi intervistati indicate tra parentesi. In rosso le basi numericamente limitate: si raccomanda una lettura qualitativa del dato.



VALUTAZIONE VISITA

MUSEI E AREE ARCHEOLOGICHE

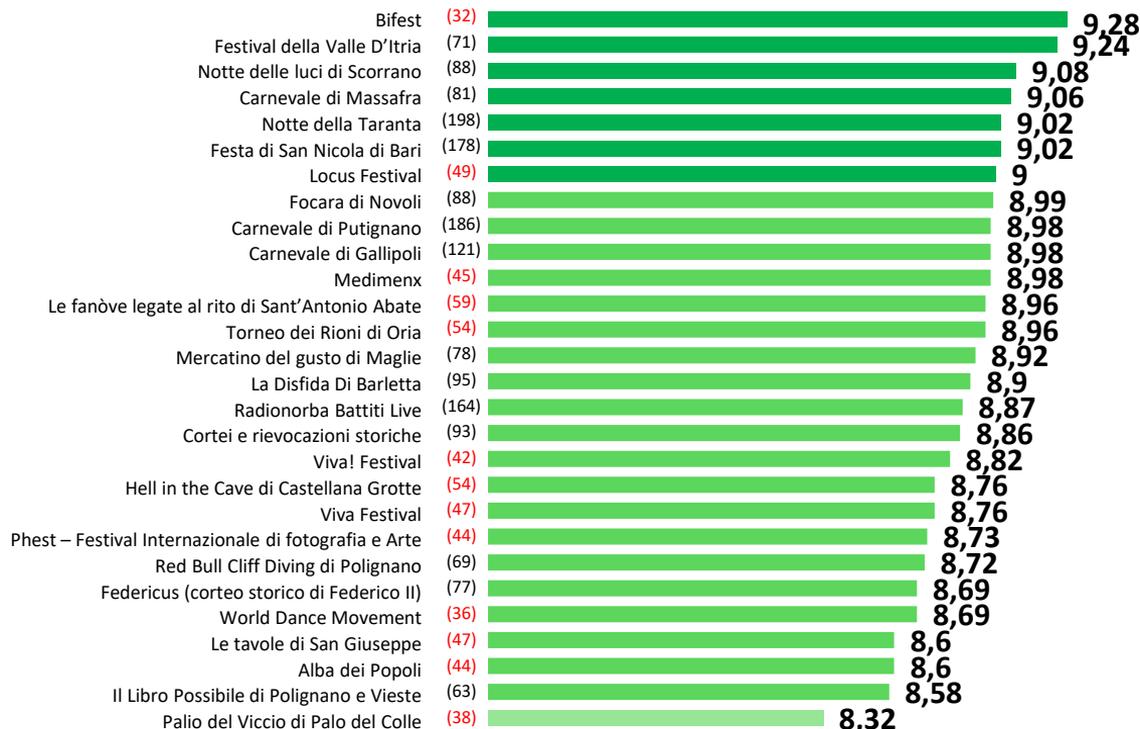


Come valuti la tua visita a ... su scala da 1 a 10, dove 1 indica che non è stata per niente soddisfacente e 10 che è stata altamente soddisfacente.

Sono richieste fino a un massimo di 3 valutazioni per intervistato; basi intervistati indicate tra parentesi.
In rosso le basi numericamente limitate: si raccomanda una lettura qualitativa del dato.



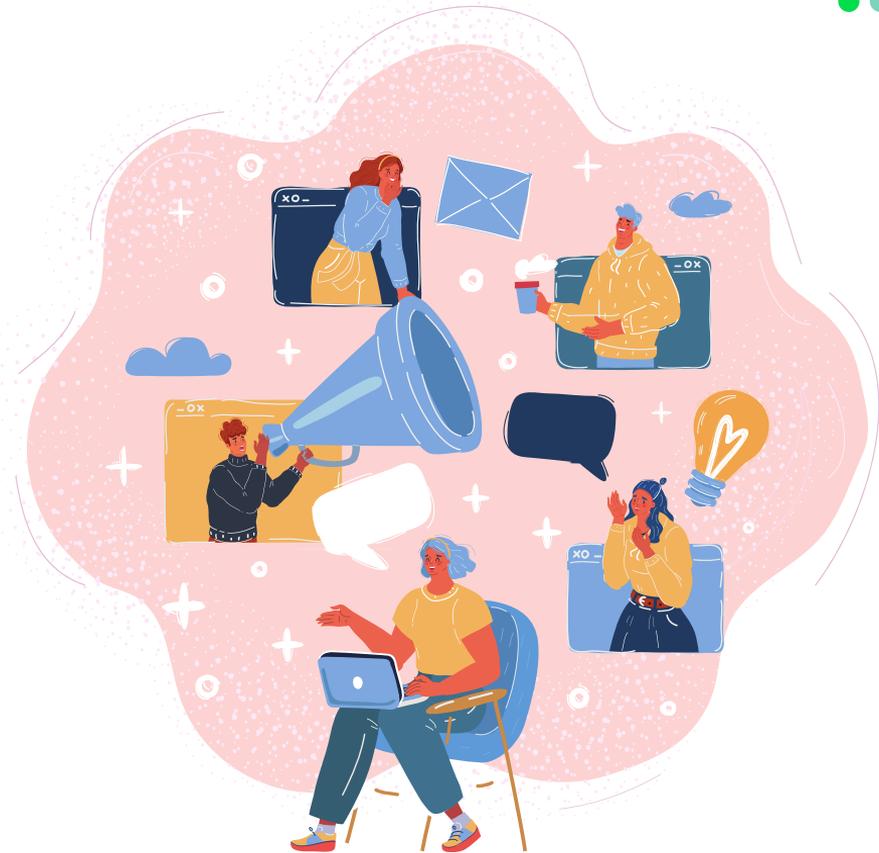
VALUTAZIONE - EVENTI E MANIFESTAZIONI



Come valuti l'evento/manifestazione ... su scala da 1 a 10, dove 1 indica che non è stata per niente soddisfacente e 10 che è stata altamente soddisfacente.

Sono richieste fino a un massimo di 3 valutazioni per intervistato; basi intervistati indicate tra parentesi.
In rosso le basi numericamente limitate: si raccomanda una lettura qualitativa del dato.

PROPOSTE PER IL TURISMO CULTURALE PUGLIESE



●●● PROPOSTE PER IL TURISMO CULTURALE PUGLIESE

Fra gli intervistati è stata misurata la potenzialità di alcune proposte di servizi che potrebbero essere messe a disposizione dei turisti dell'offerta artistico culturale.

Emerge la maggiore potenzialità della *Card integrata trasporti e convenzioni/sconti con esercizi commerciali e locali di ristorazione limitrofi ai siti d'interesse*: viene valutata positivamente dalla popolazione complessiva italiana e dai turisti stranieri, e particolarmente bene dai turisti culturali appassionati (7,79 la media su scala da 1 a 10, circa la capacità dell'offerta di invogliare la visita, tra gli italiani, e 7,99 tra i turisti stranieri).

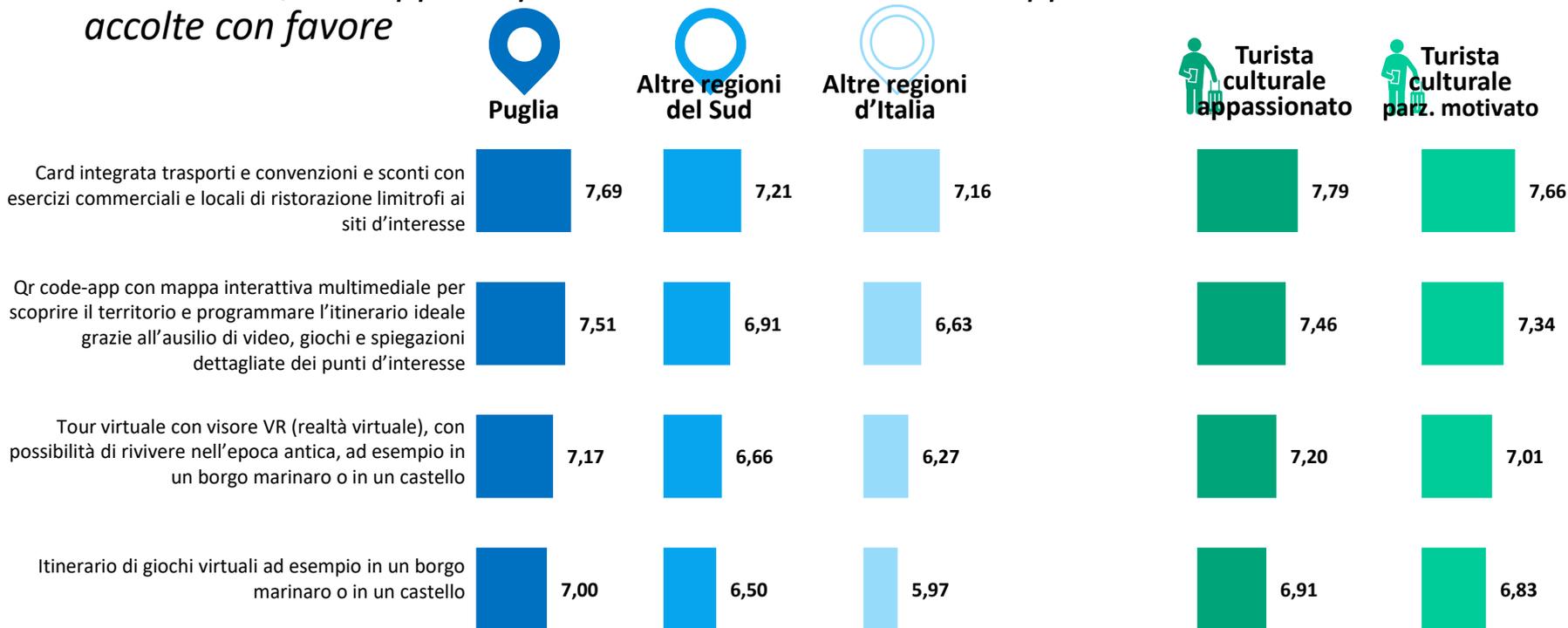
Tra i turisti appassionati evidenzia buone possibilità anche la proposta *Qr code-app con mappa interattiva multimediale per scoprire il territorio e programmare l'itinerario ideale grazie all'ausilio di video, giochi e spiegazioni dettagliate dei punti d'interesse: culturali, storici ed enogastronomici* (7,46 tra i turisti appassionati italiani e 7,96 tra i turisti appassionati stranieri).

L'*albergo diffuso* riceve un'ottima accoglienza tra i turisti appassionati italiani e stranieri, e tra tedeschi e statunitensi.

Le due ipotesi di strategia comunicativa dell'offerta artistico culturale pugliese, *mosaico composito e armonico di identità e architetture* oppure *terra delle connessioni, tra passato e presente, mare e entroterra, occidente e oriente*, ricevono una buona accoglienza dagli intervistati, e decisamente buona dal segmento dei turisti appassionati, con valori simili relativamente alla capacità di rappresentare l'offerta pugliese, e di invogliare alla visita.

PROPOSTE PER LA PUGLIA: QUANTO INVOGLIANO ALLA VISITA

La card integrata trasporti e convenzioni/sconti con esercizi commerciali/locali di ristorazione, e la app che permette di visualizzare la mappa interattiva della zona sono accolte con favore

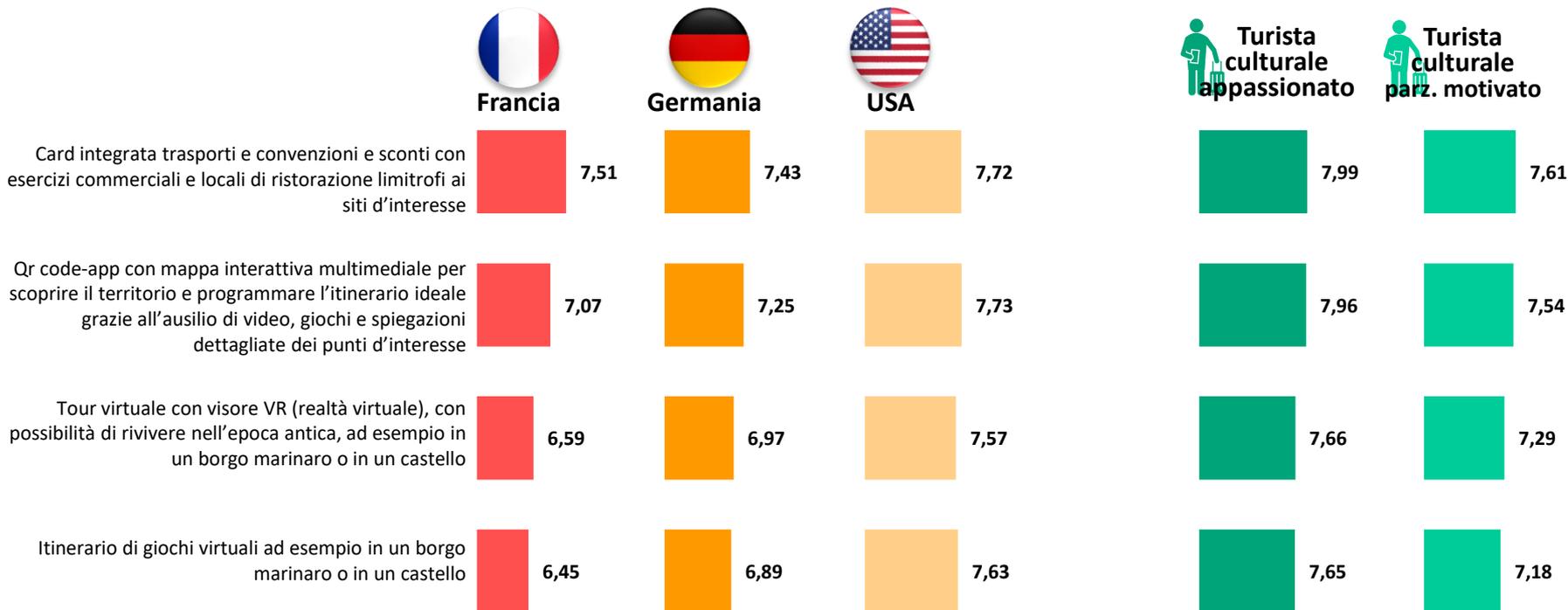


Ecco alcune ipotesi di servizi che potrebbero essere messi a disposizione di quanti viaggiano in Puglia. Su scala da 1 a 10, quanto ciascuno di questi servizi ti invoglia visitare di persona città d'arte, monumenti, chiese, musei e siti archeologici in Puglia?

BASE: abitano in Puglia o conoscono la Puglia (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=602; altre regioni italiane n=1028; turista culturale appassionato n=622; turista culturale motivato n=724)

PROPOSTE PER LA PUGLIA: QUANTO INVOGLIANO ALLA VISITA

La card integrata trasporti e convenzioni/sconti ha il favore di tutti, la app con mappa interattiva convince di più gli statunitensi e i Turisti appassionati

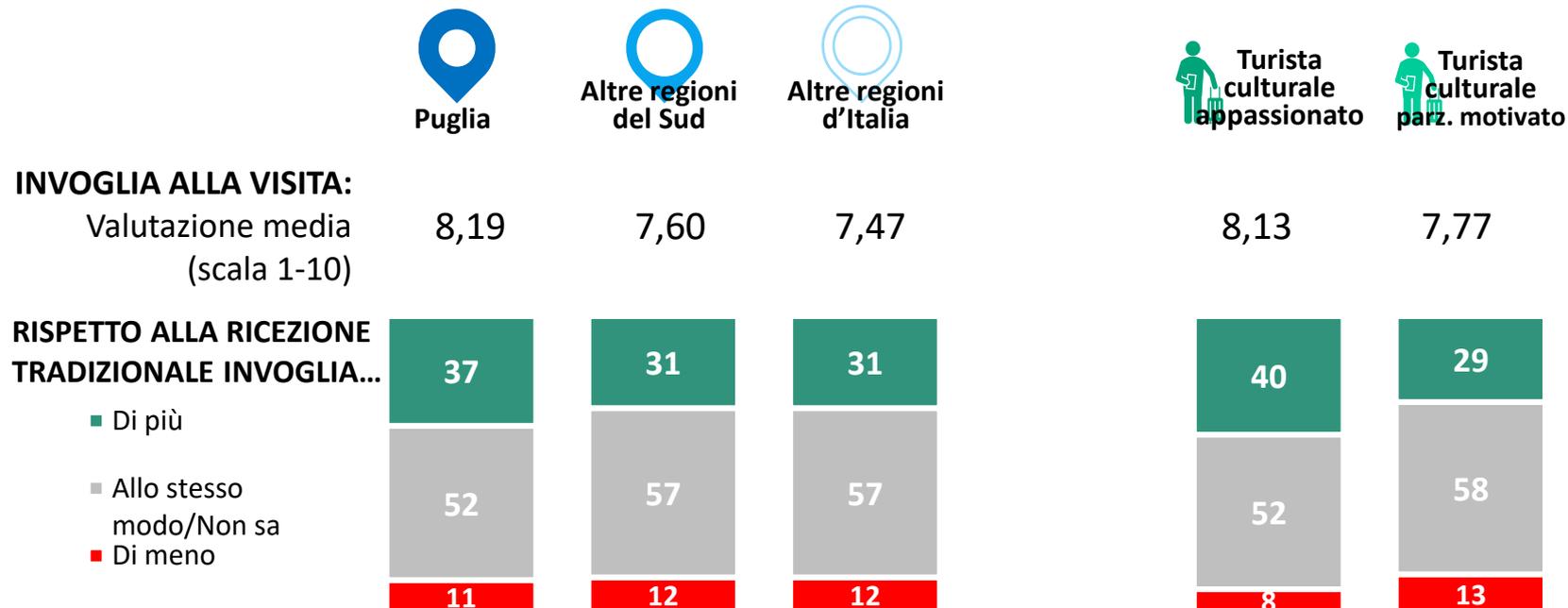


Ecco alcune ipotesi di servizi che potrebbero essere messi a disposizione di quanti viaggiano in Puglia. Su scala da 1 a 10, quanto ciascuno di questi servizi ti invoglia visitare di persona città d'arte, monumenti, chiese, musei e siti archeologici in Puglia?

BASE: conoscono la Puglia (Francia n=434; Germania n=433; USA n=461; turista culturale appassionato n=521; turista culturale motivato n=479)

ALBERGO DIFFUSO

L'albergo diffuso piace, soprattutto ai Turisti culturali Appassionati...



E quanto ti invoglia visitare di persona i più bei borghi antichi pugliesi dell'entroterra, con la formula di ospitalità dell'albergo diffuso, che prevede si sia ospitati nelle case antiche del borgo, organizzate come se fossero alberghi, sempre su scala da 1 a 10? Ti invoglia di più o di meno rispetto alla ricezione alberghiera tradizionale?

BASE: abitano in Puglia o conoscono la Puglia (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=602; altre regioni italiane n=1028; turista culturale appassionato n=622; turista culturale motivato n=724)

ALBERGO DIFFUSO

...anche tra i turisti stranieri



Francia



Germania



USA



Turista culturale appassionato



Turista culturale parz. motivato

INVOGLIA ALLA VISITA:

Valutazione media
(scala 1-10)

7,91

7,87

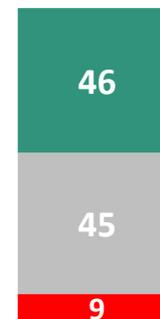
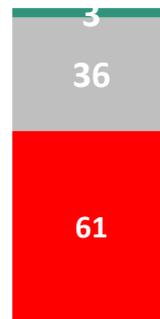
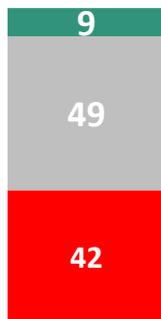
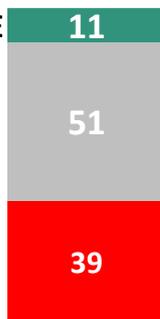
8,49

8,49

8,09

RISPETTO ALLA RICEZIONE TRADIZIONALE:

- Di più
- Allo stesso modo/Non sa
- Di meno



E quanto ti invoglia visitare di persona i più bei borghi antichi pugliesi dell'entroterra, con la formula di ospitalità dell'albergo diffuso, che prevede si sia ospitati nelle case antiche del borgo, organizzate come se fossero alberghi, sempre su scala da 1 a 10? Ti invoglia di più o di meno rispetto alla ricezione alberghiera tradizionale?

BASE: conoscono la Puglia (Francia n=434; Germania n=433; USA n=461; turista culturale appassionato n=521; turista culturale motivato n=479)

COMUNICAZIONE DELL'OFFERTA ARTISTICO CULTURALE

Le due ipotesi di storytelling mostrano la medesima accoglienza e buona potenzialità

MOSAICO COMPOSITO E ARMONICO DI IDENTITA' E ARCHITETTURE

TERRA DELLE CONNESSIONI, TRA PASSATO E PRESENTE, MARE E ENTROTERRA, OCCIDENTE E ORIENTE

7,82

7,79

7,90

7,85

Rappresenta l'offerta della Puglia

Invoglia la visita

Rappresenta l'offerta della Puglia

Invoglia la visita



Puglia

8,45

8,49

8,63

8,59

Altre regioni Sud

7,71

7,68

7,83

7,71

Altre regioni Italia

7,44

7,43

7,56

7,43

Francia

7,89

7,82

7,91

7,83

Germania

7,64

7,50

7,72

7,68

Usa

8,40

8,35

8,30

8,48

Medie (1-10)

Alcuni rappresentano la Puglia come XXX. In che misura pensi che l'idea del mosaico possa rappresentare la Puglia e la sua offerta turistico artistico-culturale? Ti chiediamo di indicare quanto secondo te il mosaico rappresenta la Puglia con una scala da 1 a 10, dove 1 indica che non la rappresenta affatto e 10 che la rappresenta pienamente.

E quanto ti attira l'idea di visitare l'offerta artistico-culturale della Puglia, rappresentata come XXX, su scala da 1 a 10, dove 1 indica che non ti attira affatto e 10 che ti attira tantissimo.

BASE: conoscono la Puglia o abitano in Puglia n=3364 (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=595; altre regioni italiane n=1016; Francia n=486; Germania n=498; USA n=561))

COMUNICAZIONE DELL'OFFERTA ARTISTICO CULTURALE

Presso il core target dei turisti culturali, «la terra delle connessioni» è leggermente superiore per capacità attrattiva

MOSAICO COMPOSITO E ARMONICO DI IDENTITA' E ARCHITETTURE

TERRA DELLE CONNESSIONI, TRA PASSATO E PRESENTE, MARE E ENTROTERRA, OCCIDENTE E ORIENTE

7,82

7,79

7,90

7,85

Rappresenta l'offerta della Puglia

Invoglia la visita

Rappresenta l'offerta della Puglia

Invoglia la visita



Italia	8,09	8,22	8,16	8,17
Estero	8,41	8,38	8,35	8,49
Italia	7,82	7,83	7,91	7,89
Estero	7,81	7,75	7,87	7,90

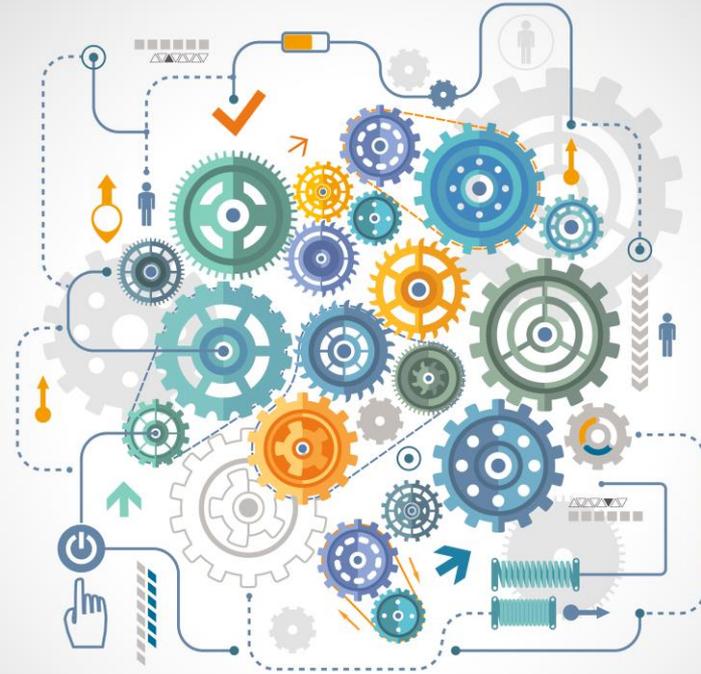
Medie (1-10)

Alcuni rappresentano la Puglia come XXX. In che misura pensi che l'idea del mosaico possa rappresentare la Puglia e la sua offerta turistico artistico-culturale? Ti chiediamo di indicare quanto secondo te il mosaico rappresenta la Puglia con una scala da 1 a 10, dove 1 indica che non la rappresenta affatto e 10 che la rappresenta pienamente. E quanto ti attira l'idea di visitare l'offerta artistico-culturale della Puglia, rappresentata come XXX, su scala da 1 a 10, dove 1 indica che non ti attira affatto e 10 che ti attira tantissimo.

BASE: conoscono la Puglia o abitano in Puglia n=3364 (Puglia n=406; altre regioni del Sud n=595; altre regioni italiane n=1016; Francia n=486; Germania n=498; USA n=561))



METODO



●●●● METODO DELLA RICERCA

L'indagine ha previsto più fasi di ricerca:

CONSULTAZIONE DI PANEL DI ESPERTI



14 ESPERTI DI CONSUMI CULTURALI, 6 NAZIONALI E 8 LOCALI

INDAGINE CAMPIONARIA IN ITALIA



2.053 INTERVISTE CAWI A CAMPIONE RAPPRESENTATIVO DELLA
POPOLAZIONE

Puglia	Altre regioni del Sud	Altre regioni italiane
406	607	1.040

INDAGINE CAMPIONARIA ALL'ESTERO



1.565 INTERVISTE CAWI A CAMPIONE
RAPPRESENTATIVO DI TURISTI

Focus su

Francia	Germania	USA
500	500	565



INDAGINE CAMPIONARIA IN DETTAGLIO

INDAGINE CAMPIONARIA IN ITALIA



Campione rappresentativo della popolazione complessiva delle zone considerate. Variabili di stratificazione e rappresentatività:

- Puglia: provincia e ampiezza del centro di residenza, genere, età
- Sud: regione (Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Molise), ampiezza del centro di residenza, genere, età
- Altre regioni: regione (Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte, Sardegna, Sicilia, Toscana, Trentino-Alto Adige, Umbria, Valle d'Aosta, Veneto), ampiezza del centro di residenza, genere, età.

INDAGINE CAMPIONARIA ALL'ESTERO



Campione rappresentativo dei turisti residenti nelle nazioni considerate:

- hanno fatto almeno una vacanza all'estero negli ultimi 2 anni
 - sono stati almeno una volta in Italia
- Variabili di stratificazione e rappresentatività:
- macro-regione di residenza, genere, età.



GRAZIE PER L'ATTENZIONE



sandra.bruno@yoodata.it

alessandro.amadori@yoodata.it

massimo.cesaretti@yoodata.it



www.yoodata.it

