

agosto 2020

Job 37273

# IL TURISMO IN PUGLIA

*Indagine quantitativa 2020*

*Focus turismo in Puglia*

*2a wave (agosto)*



**SWG**



UNIONE EUROPEA

**PUGLIA**  
FESR-FSE  
2014/2020

*Il futuro alla portata di tutti*  
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA  
PRESIDENZA  
REGIONALE REGIONI E LOCALITÀ  
SARDEGNA E VALLE D'AOSTA  
DEL BASSO SUD



PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo

**CISSET**

# Metodologia e profilo degli intervistati



CISER

# Nota metodologica

L'indagine quantitativa qui analizzata è stata condotta mediante una rilevazione online con metodo CAWI (*Computer Assisted Web Interview*), all'interno di un campione di 1.284 soggetti maggiorenni residenti in Italia estratti dalla community SWG seguendo un piano di campionamento che prevedeva la stratificazione per zona di residenza e quote per età e genere. Sono stati inoltre eseguiti **3 sovracampionamenti** su base regionale nelle regioni Emilia Romagna, Lazio e Lombardia in modo da ottenere per ciascuna dei tali regioni una numerosità campionaria di 200 casi.

Le interviste sono state somministrate tra il 25 agosto e il 2 settembre 2020.

Tutti i parametri sono uniformati ai più recenti dati forniti dall'ISTAT. I dati sono stati ponderati al fine di garantire la rappresentatività rispetto ai parametri di zona, sesso, età e livello scolare. Il margine d'errore statistico dei dati riportati è del 2,73% a un intervallo di confidenza del 95%.



# Il profilo delle persone intervistate

## SESSO:

	Campione nazionale	Turisti che andranno in Puglia	Turisti che sono stati in Puglia
Maschio	48	56	53
Femmina	52	44	47

## SCOLARITÀ:

	Campione nazionale	Turisti che andranno in Puglia	Turisti che sono stati in Puglia
Bassa	40	40	14
Media	45	46	63
Alta	15	14	23

## ETÀ:

	Campione nazionale	Turisti che andranno in Puglia	Turisti che sono stati in Puglia
18-24 anni	8	7	19
25-34 anni	13	9	13
35-44 anni	16	12	17
45-54 anni	19	14	32
55-64 anni	17	14	5
più di 64 anni	27	44	14

## ZONA DI PROVENIENZA:

	Campione nazionale	Turisti che andranno in Puglia	Turisti che sono stati in Puglia
Nord-ovest	27	29	22
Nord-est	19	6	11
Centro	20	7	25
Sud	23	57	36
Isole	11	1	6

# Il profilo delle persone intervistate

## CONDIZIONE OCCUPAZIONALE:

	Campione nazionale	Turisti che andranno in Puglia	Turisti che sono stati in Puglia
Dipendenti	32	25	30
Pensionati	21	35	10
Autonomi	14	22	13
Casalinghe	12	5	20
Operai	8	4	12
Disoccupati	7	1	7
Studenti	6	8	8

## STATO CIVILE:

	Campione nazionale	Turisti che andranno in Puglia	Turisti che sono stati in Puglia
Single	20	17	15
Coniugato o convivente	66	78	83
Separato	4	3	0
Divorziato	4	1	0
Vedovo	5	0	1
Non risponde	1	1	1

## N° COMPONENTI FAMIGLIA:

	Campione nazionale	Turisti che andranno in Puglia	Turisti che sono stati in Puglia
1 - vivo da solo/a	12	12	2
2	31	40	17
3	27	10	38
4	19	23	32
5	7	13	5
6	1	1	5
7	1	0	0
8 o più	1	0	1
Non risponde	1	1	0

# Il profilo delle persone intervistate

## CONDIZIONE ECONOMICA:

	Campione nazionale	Turisti che andranno in Puglia	Turisti che sono stati in Puglia
Ceto medio-alto	42	37	54
Ceto medio-basso	40	48	36
Ceto povero	18	15	10

## COMUNE DI RESIDENZA:

	Campione nazionale	Turisti che andranno in Puglia	Turisti che sono stati in Puglia
Piccoli centri	22	26	24
Centri medi	46	40	42
Grandi città	32	34	34

## HA FIGLI:

	Campione nazionale	Turisti che andranno in Puglia	Turisti che sono stati in Puglia
No	35	30	30
Sì	65	70	70

## ETÀ DEI FIGLI (risponde chi ha figli): *Somma citazioni:*

	Campione nazionale	Turisti che andranno in Puglia	Turisti che sono stati in Puglia
Meno di 5	10	8	10
Tra 5 e 10	20	25	29
Tra 11 e 18	21	12	28
Più di 18	61	70	51

# Le vacanze 2020



**SWG**



UNIONE EUROPEA

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



REGIONE PUGLIA  
ASSOCIATO  
REGIONALE REGIONALE CALABRESI  
REGIONALE E CALABRESI  
DEI MARCHI PUGLIA



PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo

**CISET**

# Le motivazioni di una vacanza in Puglia

Per quale motivo è intenzionato ad andare in Puglia?

Turisti «habitué»

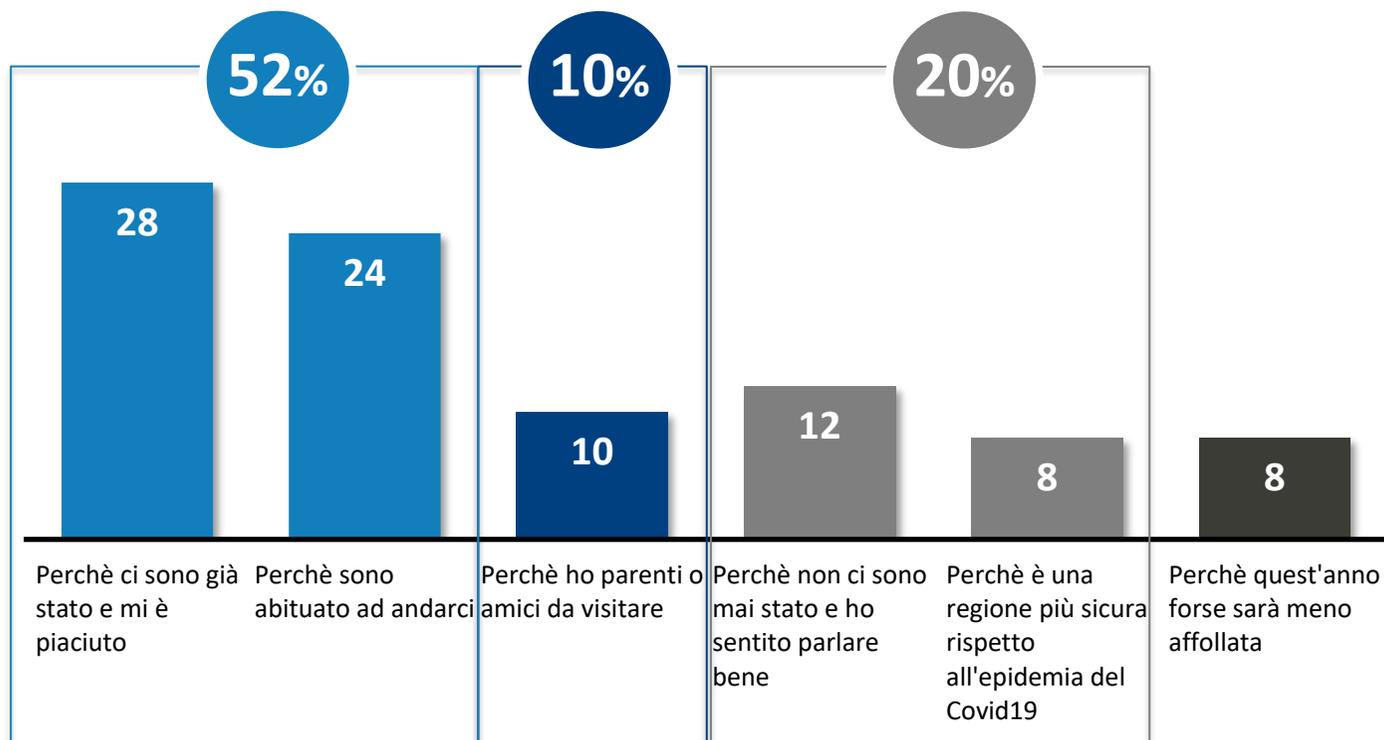
**+12%** Rispetto alla rilevazione di luglio

Turisti residenti o per origine

**-11%** Rispetto alla rilevazione di luglio

Turisti per informazione positiva

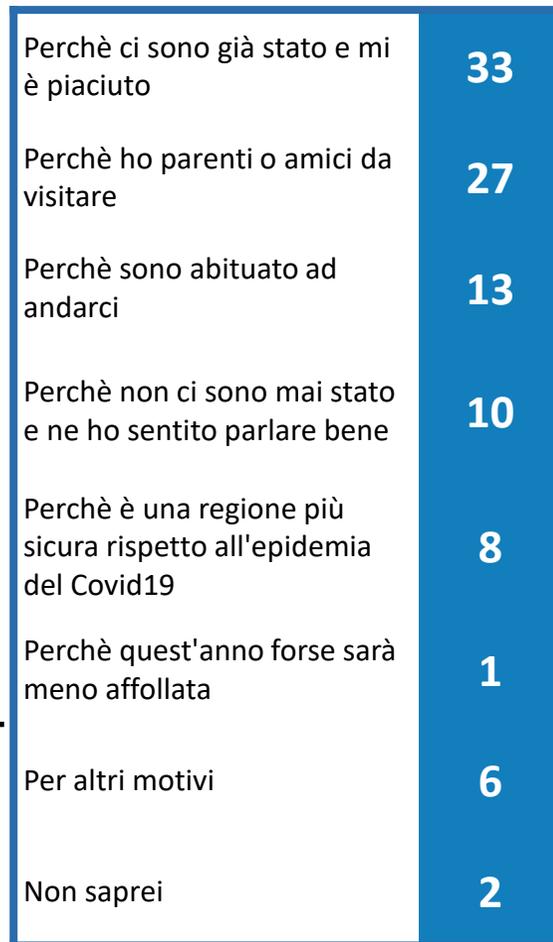
**-9%** Rispetto alla rilevazione di luglio



Le tipologie di turista pugliese riportate sono da intendersi a scopo esplorativo. Le numerosità corrispondenti non permettono la piena validità statistica.

Risponde chi andrà in Puglia (79).

Qual è stata la principale ragione che l'ha portata a scegliere la Puglia?



Risponde chi è andato in Puglia (47).

# Le motivazioni di un mancato viaggio in Puglia

Per quale motivo non è intenzionato ad andare in Puglia?

Turisti «habitué» che vogliono cambiare

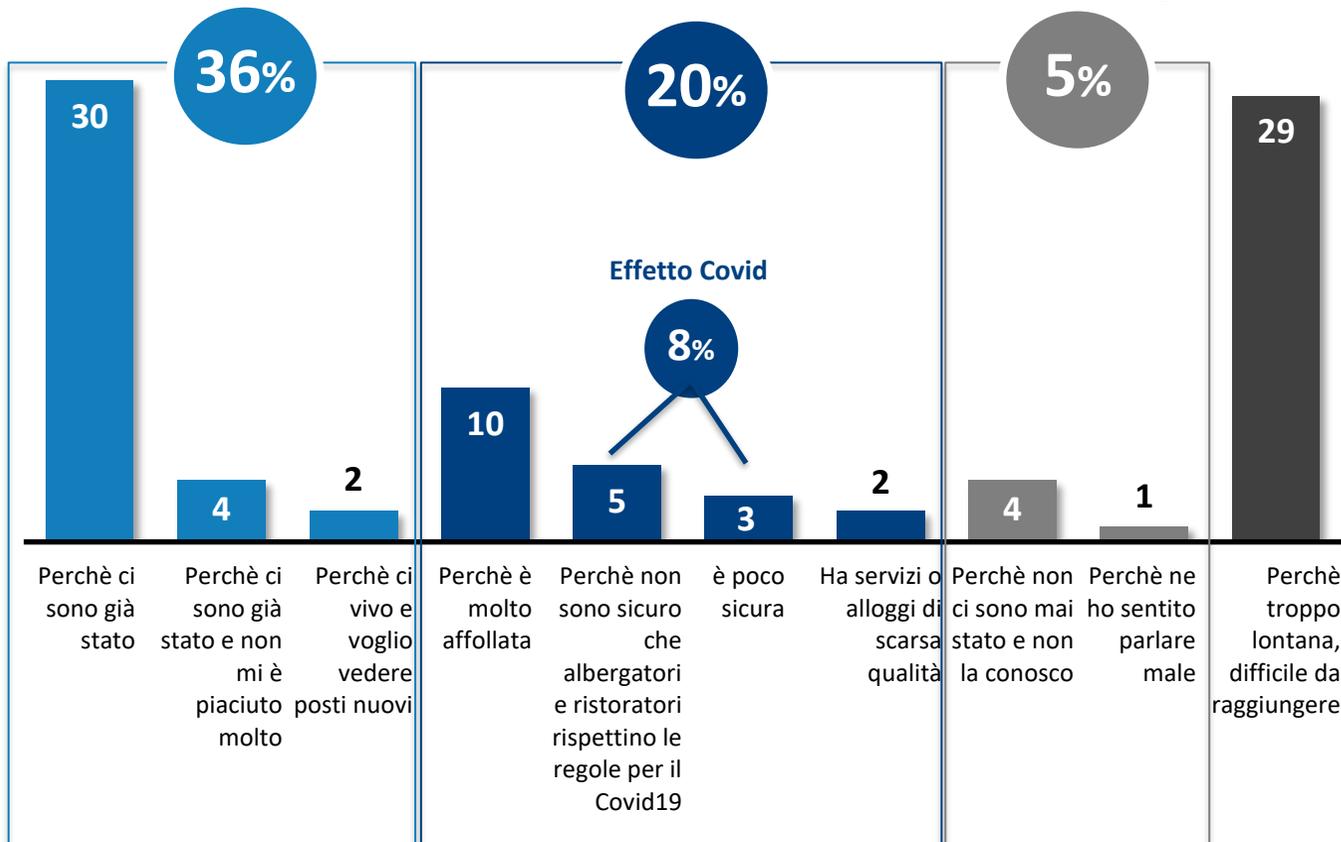
+8% Rispetto alla rilevazione di luglio

Turisti «diffidenti»

+1% Rispetto alla rilevazione di luglio

Turisti per informazione negativa

-3% Rispetto alla rilevazione di luglio

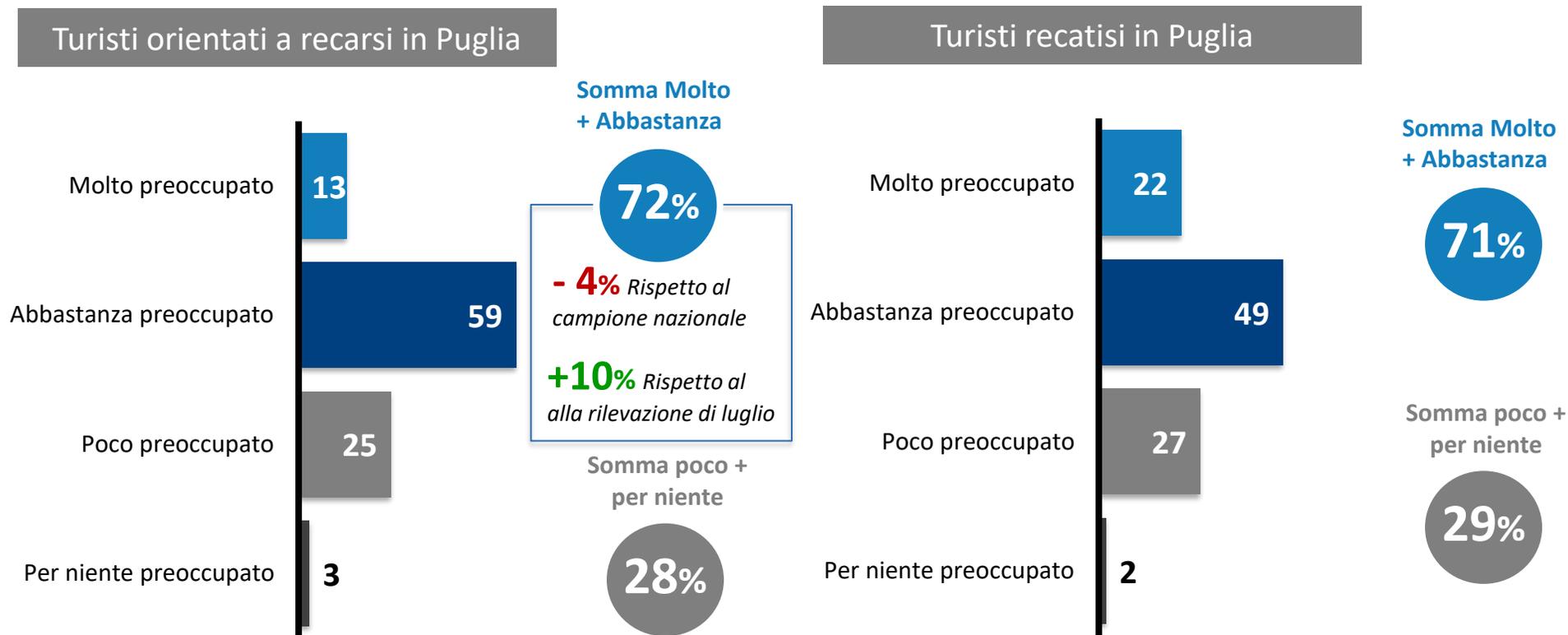


## ALTRE MOTIVAZIONI:

Perchè è una regione meno sicura rispetto all'epidemia del Covid19	5
Perchè non sono sicuro che albergatori e ristoratori rispettino le regole per il Covid19	5
Perchè ci vivo (residenti)	2
Perchè preferisco la montagna/altre tipologie di vacanza	1
Altri motivi	5

# La preoccupazione per il COVID-19 tra i turisti della Puglia

Pensando all'attuale situazione rispetto al Coronavirus, lei è molto, abbastanza, poco o per niente preoccupato/a di un possibile contagio durante il periodo estivo (giugno-settembre)?

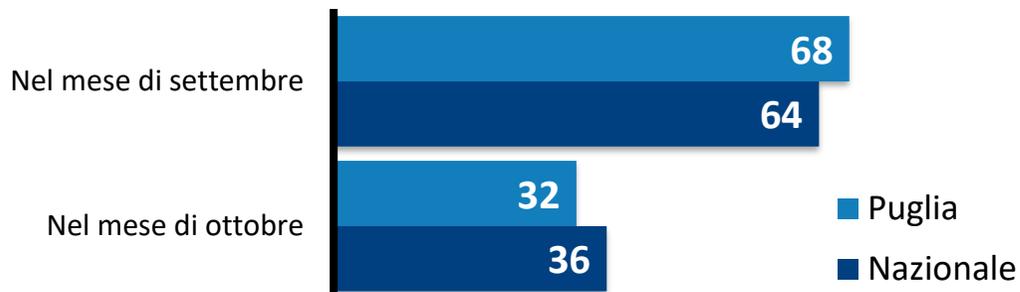


Risponde chi andrà in Puglia (79).

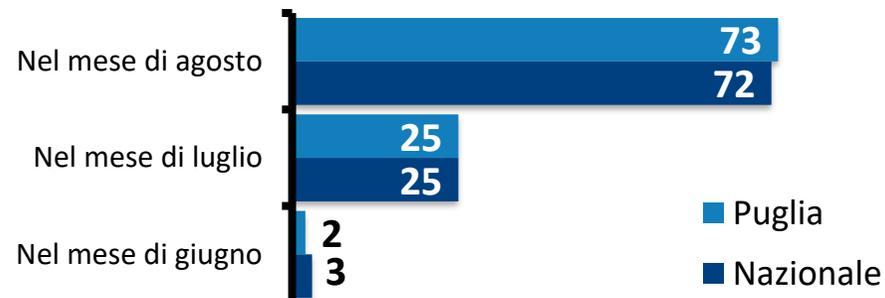
Risponde chi è andato in Puglia (47).

# Il periodo e la durata della prossima vacanza

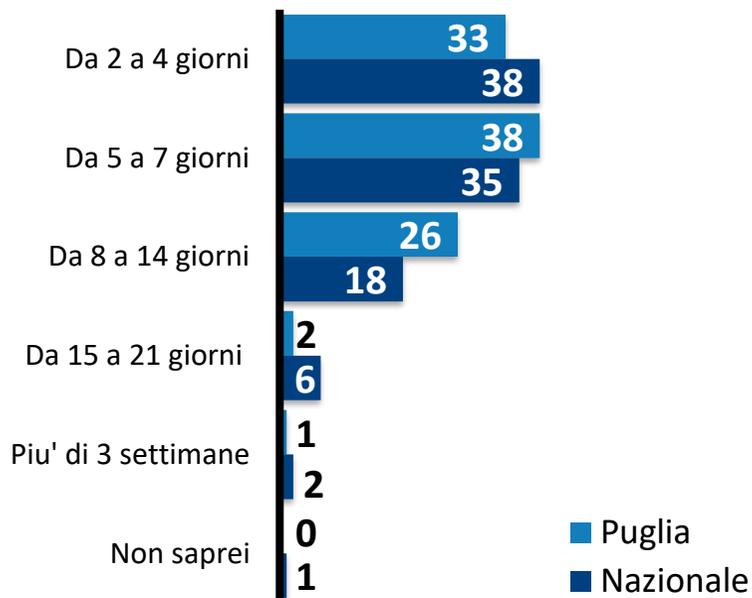
Quando pensa di svolgere la sua prossima vacanza?



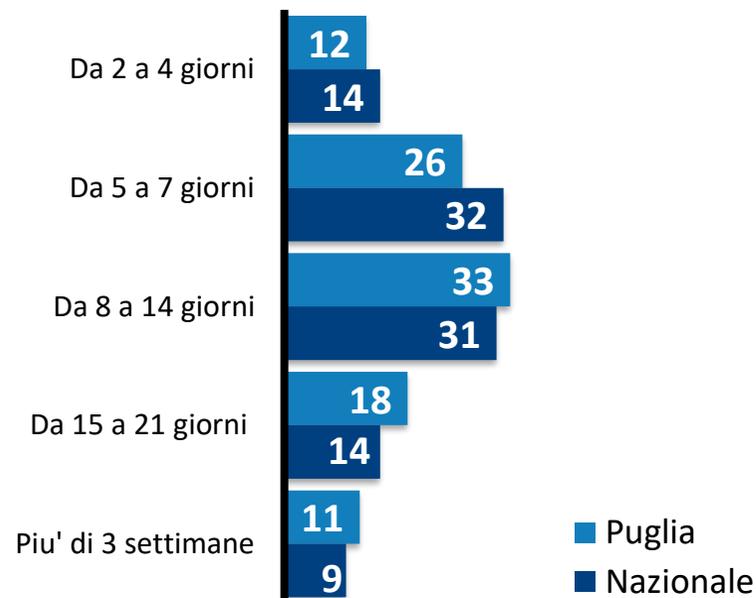
Quando ha svolto la sua ultima vacanza?



Quanto durerà la sua la sua prossima vacanza?



Quanto è durata la sua la sua ultima vacanza?

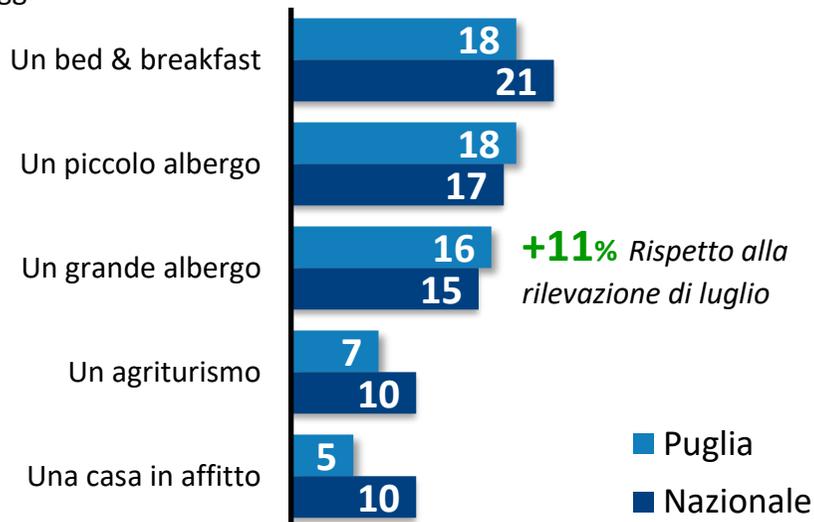


Risponde chi intende viaggiare (587), chi andrà in Puglia (79).

Risponde chi ha già viaggiato (417), chi è andato in Puglia (47).

# I tipi di alloggio preferiti

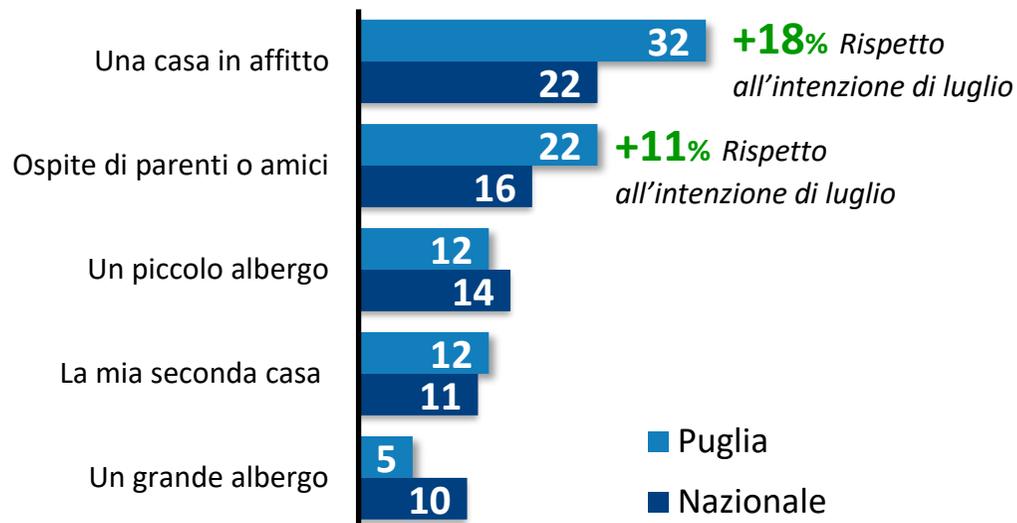
Sempre pensando alla sua prossima vacanza, probabilmente soggiognerà in...



ALTRE TIPOLOGIE	Puglia	Nazionale
La mia seconda casa	8	5
Ospite di parenti o amici	2	5
In un camper	2	4
Campeggio con tenda o roulotte	6	2
Non saprei	8	2
Altro	0	1

Risponde chi intende viaggiare (587), chi andrà in Puglia (79).

Nella sua ultima vacanza ha soggiornato in...

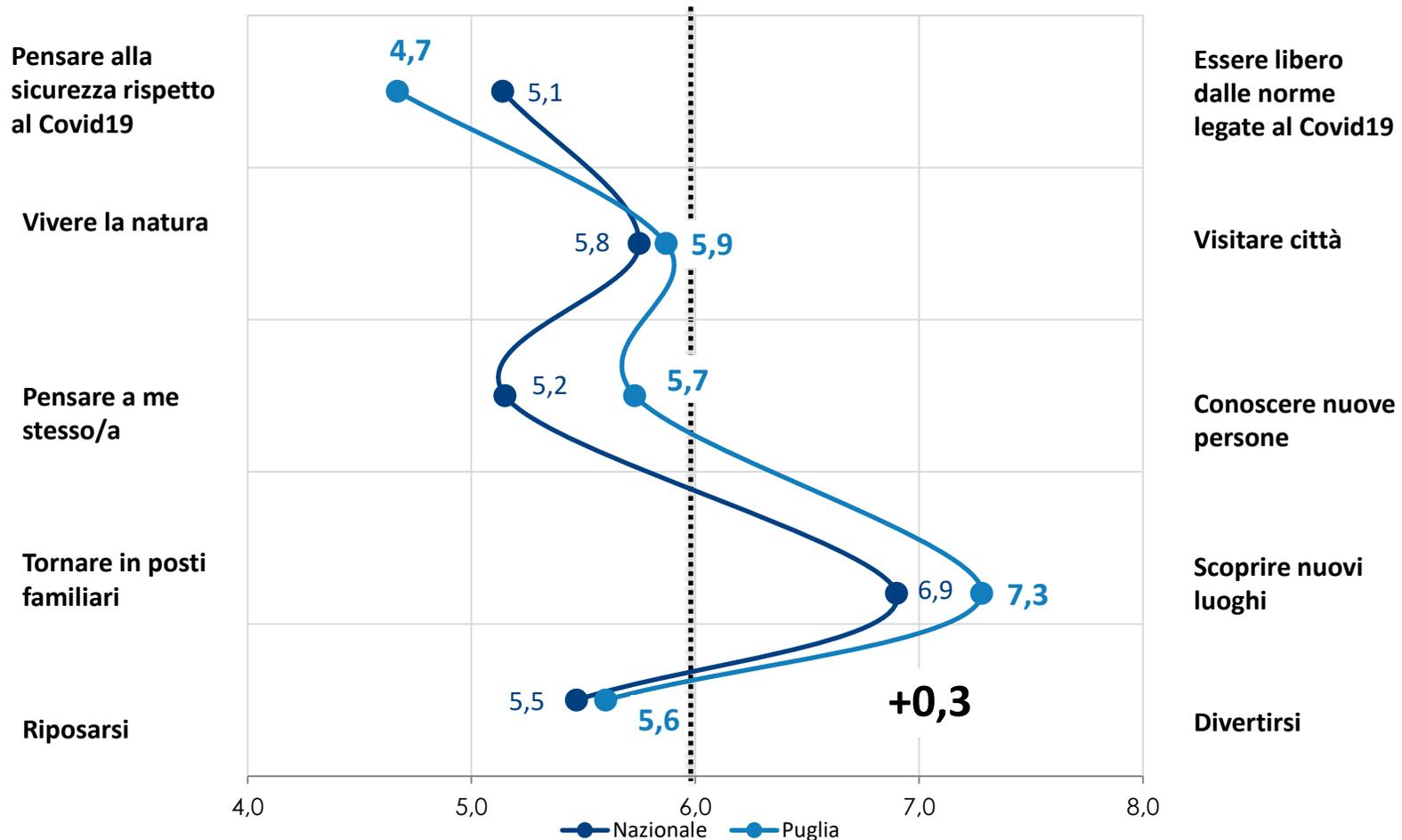


ALTRE TIPOLOGIE	Puglia	Nazionale
Un bed & breakfast	3	9
Un villaggio vacanze/villaggio turistico	8	5
Campeggio con tenda o roulotte	1	4
Altro	1	4
Un agriturismo	2	3
In un camper	2	2

Risponde chi ha già viaggiato (417), chi è andato in Puglia (47).

# La vacanza perfetta

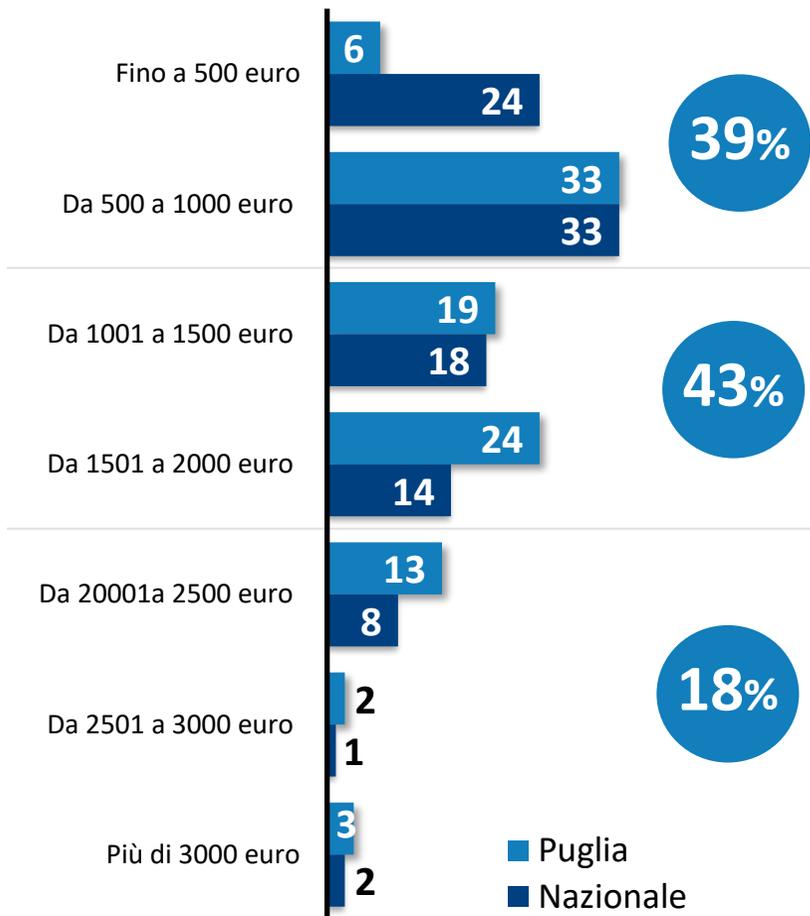
Durante la sua prossima vacanza di quest'estate lei penserà soprattutto...



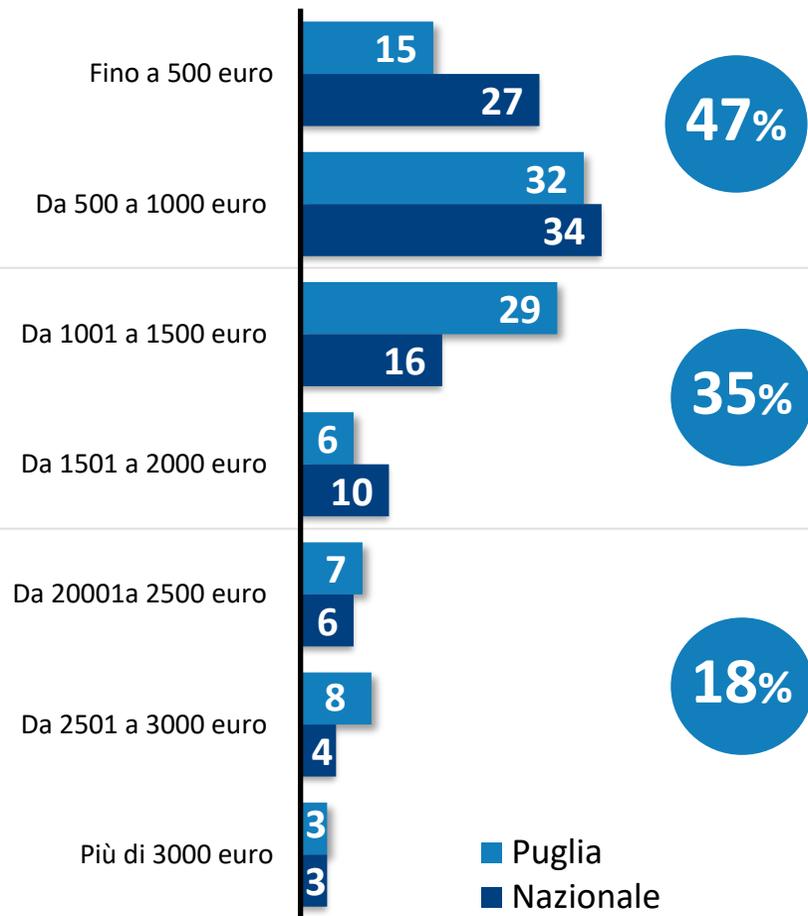
# Il budget per la vacanza: aspettative e realtà

Qual è il budget che pensa di destinare alla prossima vacanza?  
(compreso il viaggio per raggiungere la destinazione)

Qual è il budget che ha speso nella sua ultima vacanza?  
(compreso il viaggio per raggiungere la destinazione)



Risponde chi intende viaggiare (587), chi andrà in Puglia (79).



Risponde chi ha già viaggiato (417), chi è andato in Puglia (47).

# Il budget per la prossima vacanza

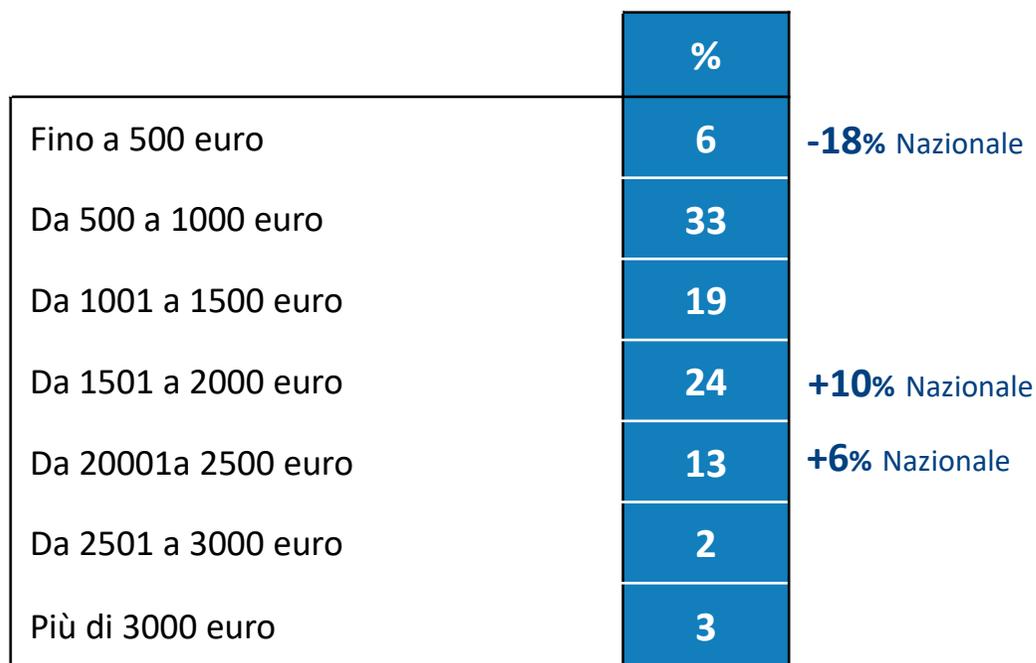
Qual è il budget che pensa di destinare alla prossima vacanza?  
(compreso il viaggio per raggiungere la destinazione)

Il budget da lei indicato coprirà...

Spesa media pro-capite:

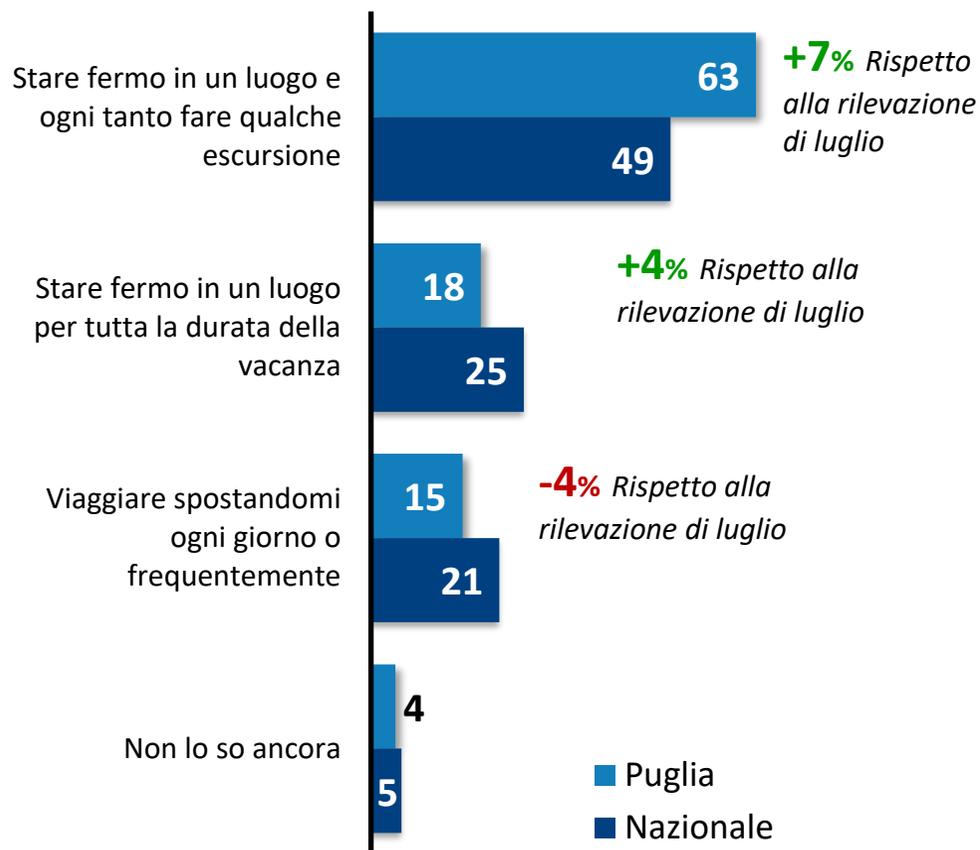
Turisti in Puglia: 756 Euro

Media turisti italiani: 670 Euro



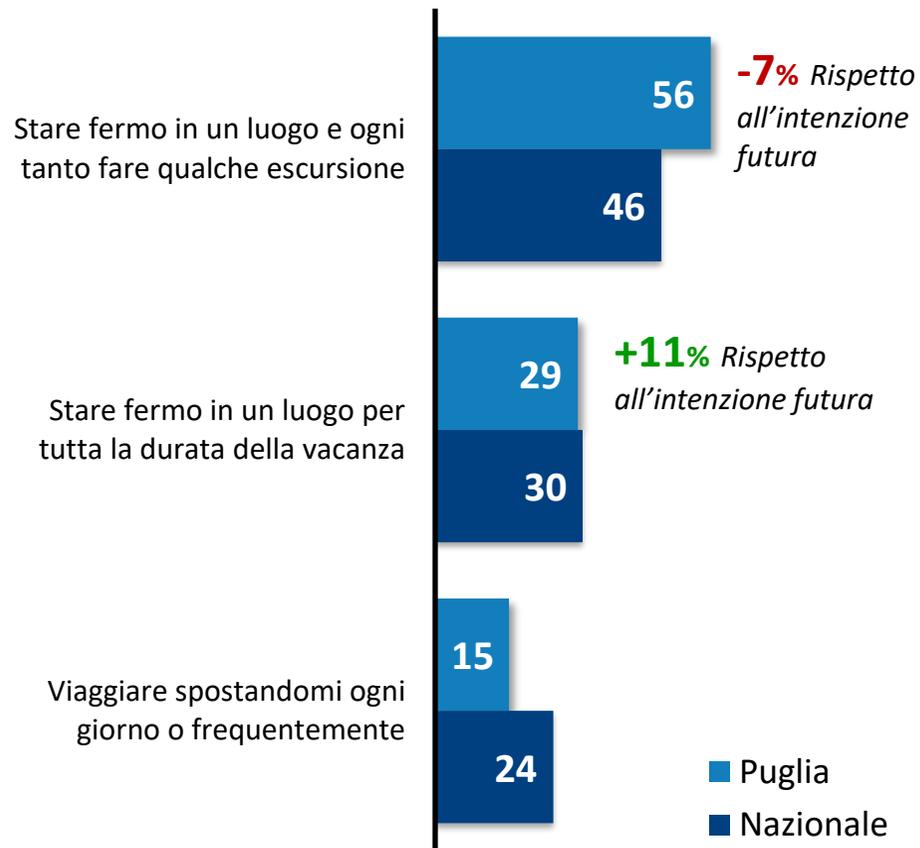
# La mobilità dei vacanzieri

Durante la sua prossima vacanza intende...



Risponde chi intende viaggiare (587), chi andrà in Puglia (79).

Durante la sua ultima vacanza ha preferito:



Risponde chi ha già viaggiato (417), chi è andato in Puglia (47).

# L'impatto del Covid-19 sulle esigenze e le abitudini dei turisti



**SWG**



UNIONE EUROPEA

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



REGIONE PUGLIA  
ASSOCIATO  
REGIONALE PUGLIESE  
SICILIANO E CALABRO  
DEI TURISTI



PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo

**CISET**

# La sicurezza degli aspetti di una vacanza: aspettative

In generale, quanto valuta sicure le seguenti dimensioni della vacanza estiva che ha in mente di fare in questa fase dell'emergenza? Dia un voto da 1 a 10 (dove 1=per niente sicuro e 10= del tutto sicuro) pensando alla destinazione da lei scelta per la sua prossima vacanza.

Valori medi	Ha viaggiato in Puglia	Rispetto alla rilevazione di luglio	Ha viaggiato in generale	Rispetto alla rilevazione di luglio
Le strutture balneari private	6,4	-1,1	6,2	-0,7
Le strutture ospitanti (hotel, BnB...)	6,4	-1,1	6,8	-0,2
Le strutture balneari pubbliche	6,4	=	5,9	-0,1
Piazze e parchi	6,1	-0,9	6,6	-0,3
Chioschi e ritrovi all'aperto	6,0	-0,9	6,1	-0,4
Ristoranti e bar	5,8	-1,2	6,0	-0,6
Il trasporto pubblico locale/regionale	4,3	-1,1	5,1	-0,3
Discoteche e club	3,2	-1,0	3,5	-0,5

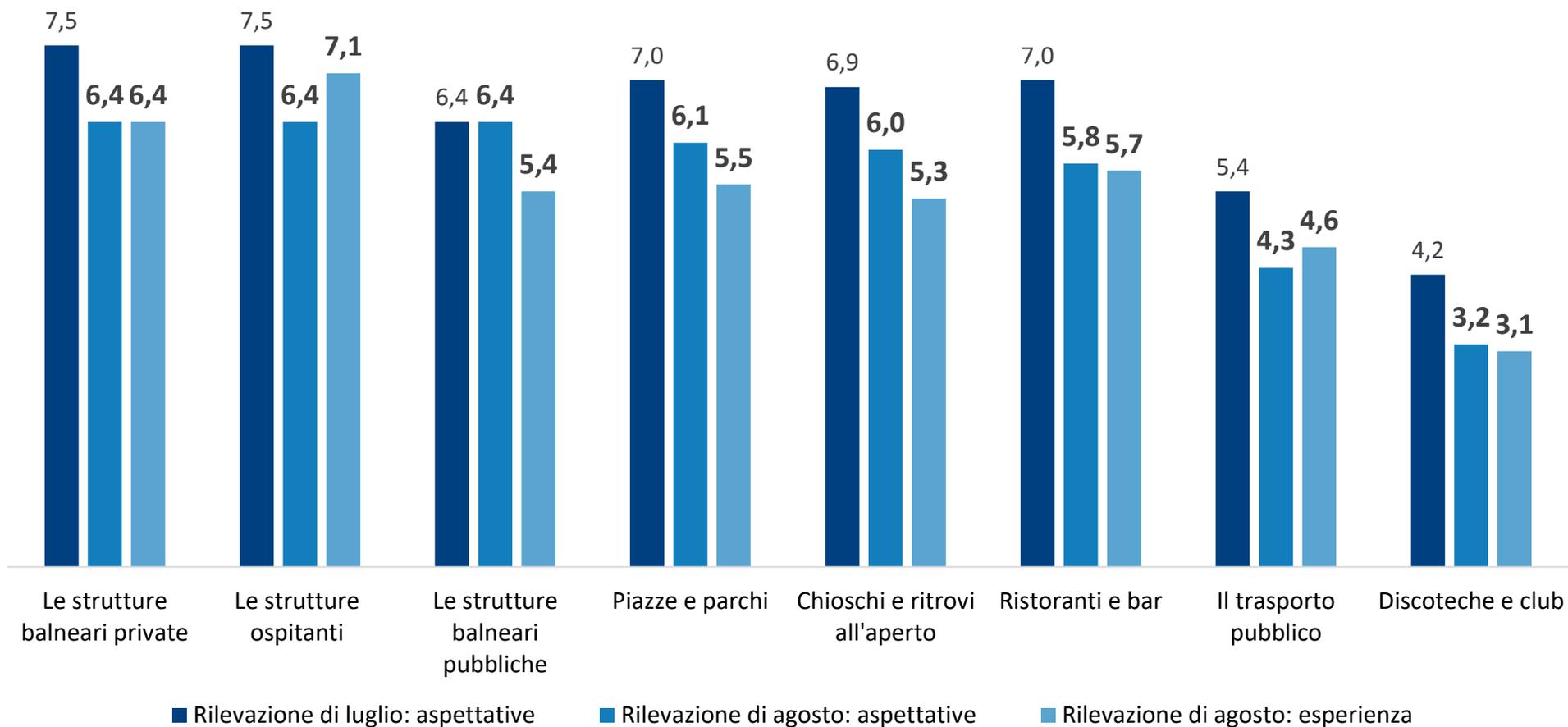
# La sicurezza degli aspetti di una vacanza: esperienza

In generale, quanto valuta sicure le seguenti dimensioni della vacanza estiva che ha recentemente effettuato? Dia un voto da 1 a 10 (dove 1=per niente sicuro e 10= del tutto sicuro)

Valori medi	Ha viaggiato in Puglia	Rispetto a chi intende viaggiare in Puglia	Ha viaggiato in generale	Rispetto a chi intende viaggiare in generale
Le strutture balneari private	6,4	=	5,9	-0,3
Le strutture ospitanti (hotel, BnB...)	7,1	+0,7	6,8	=
Le strutture balneari pubbliche	5,4	-0,1	5,5	-0,4
Piazze e parchi	5,5	-0,6	6,5	-0,1
Chioschi e ritrovi all'aperto	5,3	-0,7	6,0	-0,1
Ristoranti e bar	5,7	-0,1	6,3	+0,3
Il trasporto pubblico locale/regionale	4,6	+0,3	4,6	-0,5
Discoteche e club	3,1	-0,1	2,8	-0,7

# La sicurezza degli aspetti di una vacanza: tra aspettative e realtà

Rappresentazione delle valutazioni dei soggetti che andranno e che hanno svolto le proprie vacanze in Puglia



# Chi garantisce maggiore sicurezza in estate: aspettative

Quali sono i soggetti che ritiene affidabili nel garantire sicurezza nel periodo estivo? Dia un voto da 1 a 10 (dove 1=per niente sicuro e 10= del tutto sicuro) pensando alla destinazione da lei scelta per la sua prossima vacanza.

<b>Valori medi</b>	<b>Ha viaggiato in Puglia</b>	<i>Rispetto alla rilevazione di luglio</i>	<b>Ha viaggiato in generale</b>	<i>Rispetto alla rilevazione di luglio</i>
Bagnini/operatori impianti balneazione	<b>6,1</b>	-0,9	<b>6,2</b>	-0,5
Abitanti locali	<b>6,0</b>	-0,7	<b>6,3</b>	-0,2
Ristoratori/ camerieri	<b>6,0</b>	-0,9	<b>6,1</b>	-0,7
Turisti italiani	<b>5,8</b>	-0,3	<b>5,8</b>	-0,1
Baristi	<b>5,8</b>	-0,9	<b>5,9</b>	-0,6
Guide turistiche	<b>5,7</b>	-1,3	<b>6,2</b>	-0,6
Operatori di trasporto privato	<b>5,7</b>	-0,8	<b>5,9</b>	-0,4
Bagnanti	<b>5,2</b>	-0,5	<b>5,5</b>	=
Turisti stranieri	<b>4,7</b>	-0,9	<b>5,1</b>	-0,4

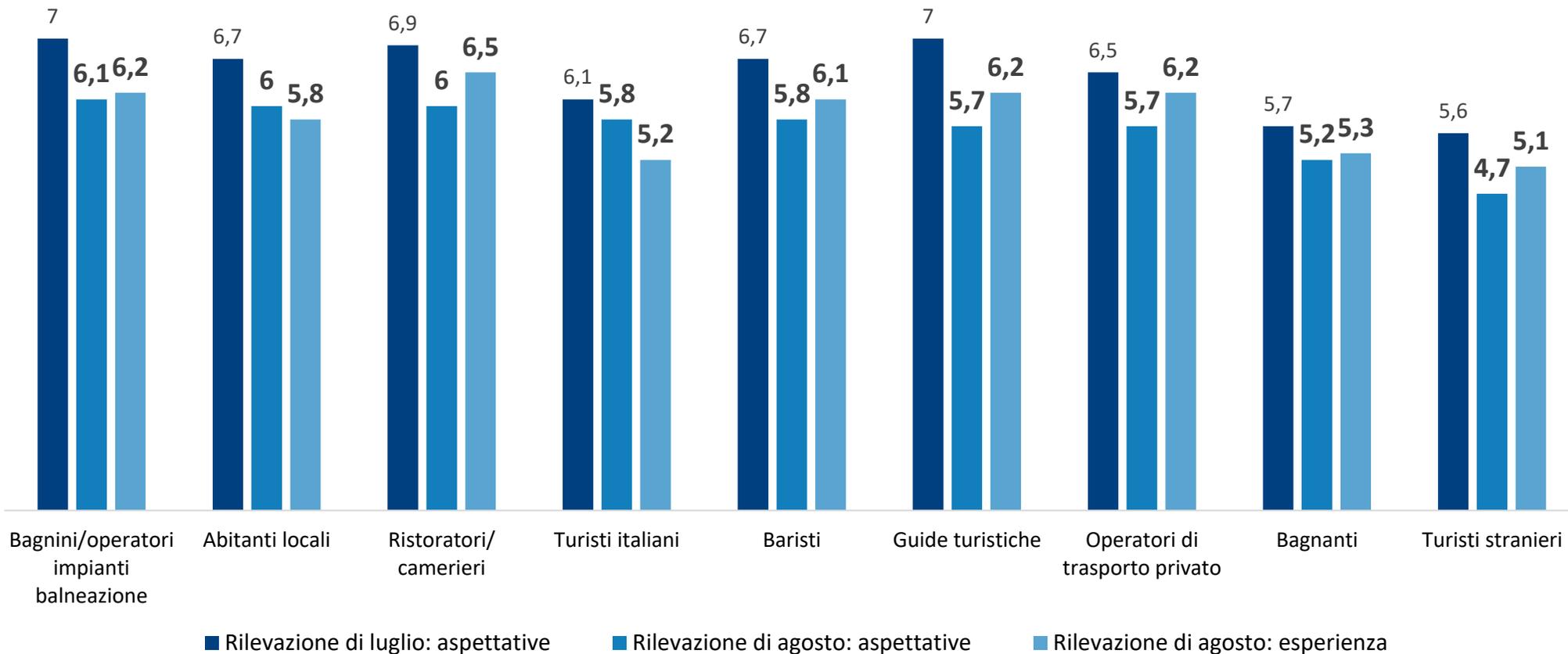
# Chi garantisce maggiore sicurezza in estate: esperienza

Pensando alla sua ultima vacanza, dia un voto da 1 a 10 (dove 1=per niente sicuro e 10= del tutto sicuro) ai seguenti soggetti nel comportamento rispetto all'attuale emergenza sanitaria.

<b>Valori medi</b>	<b>Ha viaggiato in Puglia</b>	<i>Rispetto a chi intende viaggiare in Puglia</i>	<b>Ha viaggiato in generale</b>	<i>Rispetto a chi intende viaggiare in generale</i>
Ristoratori/ camerieri	<b>6,5</b>	+0,5	<b>6,5</b>	+0,4
Guide turistiche	<b>6,2</b>	+0,5	<b>6,6</b>	+0,4
Bagnini/operatori impianti balneazione	<b>6,2</b>	+0,1	<b>6,5</b>	+0,3
Operatori di trasporto privato	<b>6,2</b>	+0,5	<b>6,2</b>	+0,3
Baristi	<b>6,1</b>	+0,3	<b>6,4</b>	+0,5
Abitanti locali	<b>5,8</b>	-0,2	<b>6,3</b>	=
Bagnanti	<b>5,3</b>	+0,1	<b>5,3</b>	-0,2
Turisti italiani	<b>5,2</b>	-0,6	<b>5,5</b>	-0,3
Turisti stranieri	<b>5,1</b>	+0,4	<b>5,2</b>	+0,1

# Chi garantisce maggiore sicurezza in estate: tra aspettative e realtà

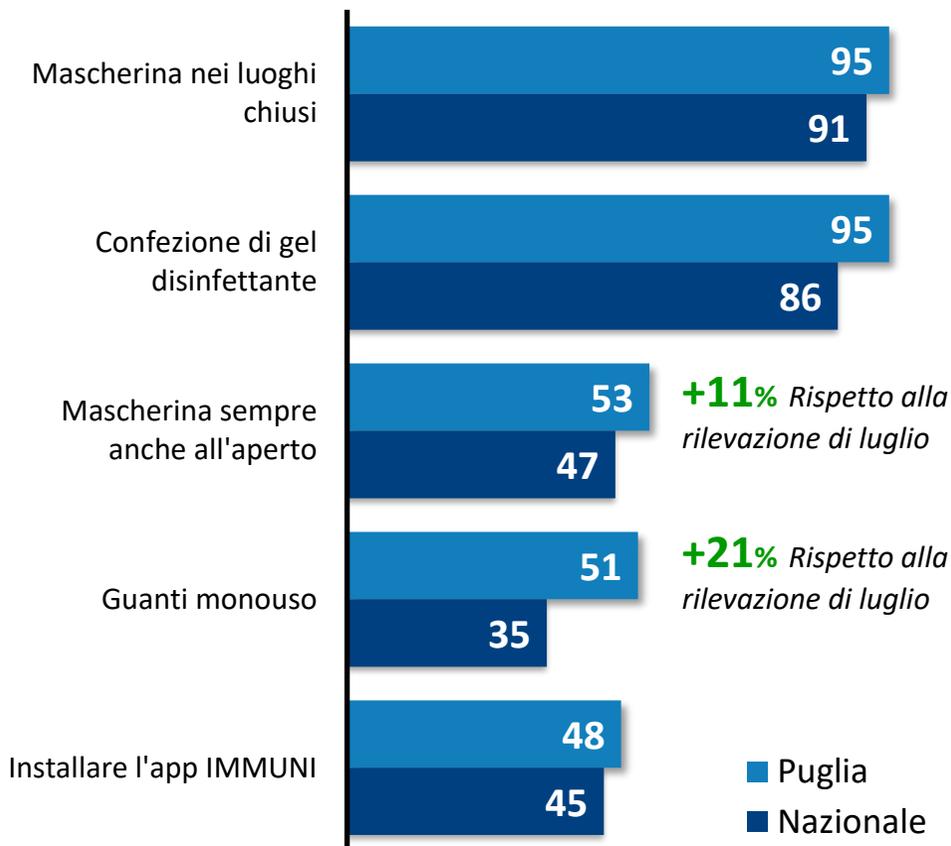
Rappresentazione delle valutazioni dei soggetti che andranno e che hanno svolto le proprie vacanze in Puglia



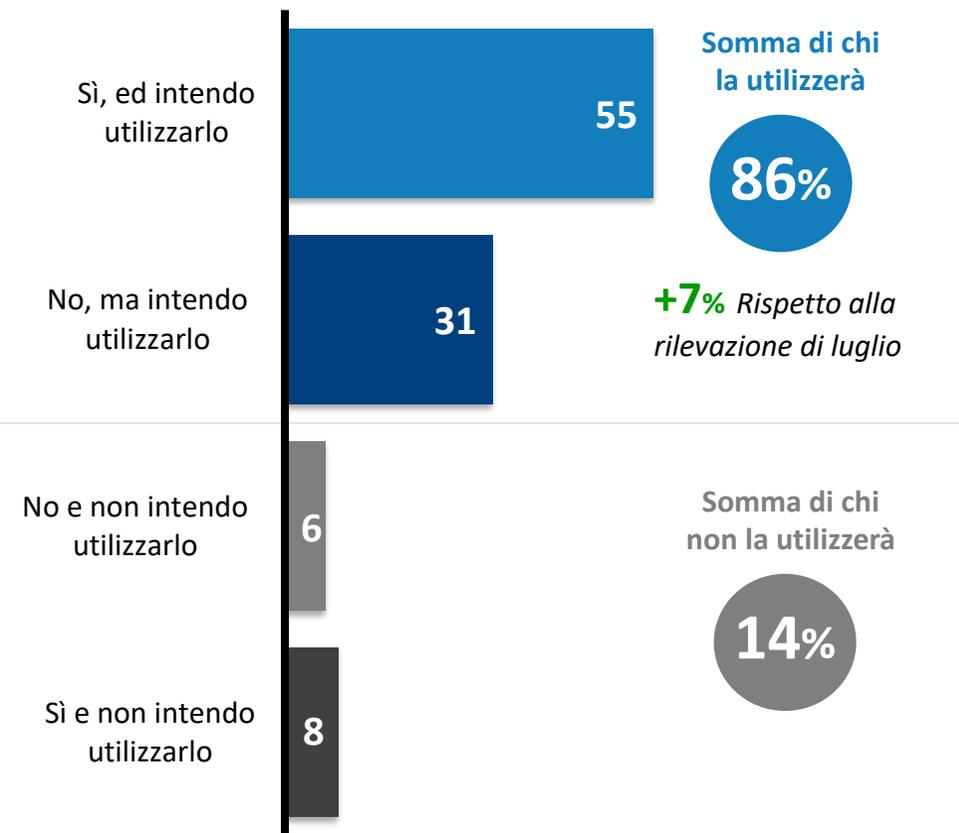
# Le misure anti-Covid durante la vacanza

Quali sono le misure anti-Covid che intende mantenere durante la vacanza? *Modalità di risposta «sì» o «no».*

(% di risposte affermative)

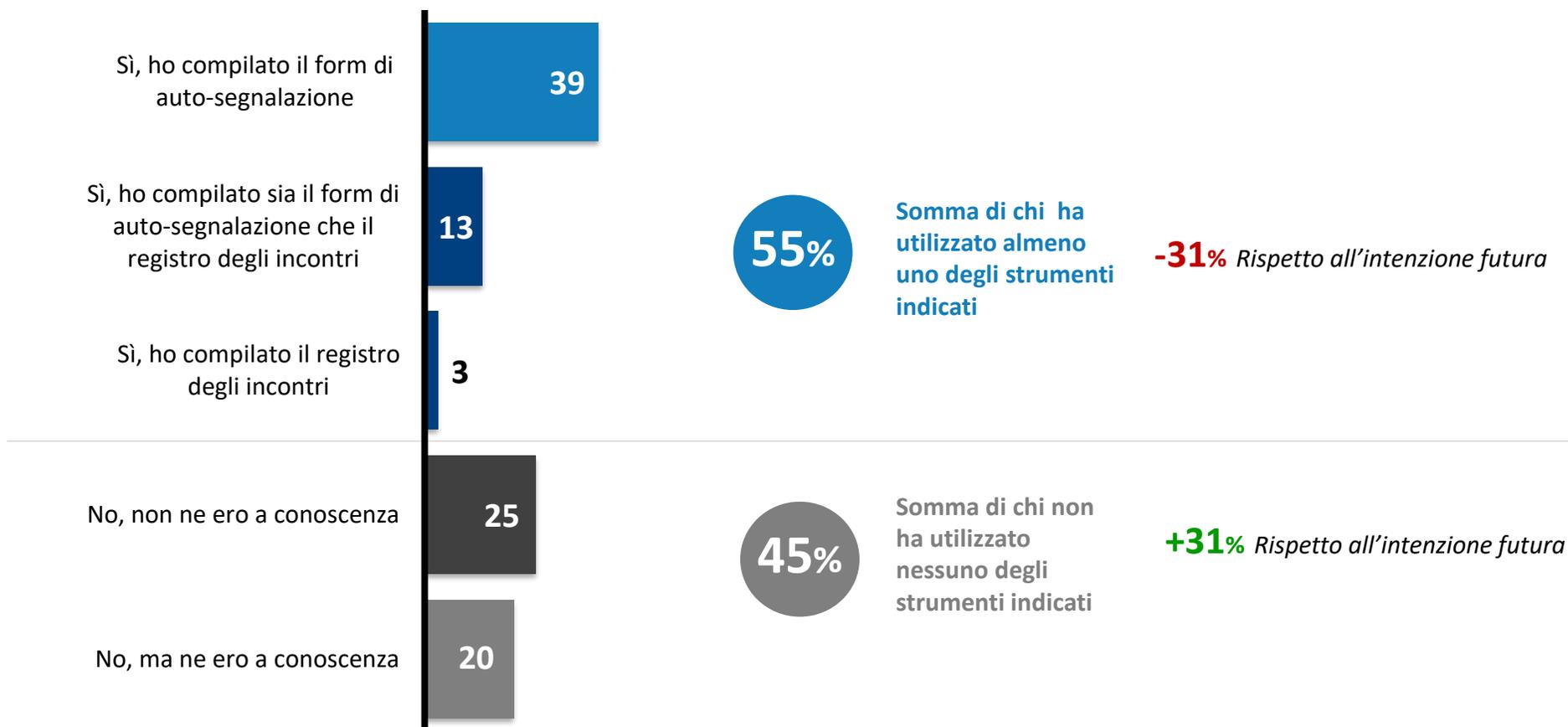


Nello specifico, è a conoscenza del fatto che la regione Puglia invita i turisti in arrivo alla compilazione di un form di auto-segnalazione e di un registro delle persone incontrate durante la propria permanenza?



# Il form e il registro per chi ha viaggiato in Puglia

Durante il suo ultimo soggiorno in Puglia ha aderito alla compilazione del form di auto-segnalazione e ha compilato il registro delle persone incontrate durante la propria permanenza, come richiesto dalla regione Puglia?



# Le aspettative per l'offerta pugliese



**SWG**



UNIONE EUROPEA

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



REGIONE PUGLIA  
ASSOCIATO  
REGIONALE PER LO SVILUPPO  
ECONOMICO E SOCIALE  
DEL MEDITERRANEO



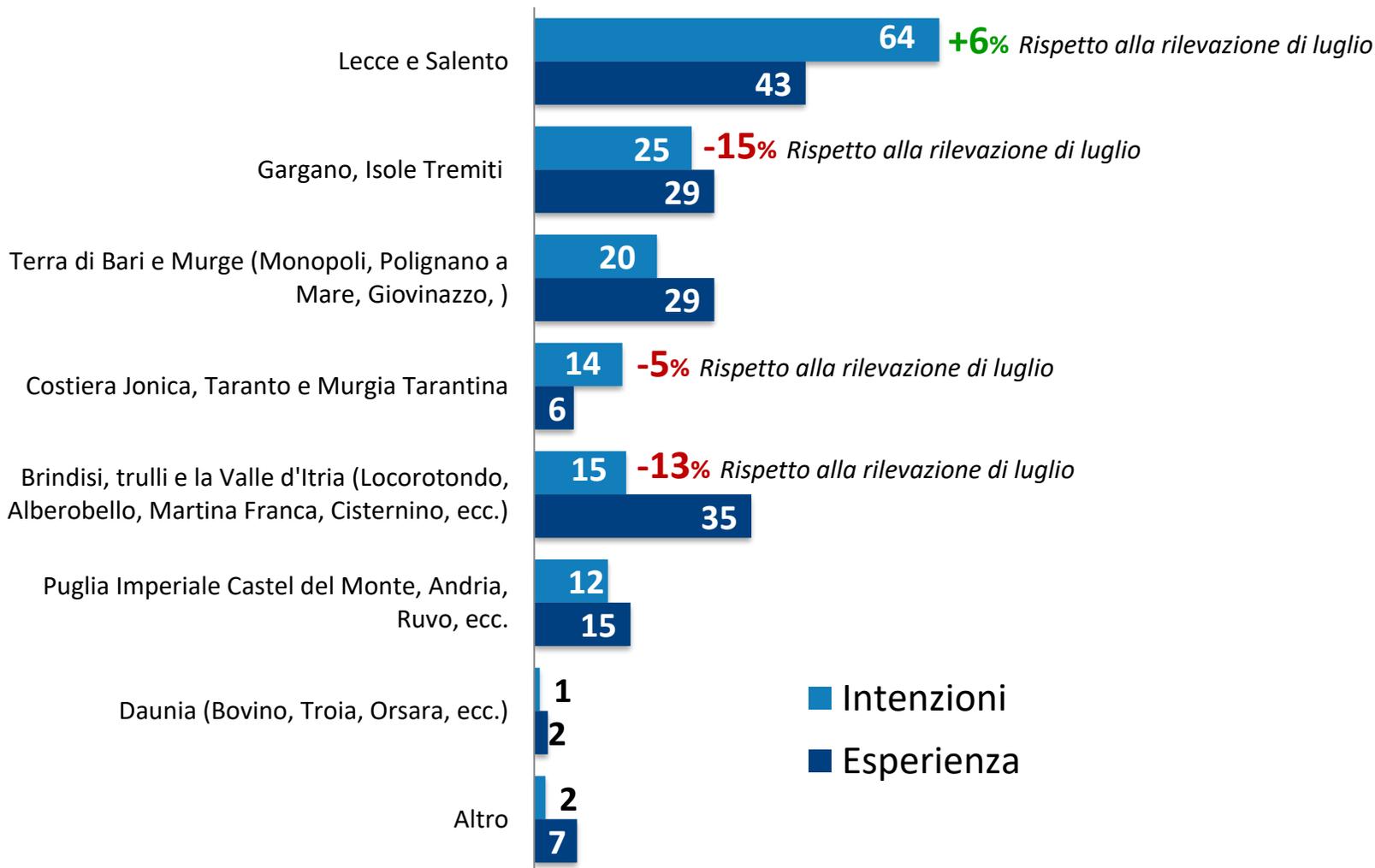
PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo

**CISET**

# La Puglia: le mete preferite

In quali dei luoghi e zone turistiche della Puglia le piacerebbe andare in vacanza? *Possibili più risposte*

In quali dei luoghi e zone turistiche della Puglia è stato durante la sua ultima vacanza? *Possibili più risposte*



# La Puglia: confronto temporale tra le intenzioni di viaggio

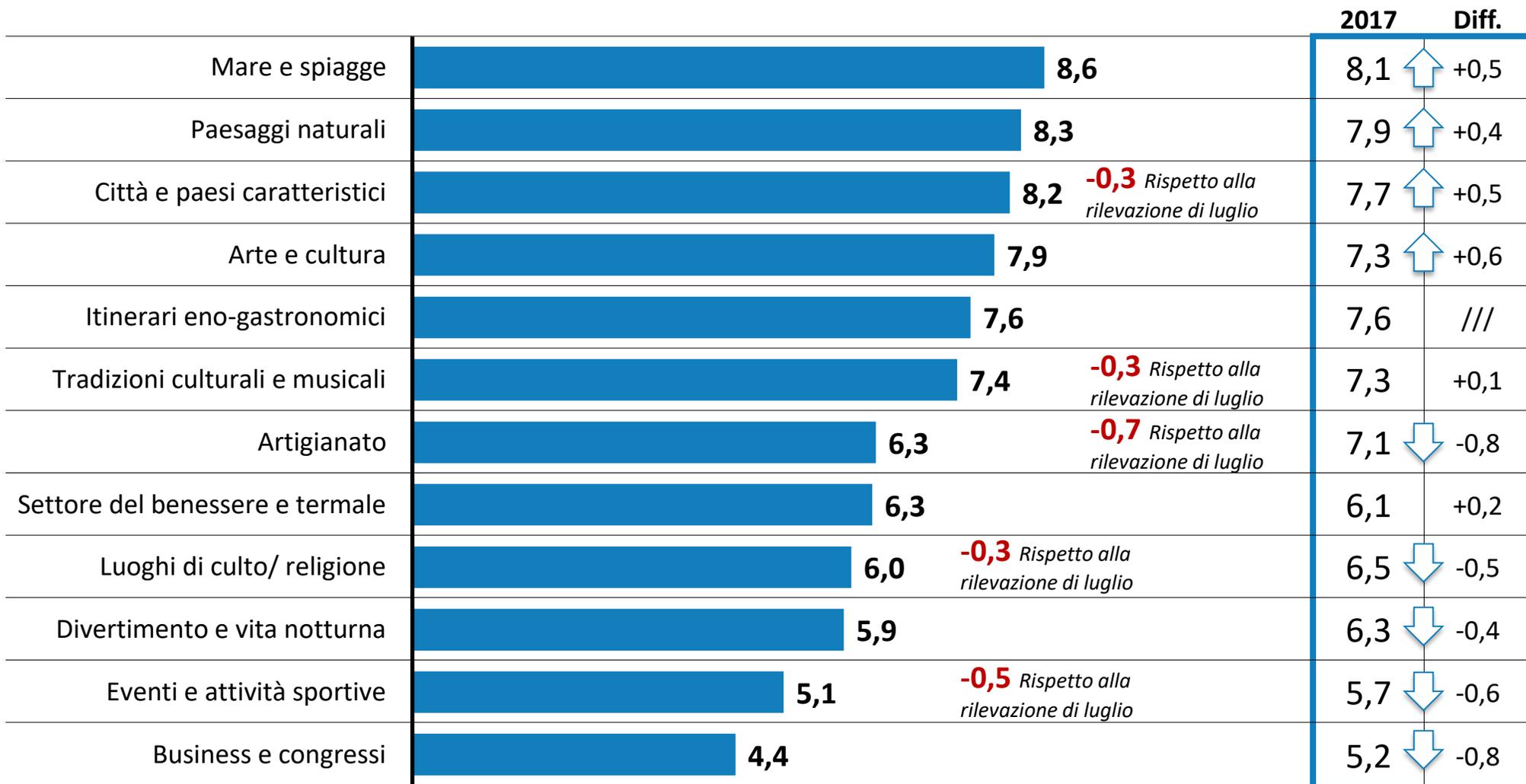
E in quali dei luoghi e zone turistiche della Puglia le piacerebbe andare in vacanza? *Possibili più risposte.*

*A scopo comparativo sono state unite le modalità «Gargano (...)» e «Bovino (...)» per rendere confrontabili i risultati passati.*

	Agosto 2020	Luglio 2020	2017	2015
Lecce e Salento	64	↑ 58	51	50
Gargano, Isole Tremiti e Daunia (Bovino, Troia, Orsara, ecc.)	26	↓ 45	48	51
Terra di Bari e Murge (Monopoli, Polignano a Mare, Giovinazzo, )	20	21	29	12
Brindisi, trulli e la Valle d'Itria (Locorotondo, Alberobello, Martina Franca, Cisternino, ecc.)	15	↓ 28	34	25
Costiera Jonica, Taranto e Murgia Tarantina	14	↓ 19	28	30
Puglia Imperiale Castel del Monte, Andria, Ruvo, ecc.	12	9	///	///
Nessuna	2	0	6	5

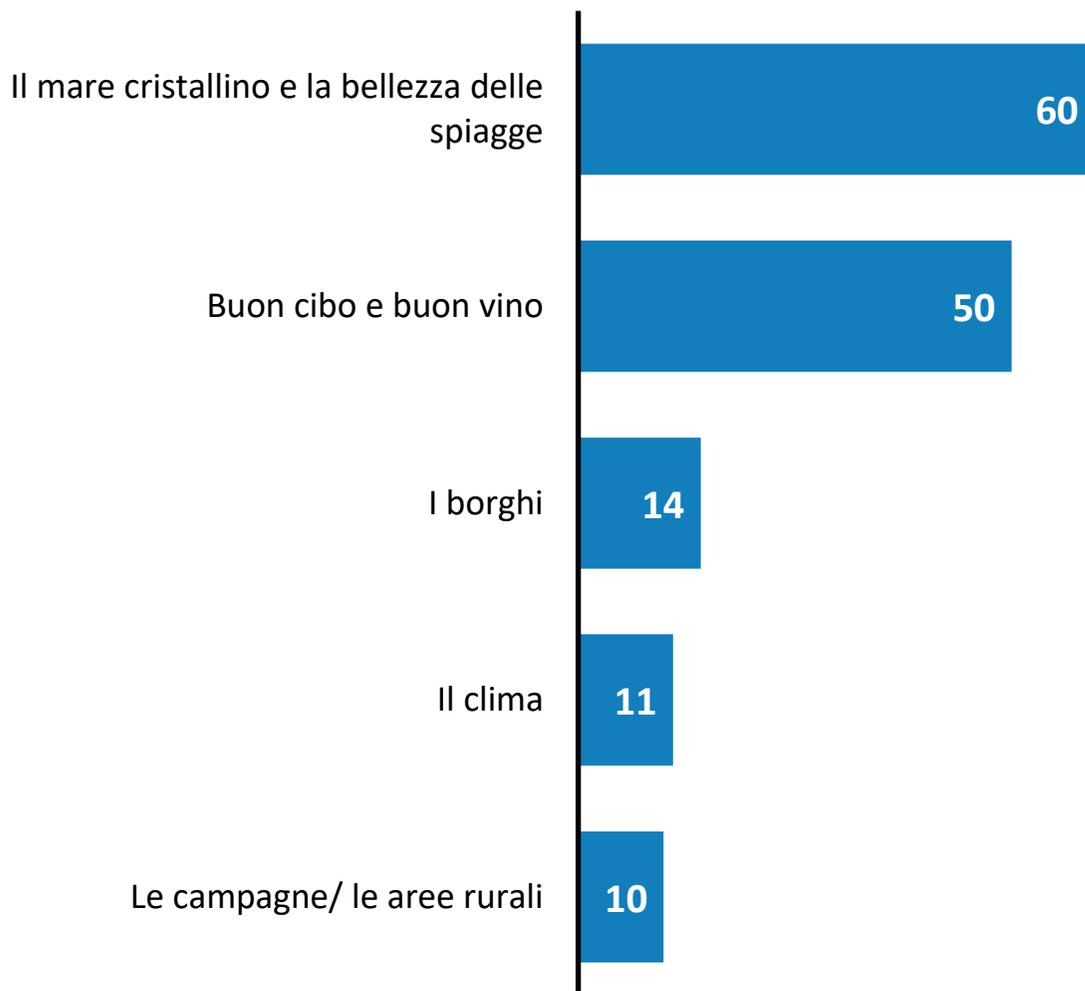
# La Puglia: attrattività dell'offerta turistica

In una scala da 1 a 10, quanto la attrae ciascuno dei seguenti aspetti dell'offerta turistica della Puglia?



# La Puglia: gli aspetti più apprezzati

Cosa le è piaciuto di più della Puglia (possibili 2 risposte)



## ALTRE MODALITÀ SELEZIONATE

La natura incontaminata e i parchi naturali	5
Le città d'arte	4
La gente	2
I siti archeologici	1
L'offerta storico-culturale	1
Altro	9

# Le maggiori attrazioni della Puglia

In una scala da 1 a 10 quanto le interessa visitare le seguenti località?



Trulli di Alberobello

2020	2017
7,5	7,8



Castel del Monte

2020	2017
7,1	7,1



Cattedrale di Santa Maria Annunziata

2020	2017
7,1	6,8



Duomo di Santa Maria Assunta

2020	2017
7,0	6,9



Santuario di San Michele Arcangelo

2020	2017
6,7	6,9



Basilica di San Nicola

2020	2017
6,7	7,0



Basilica di Santa Caterina d'Alessandria

2020	2017
6,6	6,7



Cattedrale di San Sabino

2020	2017
6,6	6,7



Cattedrale di Santa San Nicola Pellegrino

2020	2017
6,5	6,8



Museo Nazionale Archeologico di Taranto

2020	2017
6,5	6,9

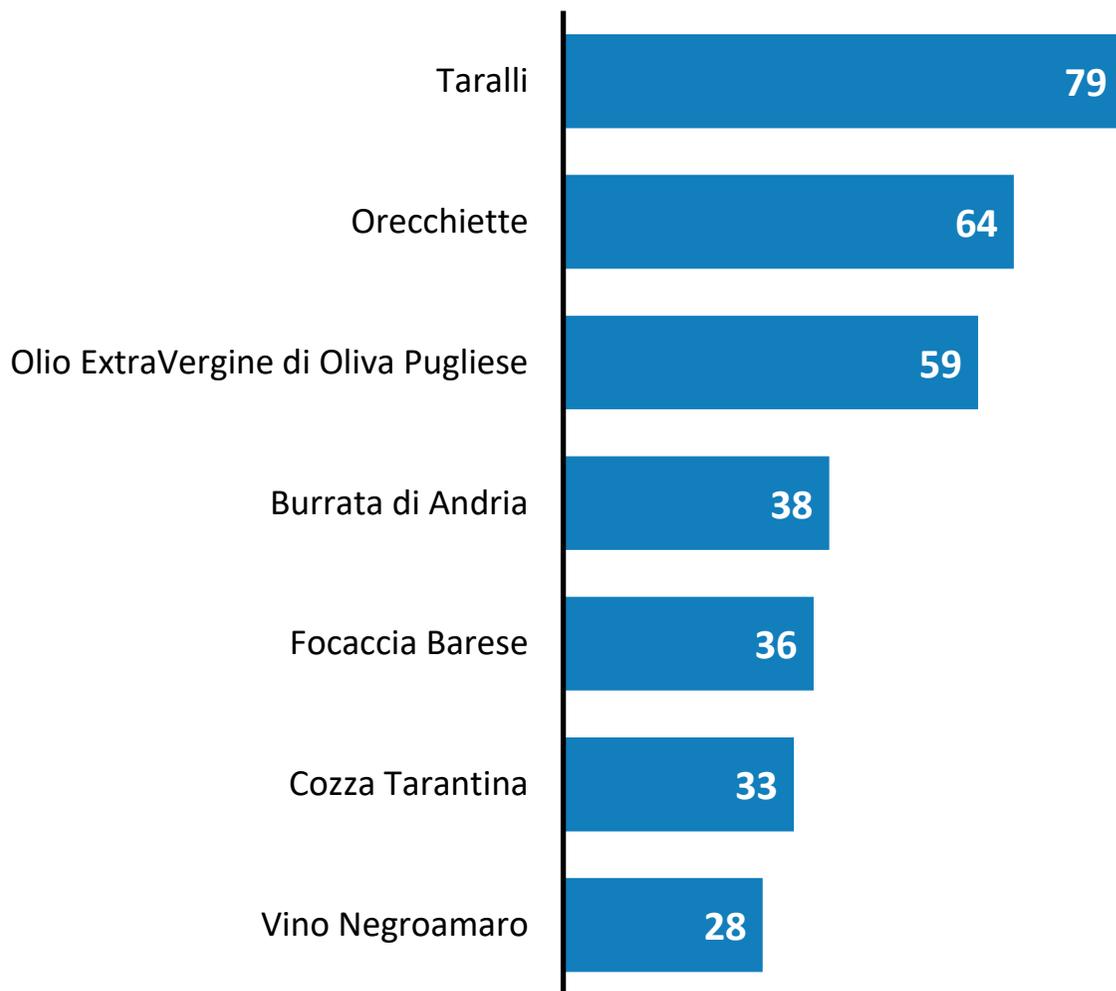
# Interesse verso i prodotti pugliesi

In una scala da 1 a 10, quanto le interessa provare (o riprovare)...

	agosto 2020	luglio 2020	Differenza agosto vs luglio	2017	Differenza Ago 2020 vs 2017
Olio Extra Vergine di Oliva	8,7	8,6	+0,1	8,2	+0,5
Orecchiette	8,7	8,5	+0,2	8,2	+0,5
Focaccia Barese	8,5	8,4	+0,1	7,7	+0,8
Pane di Altamura	8,4	8,4	=	7,7	+0,7
Burrata di Andria	8,4	8,4	=	7,9	+0,5
Caciocavallo Podolico	8,3	8,2	+0,1	7,4	+0,9
Cozza Tarantina	8,3	7,9	+0,4	7,9	+0,4
Taralli	8,2	8,1	+0,1	7,0	+1,2
Capocollo di Martina Franca	8,1	8,0	+0,1	7,1	+1,0
Cipolla Rossa di Acquaviva delle Fonti	8,0	7,6	+0,4	7,1	+0,9
Vino Negroamaro	8,0	7,7	+0,3	7,0	+1,0
Ciliegia Ferrovia	8,0	8,1	-0,1	6,5	+1,5
Vino Salice Salentino	7,8	7,8	=	7,0	+0,8
Vino Primitivo	7,8	7,8	=	6,9	+0,9
Vino Nero di Troia	7,8	7,5	+0,3	6,7	+1,1

# I prodotti più consumati dell'offerta pugliese

Quali dei seguenti prodotti ha avuto modo di provare durante il suo soggiorno in Puglia? (più risposte possibili)



## ALTRE MODALITÀ SELEZIONATE

Pane di Altamura	27
Vino Salice Salentino	21
Caciocavallo Podolico	20
Capocollo di Martina Franca	19
Vino Primitivo	18
Vino Nero di Troia	8
Cipolla Rossa di Acquaviva delle Fonti	6
Ciliegia Ferrovia	4

# La performance pugliese



**SWG**



UNIONE EUROPEA

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



REGIONE PUGLIA  
ASSOCIATO REGIONALE CALABRESI  
MIGRATI E ITALIANI  
DI MERITUMORI

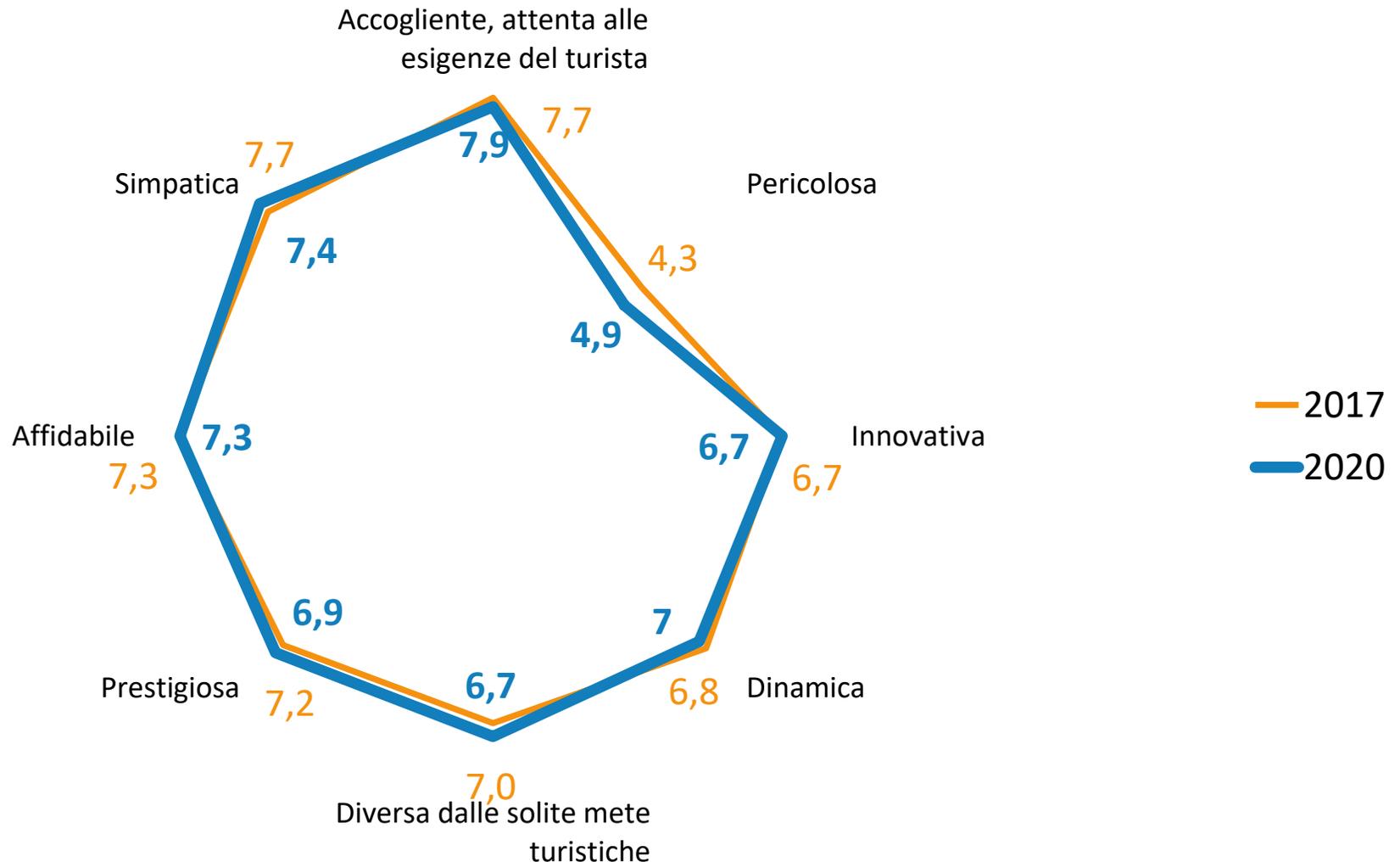


PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo

**CISSET**

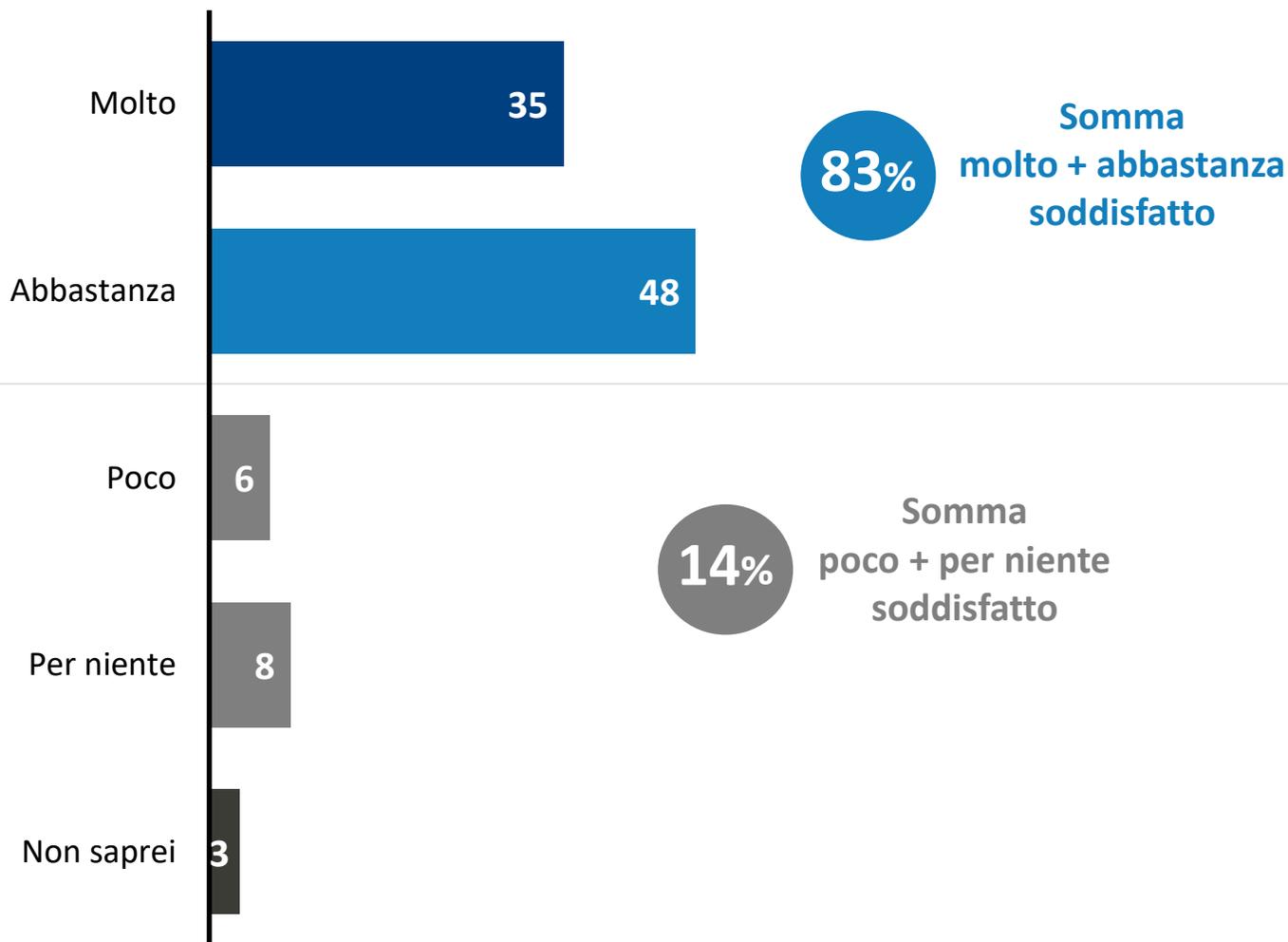
# La percezione della Puglia da parte di chi l'ha vissuta

Usando una scala da 1 a 10, indichi quanto ritiene la Puglia sia:



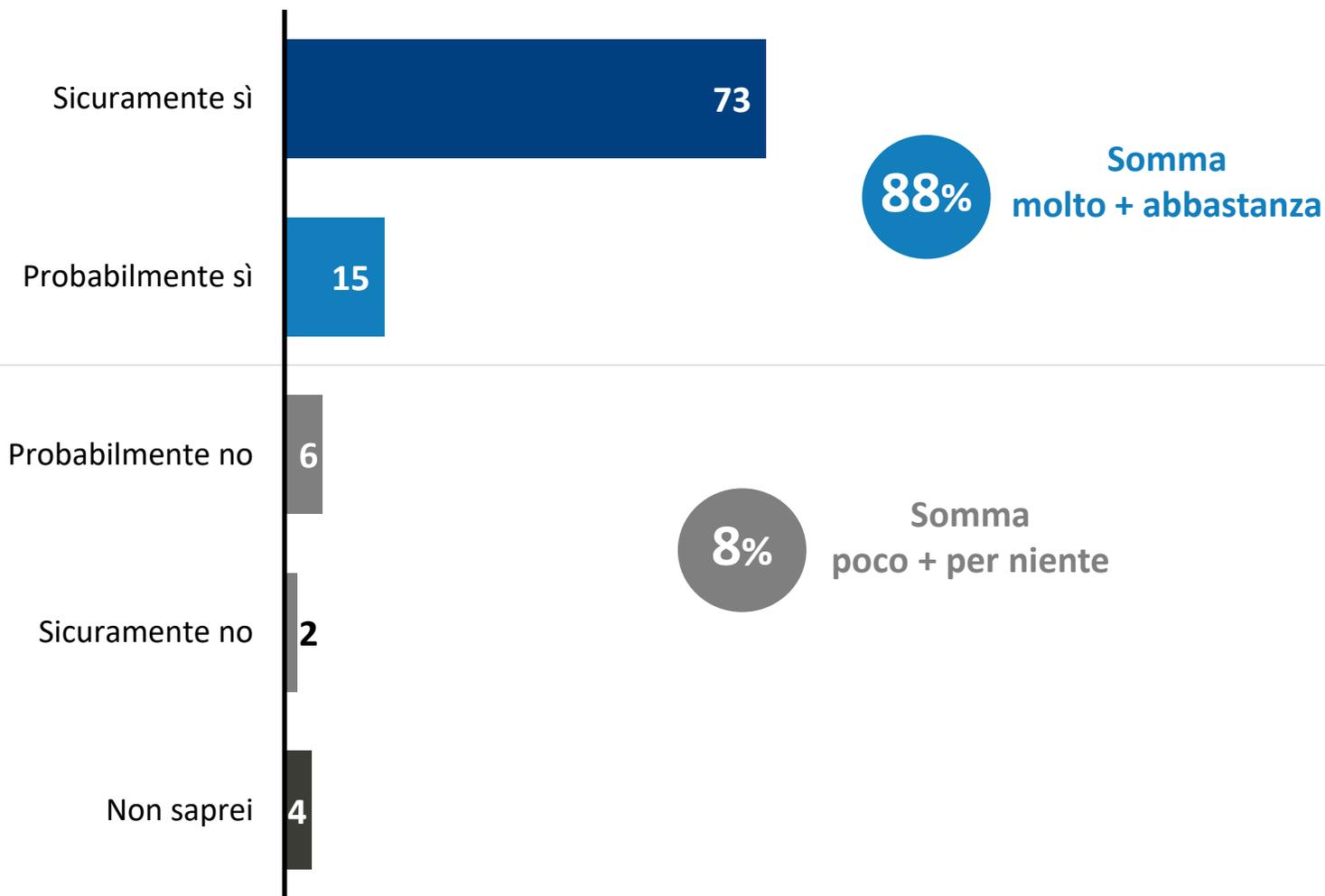
# La soddisfazione per l'offerta turistica pugliese 2020

Quanto è soddisfatto della sua vacanza in Puglia di quest'anno? (una risposta possibile)



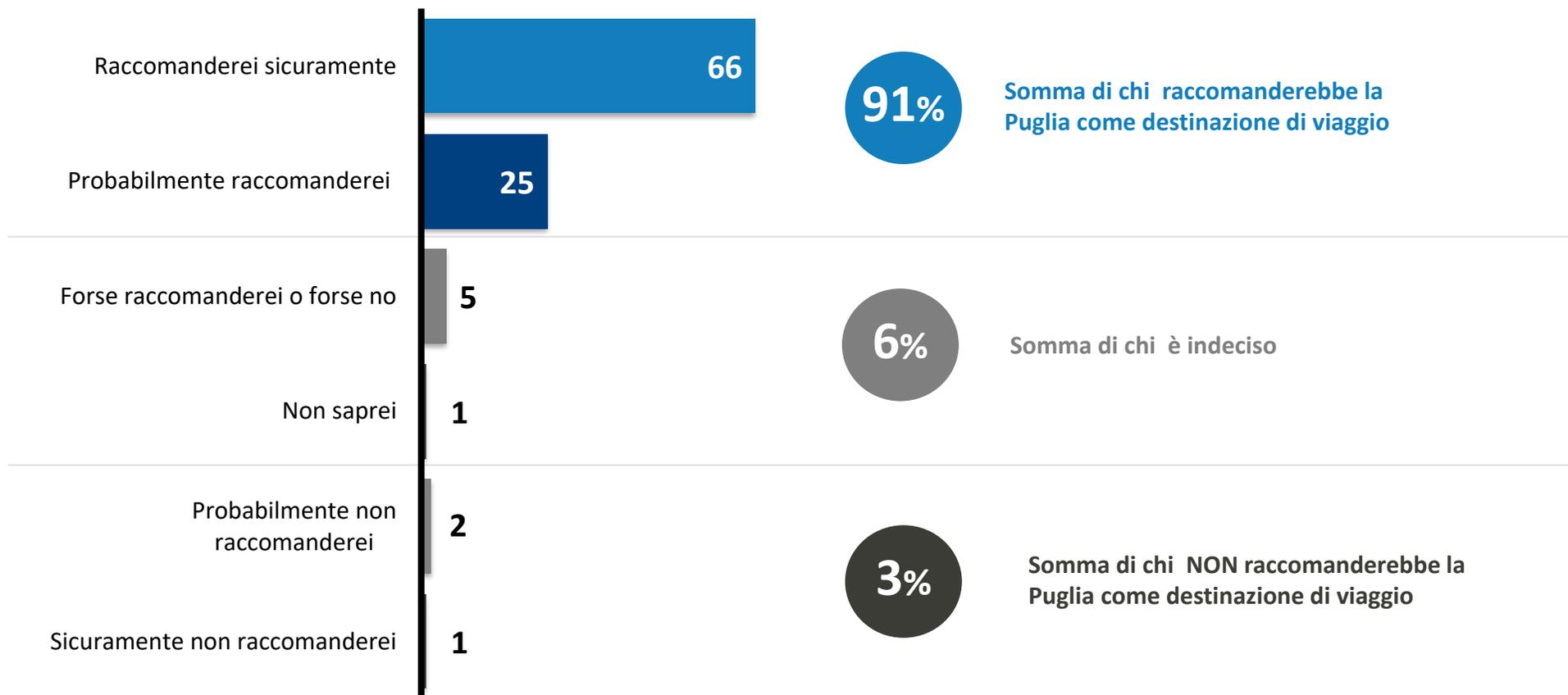
# Le conferme di chi è stato in Puglia

Dopo questa esperienza lei tornerebbe in Puglia in futuro per le sue vacanze? *(una risposta possibile)*



# La raccomandabilità dell'esperienza «Puglia»

Sulla base della sua esperienza o dell'idea che si è fatto della regione Puglia...



# Il «new normal» del Workation: lavorare in vacanza



**SWG**



UNIONE EUROPEA

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



REGIONE PUGLIA  
ASSOCIATO  
REGIONALE INTERCOMUNALE  
MONTANO E MONTAGNANO  
DEI MURICCIOLI

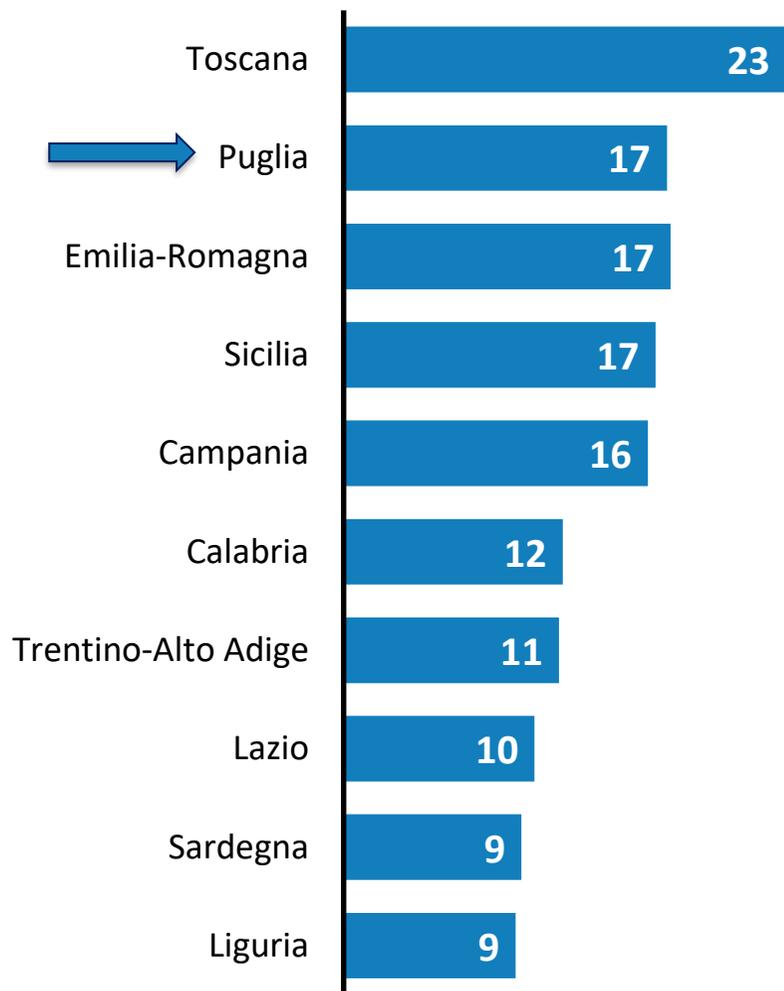


PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo

**CISET**

# Workation in Italia: le mete preferite

Potendo scegliere un luogo dove posizionarsi per lavorare a distanza per un certo periodo, ad esempio in settembre o ottobre, quali regioni prenderebbe in considerazione? (5 risposte possibili)

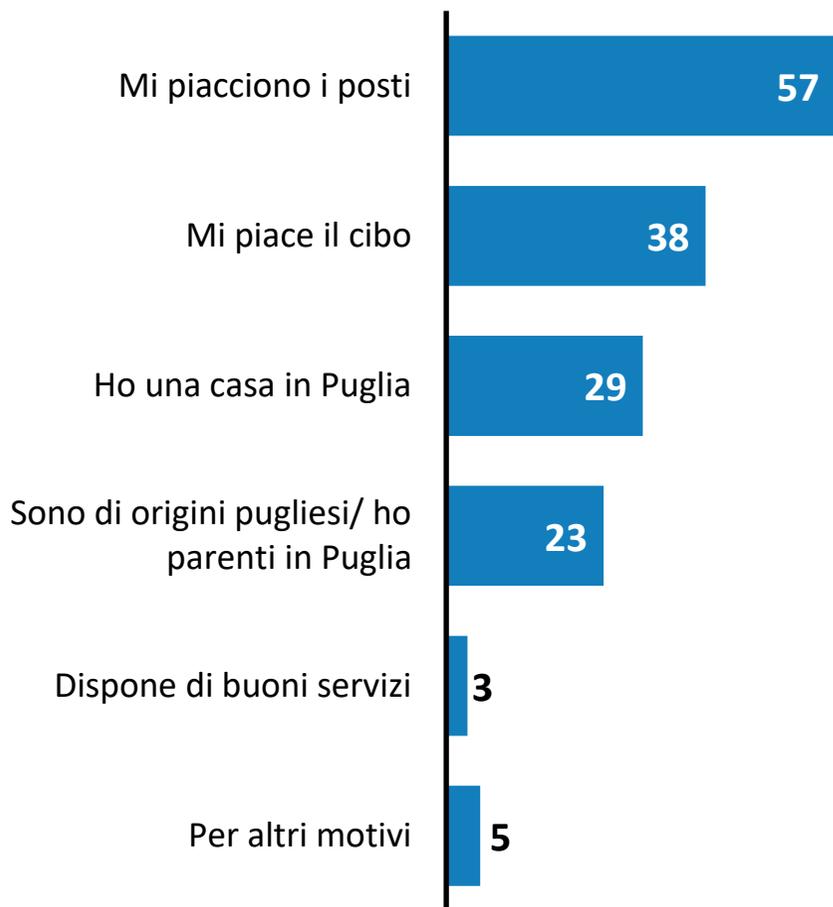


## ALTRE REGIONI:

Marche	9
Umbria	8
Abruzzo	7
Basilicata	6
All'estero	6
Lombardia	6
Valle d'Aosta	6
Piemonte	5
Veneto	4
Molise	3
Friuli-Venezia Giulia	1

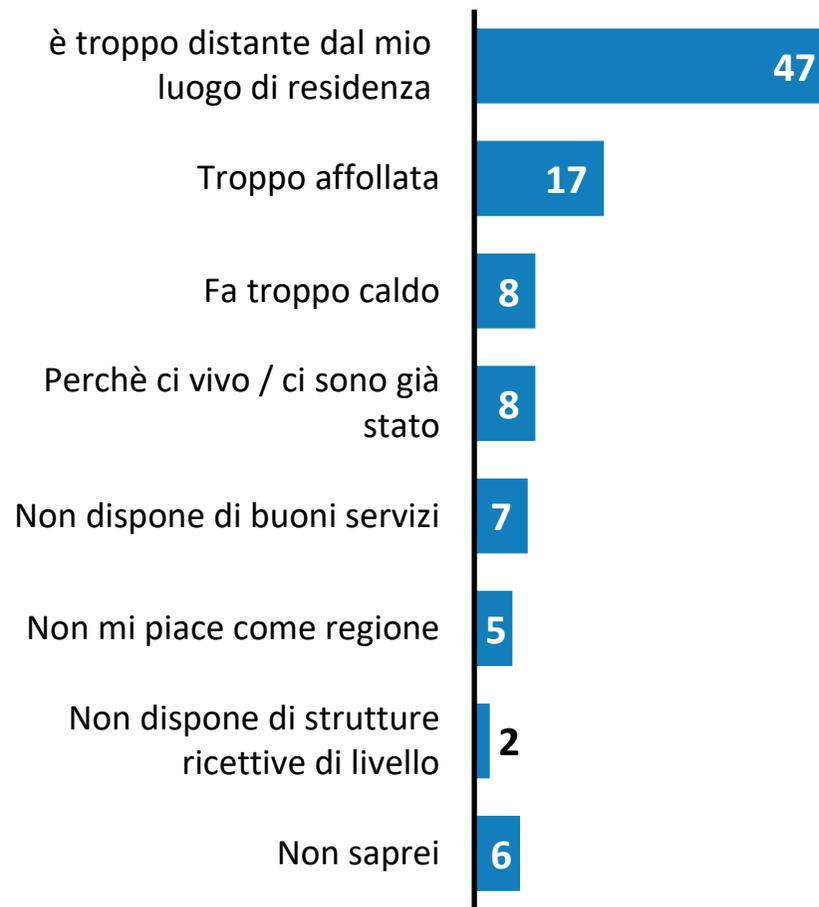
# Workation in Italia: la scelta pugliese

Per quale motivo sceglierebbe la Puglia come sede di lavoro a distanza? (più risposte possibili)



Risponde chi sceglierebbe la Puglia come meta per «workation» (37)

Per quale motivo non sceglierebbe la Puglia come sede di lavoro a distanza? (una risposta possibile)



Risponde chi non sceglierebbe la Puglia come meta per «workation» (180)

# Sintesi dei dati sul turismo pugliese



**SWG**



UNIONE EUROPEA

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



REGIONE PUGLIA  
ASSOCIATO REGIONALE REGIONALE  
MATERA E MURAGLIA  
DI MURAGLIA



PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo

**CISET**

# Sintesi

## Le motivazioni di una vacanza in Puglia

Le ragioni principali per scegliere la Puglia come meta per le vacanze del bimestre settembre-ottobre sono principalmente legate alle esperienze pregresse positive. Il profilo del turista habitué risulta essere quello principale, sia tra chi viaggerà nei prossimi mesi (**52%**, **+ 12%** rispetto alla rilevazione di luglio) sia tra i soggetti che hanno raggiunto la regione pugliese negli scorsi mesi (**46%**). Largamente presente anche la figura del turista residente o con legami familiari nella regione (**27%** tra chi ha viaggiato negli scorsi mesi). Al tempo stesso molti degli intervistati che affermano di aver visitato spesso la Puglia in questo periodo preferiscono scoprire qualcosa di nuovo. In linea con il risultato nazionale, la maggior parte dei turisti della bassa stagione preferiscono effettuare le proprie vacanze a settembre, con una durata inferiore ai 7 giorni. Persiste però un segmento (**26%**) di turisti che effettuerà un periodo medio-lungo di vacanza nella regione (da 8 a 14 giorni, **+8%** rispetto alla media nazionale). Le destinazioni preferite si riconfermano il Salento (**64%**, **+6%** rispetto alla rilevazione di luglio), mentre perdono di attrattività rispetto al periodo centrale dell'estate il Gargano e le isole Tremiti (**25%**, **-15%**) e la zona di Brindisi (**15%**, **-13%**). Per quanto riguarda l'interesse per i prodotti pugliesi invece, si può notare una riconferma dei risultati ottenuti nell'indagine di agosto che confermano un crescente interesse nei prodotti disponibili nella regione.

## La tipologia di viaggio

La scelta della struttura per questo periodo di vacanza mostra nel caso pugliese una predilezione per le strutture con un'accoglienza più strutturata, con un notevole incremento per le strutture alberghiere di grande dimensione (**+11%** rispetto alla rilevazione di luglio) mentre i soggetti che hanno già viaggiato nei mesi scorsi affermano di aver preferito case in affitto (**32%**, **+18%** rispetto alla rilevazione di luglio) e l'ospitalità di amici e parenti (**22%**, **+11%** rispetto alla rilevazione di luglio).

Il budget per le vacanze del prossimo periodo mostra una flessione consistente in linea con l'andamento nazionale: la spesa prevista a persona per le vacanze del periodo settembre-ottobre in Puglia è di **756** euro (in particolare **+86** euro in media rispetto al campione nazionale). Ciò è dovuto sia a una generale minor propensione alla spesa causata dall'incertezza della situazione in questo periodo, sia al cambiamento di intenzioni nella pianificazione delle proprie vacanze: al confronto di luglio-agosto si intendono fare vacanze più brevi e stanziali con qualche escursione.

# Sintesi

## Impatto del Covid

Riguardo alla sicurezza percepita negli aspetti che caratterizzano la vacanza, le aspettative relative all'offerta pugliese si mostrano decisamente più basse rispetto a quelle registrate in luglio, quando il quadro emerso era molto più ottimistico. Questo aspetto è confermato dai soggetti che hanno visitato la regione negli ultimi mesi che rivalutano le strutture ospitanti (**+0,7** rispetto al valore medio dato dai futuri turisti pugliesi), mentre svalutano maggiormente le altre dimensioni considerate, specialmente per quanto riguarda chioschi e ritrovi all'aperto (**-0,7**).

Per quanto riguarda i soggetti ritenuti più affidabili durante le vacanze, la situazione risulta simile: si può notare una generale crescita della percezione del rischio rispetto alla rilevazione di luglio, specialmente per quanto riguarda gli operatori degli impianti di balneazione, ristoratori e camerieri e soprattutto le guide turistiche (**-1,3**). Fortunatamente in questo caso l'esperienza in prima persona dei soggetti che hanno visitato la regione negli ultimi mesi mostra un generale miglioramento delle valutazioni.

In merito alle disposizioni previste dalla Regione per fronteggiare l'emergenza sanitaria, si conferma e si rafforza l'ampia disponibilità dei turisti ad adottare almeno uno degli strumenti previsti (**86%**, **+7%** rispetto alla rilevazione di luglio), mentre tra i soggetti che hanno raggiunto la regione negli ultimi mesi "solo" il **55%** di questi afferma di aver adottato almeno uno degli strumenti (**-31%** rispetto all'intenzione futura).

## La valutazione dell'offerta pugliese

Gran parte dei turisti che hanno visitato la Puglia negli ultimi mesi si dichiarano soddisfatti dell'esperienza (**83%**) e il **73%** è intenzionato a tornarci, perpetrando la diffusione del profilo di turista pugliese Habitùè. Tali turisti si fanno promotori del turismo in Puglia, risultato confermato da un tasso di raccomandabilità del **91%**.

## Il «workation» in Puglia

La Puglia al tempo stesso si affaccia sul nuovo mercato turistico del «workation», indicata in 2a posizione assieme a Emilia-Romagna e Sicilia come regione preferita per tale pratica. Questo risultato sembra essere legato soprattutto alla bellezza della regione e all'offerta culinaria, mentre la distanza emerge essere il principale ostacolo.

*"There is nothing so stable as change"*  
Bob Dylan



**Valori, comportamenti, gusti, consumi e scelte politiche. Leggerli e anticiparli é la nostra missione.**

Fondata a Trieste nel 1981, SWG progetta e realizza ricerche di mercato, di opinione, istituzionali, studi di settore e osservatori, analizzando e integrando i trend e le dinamiche del mercato, della politica e della società.

SWG supporta i propri clienti nel prendere le decisioni strategiche, di comunicazione e di marketing, attraverso la rilevazione, la comprensione e l'interpretazione del pensiero e dei comportamenti dell'opinione pubblica e degli stakeholder, alla luce delle dinamiche degli scenari sociali, politici ed economici, utilizzando metodologie affidabili e innovative.

- ✓ **AFFIDABILITÀ**, 39 ANNI DI ESPERIENZA SUL MERCATO E MANAGERIALITÀ
- ✓ **INNOVAZIONE**, DEGLI STRUMENTI, DEI PROCESSI E DEI CONTENUTI
- ✓ **CURA ARTIGIANALE**, PERSONALIZZAZIONE DELL'OFFERTA E CENTRALITÀ DELL'INTERPRETAZIONE
  - ✓ **DATI**, MOLTEPLICITÀ DELLE FONTI E FIELDWORK PROPRIETARIO
  - ✓ **ALGORITMI**, SOLUZIONI AFFIDABILI E SCALABILI
  - ✓ **PERSONE**, ETICA PROFESSIONALE E RIGORE METODOLOGICO

SWG è membro di ASSIRM, ESOMAR, MSPA ed EphMRA. Sistema di gestione certificato ai sensi della norma UNI EN ISO 9001:2015. Privacy Policy adeguata al GDPR.

## TRIESTE

Via S. Francesco 24 - 34133  
Tel. +39 040 362525  
Fax +39 040 635050

## MILANO

Via G. Bugatti 7/A - 20144  
Tel. +39 02 43911320  
Fax +39 040 635050

## ROMA

Via Sallustiana 26 - 00187  
Tel. +39 06 42112  
Fax +39 06 86206754