



[www.SPOTprojectH2020.eu](http://www.SPOTprojectH2020.eu)



Horizon 2020

*This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No. 870644*

# Il turismo culturale nell'area di Langhe e Roero - SPOT Survey 2020

## Sintesi dei risultati: residenti, turisti e imprese del settore turistico a confronto

Giovanna Rech | Lorenzo Migliorati



UNIVERSITÀ  
di **VERONA**

Dipartimento  
di **SCIENZE UMANE**



# Survey 2020

## Sintesi di oggi

- ✓ La ricerca 2020 in Langhe e Roero
  - ✓ Punti di forza
  - ✓ Punti di debolezza
  - ✓ Le opportunità
- ✓ Il futuro?

## Contributo in SPOT

- ✓ Raccolta di dati statistici secondari
- ✓ Tre report tecnici
  - ✓ Residenti
  - ✓ Turisti
  - ✓ Imprese, istituzioni, associazioni e attori culturali in ambito turistico

# I tre target

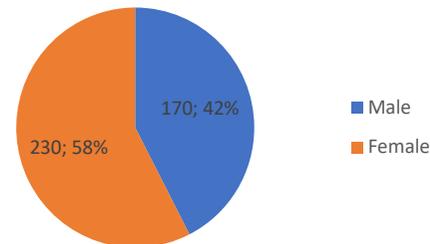
# La ricerca nel 2020

Gruppo target	Finalità	Dati raccolti
<b>Residenti</b>	La percezione del turismo in quell'area. Opportunità e problemi. <i>Quale rappresentazione hanno del turismo culturale nella loro zona?</i>	<b>400 questionari</b> su un campione non probabilistico per quote della popolazione dell'area di Alba (AIT n. 25) <i>CATI e CAWI (fine settembre)</i>
<b>Turisti e visitatori</b>	Le nuove condizioni per viaggiare. Prospettive sul presente e sul futuro nel viaggio. Le motivazioni per visitare quel luogo: vecchie e nuove. Le impressioni sulla loro esperienza	<b>46 questionari</b> validi raccolti (campione di convenienza: 1/10): - Alba (piazza Risorgimento); - Alba (entrata della Fiera Internazionale del Tartufo Bianco di Alba) - Castello di Grinzane Cavour. <i>Faccia a faccia (9-11 ottobre 2020)</i>
<b>Imprese, istituzioni e associazioni e attori in ambito turistico</b>	Le esperienze immediate della riapertura. Le nuove regole per l'accoglienza turistica. Forza e debolezza del turismo culturale della zona	<b>215 questionari validi</b> (campione non probabilistico, auto-selezionato: 1/10) nell'area Langhe e Roero <i>CAWI (23 ottobre 2020-29 dicembre 2020)</i>

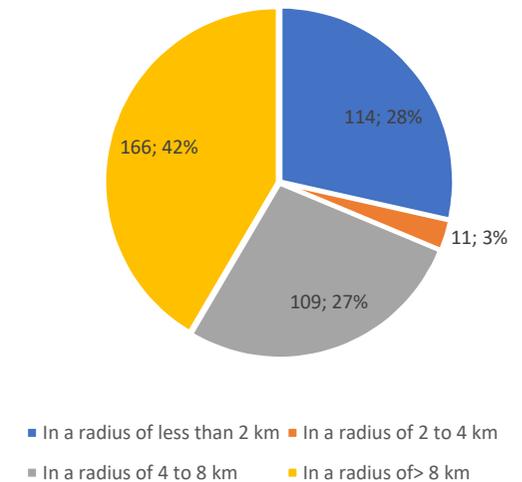
# Residenti

- 400 intervistati, dei quali 230 donne e 170 uomini
- Quasi tutti nati in Italia
- 44,5% diploma secondario, 26,25% laureati
- 28,5% abitano ad Alba

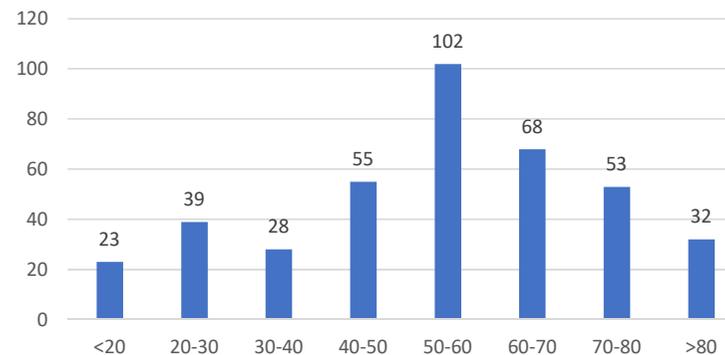
Residenti - Genere



Residenti – distanza da Alba

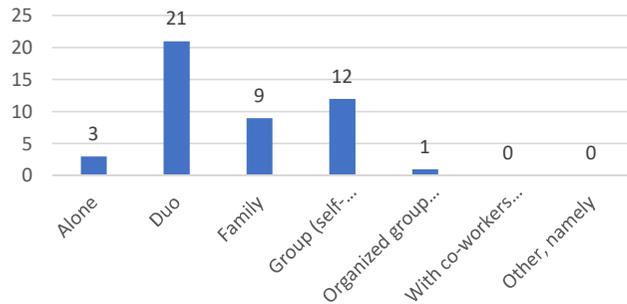


Residenti - Et 

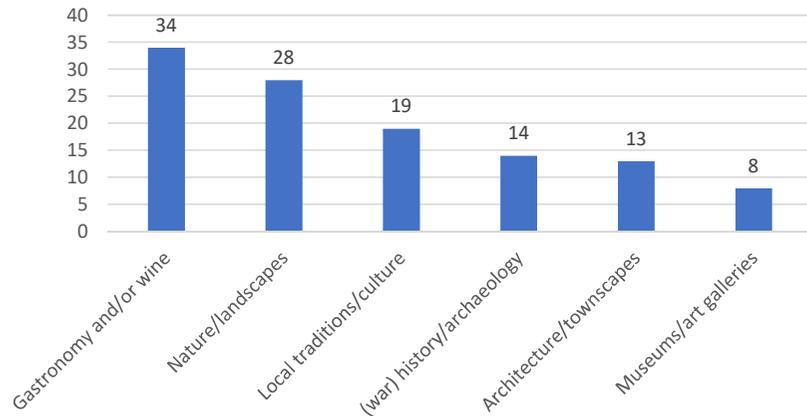


# Turisti

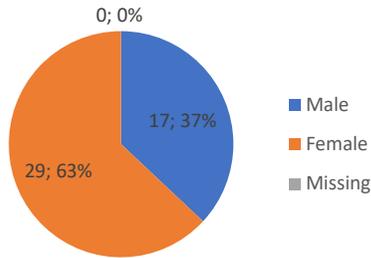
Turisti – Come viaggiano



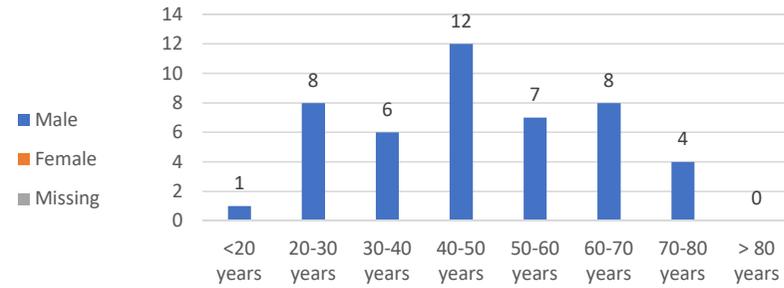
Motivazione al viaggio



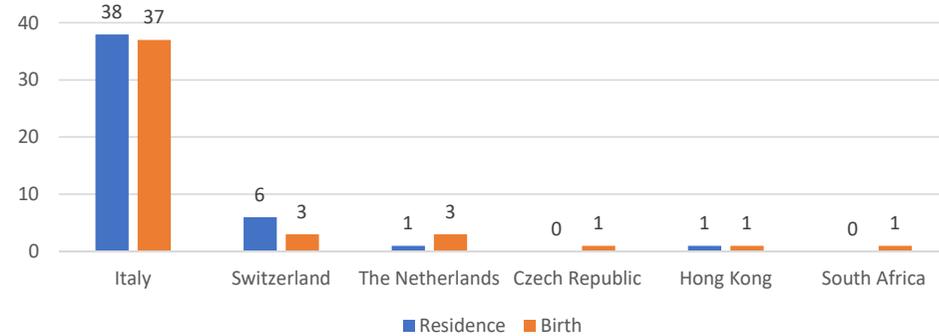
Turisti - Genere



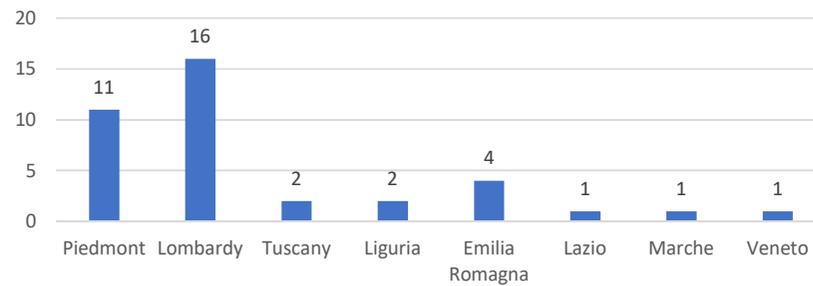
Turisti - Età



Turisti – Paese di nascita e di residenza



Turisti italiani – Regione di provenienza

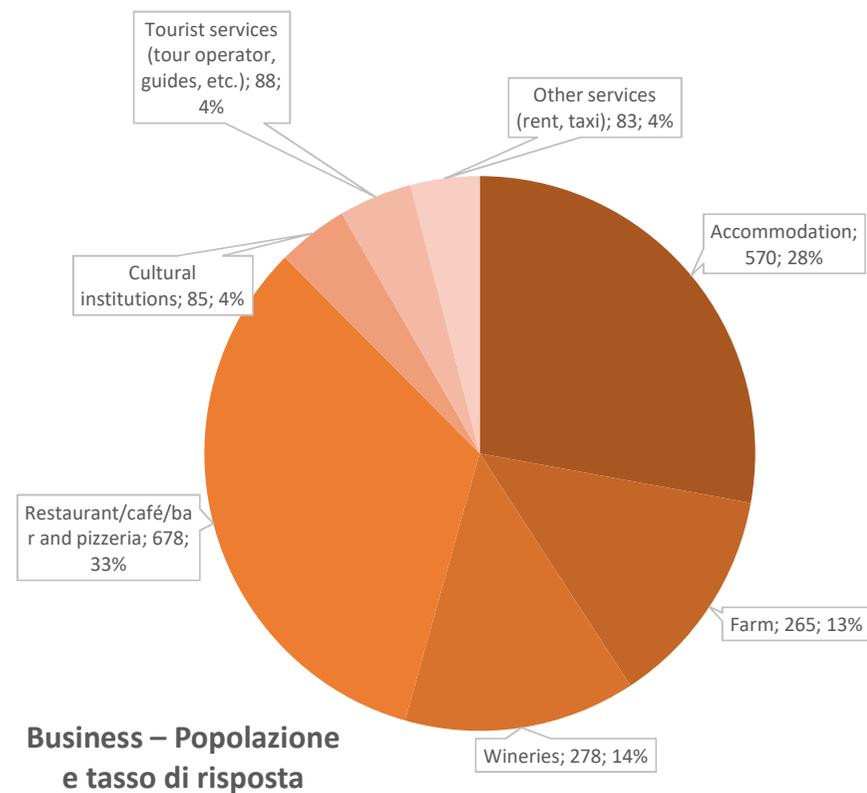
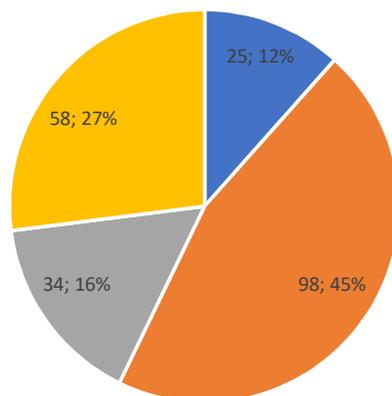


# Imprese, istituzioni e associazioni

ATL LMR Categories	Composition of population	N. of final respondents
Accommodation	570	81
Farm (accommodation and just restaurants)	265	28
Wineries	278	24
Restaurant/café/bar and pizzeria	678	31
Monuments, cultural institutions	85	19
Tourist services (tour operator, guides, etc.)	88	21
Other services (rent, taxi)	83	11
Invalid addresses	-64	//
<b>Total</b>	<b>1983</b>	<b>215</b>

## Tipologie SPOT

- Visitor attraction, site or activity provider
- Accommodation
- Restaurant/café/bar
- Other



## Business – Popolazione e tasso di risposta

# I residenti intervistati

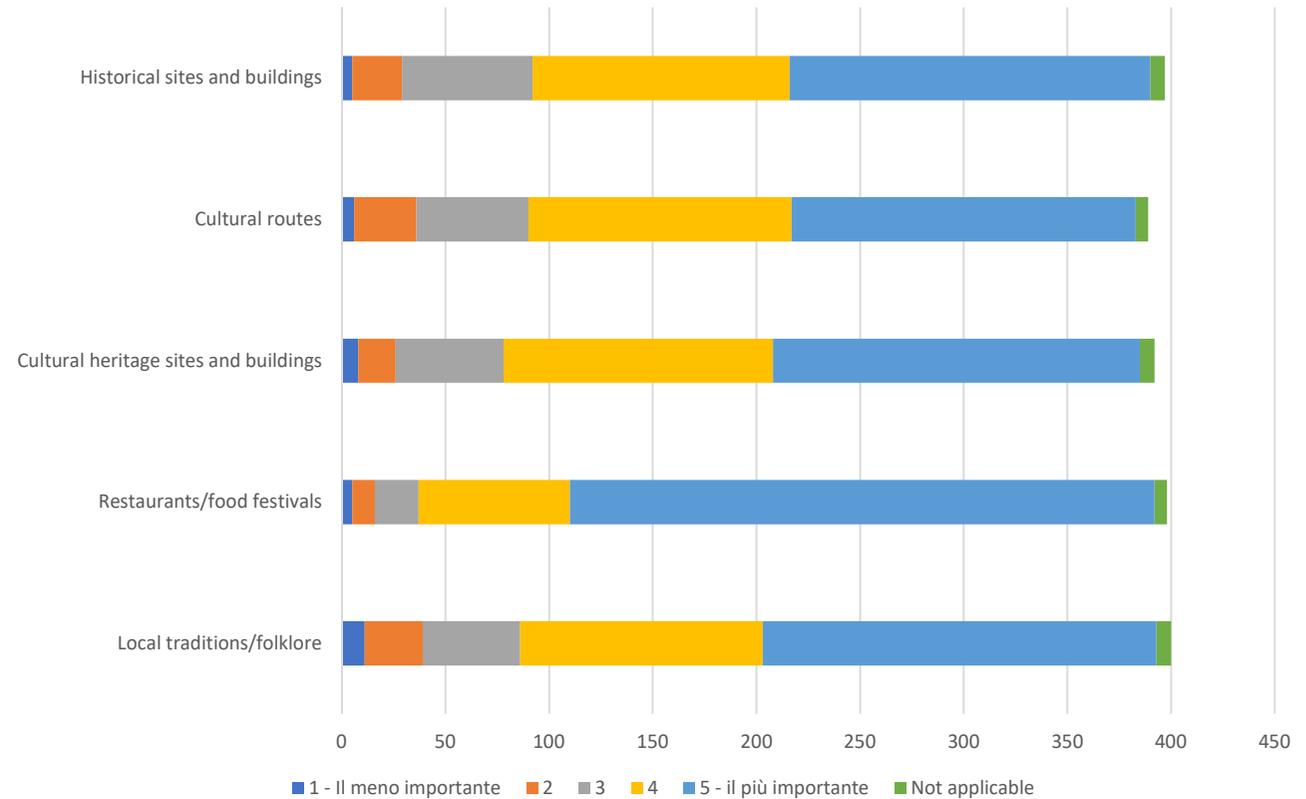
Quale rappresentazione del turismo culturale nella loro zona?

## Punti di forza

Su una scala da 1 (non importante) a 5 (molto importante), quanto ritiene che siano importanti per questa zona le seguenti tipologie di siti, attrazioni o eventi culturali?

- Enogastronomia
- Tradizioni locali
- Heritage

Residenti – Aspetti più importanti del turismo culturale

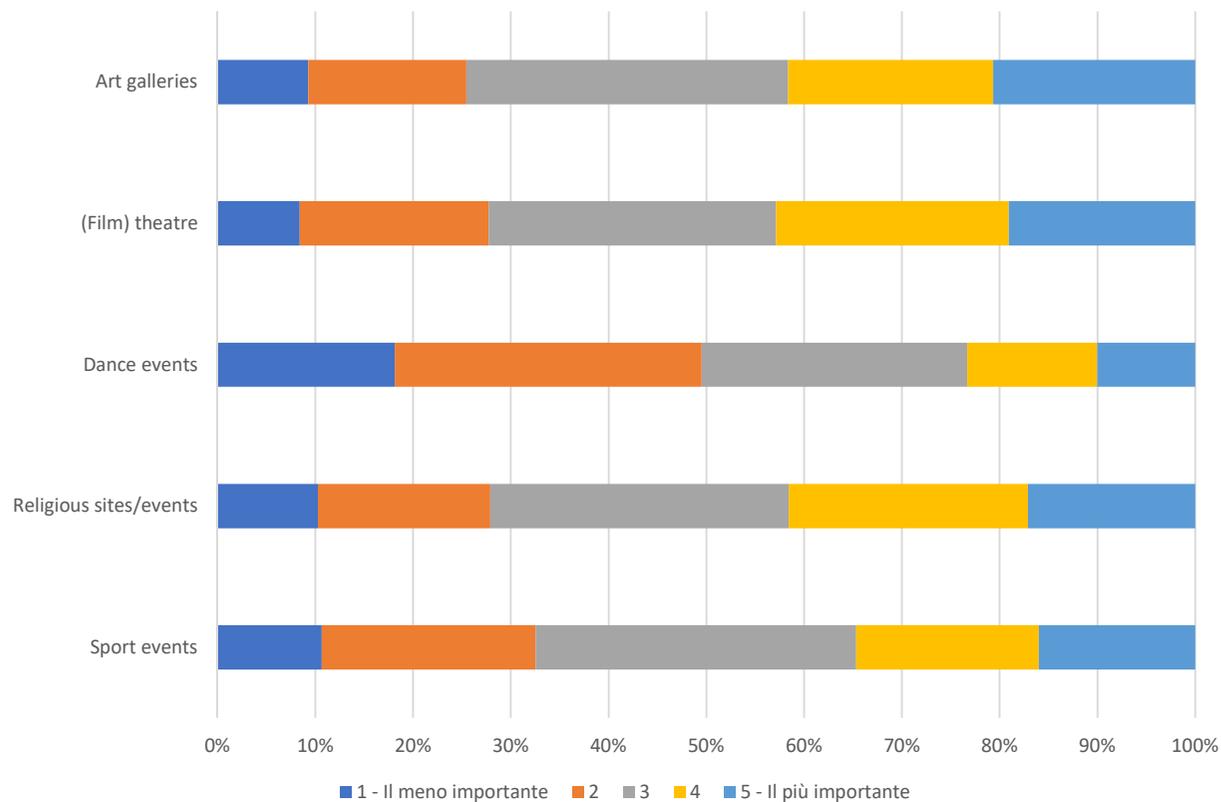


## Punti di debolezza

Su una scala da 1 (non importante) a 5 (molto importante), quanto ritiene che siano importanti per questa zona le seguenti tipologie di siti, attrazioni o eventi culturali?

- Eventi di danza
- Eventi di sport
- Film/teatro

Residenti – Aspetti meno importanti del turismo culturale

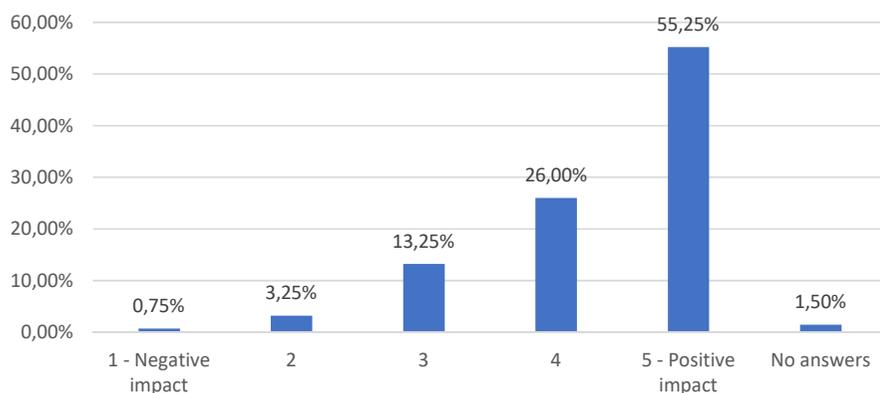




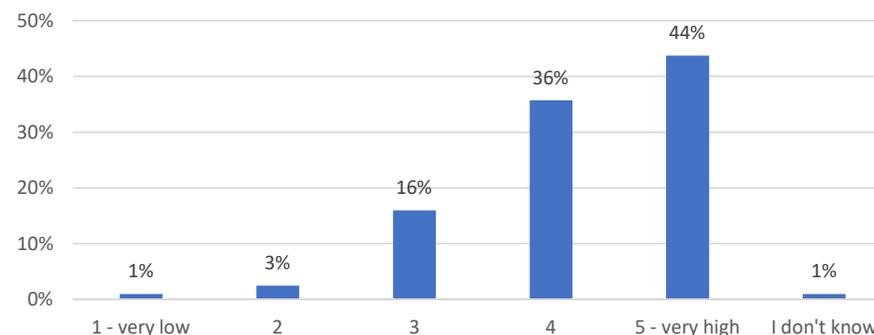
## Quali opportunità?

- I turisti sono molti, ma non infastidiscono
- L'aumento del turismo culturale nella zona impatterebbe in maniera positiva

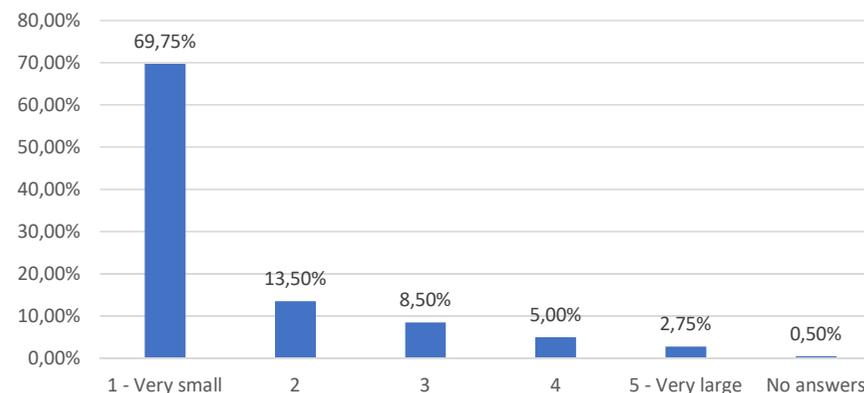
Residenti – Che impatto avrebbe un aumento del turismo cultural nella zona?



Residenti – Su una scala da 1 (pochissimi) a 5 (moltissimi), quanti pensa che siano i turisti che visitano ogni anno questa zona?



Residenti - quanto la infastidiscono i turisti nella sua vita quotidiana?



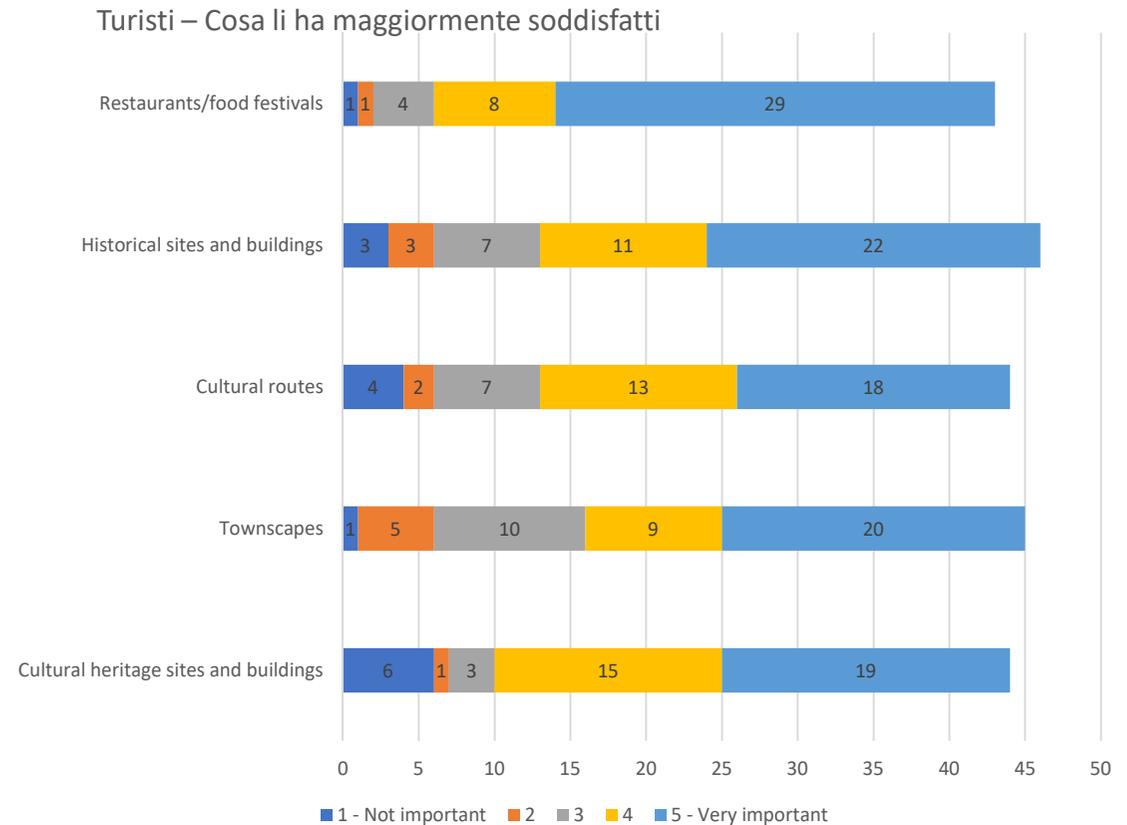
# I turisti intervistati

Che esperienza stavano vivendo?

# Punti di forza del turismo culturale

Su una scala da 1 (per niente soddisfatto) a 5 (molto soddisfatto), quanto è soddisfatto dei seguenti aspetti?

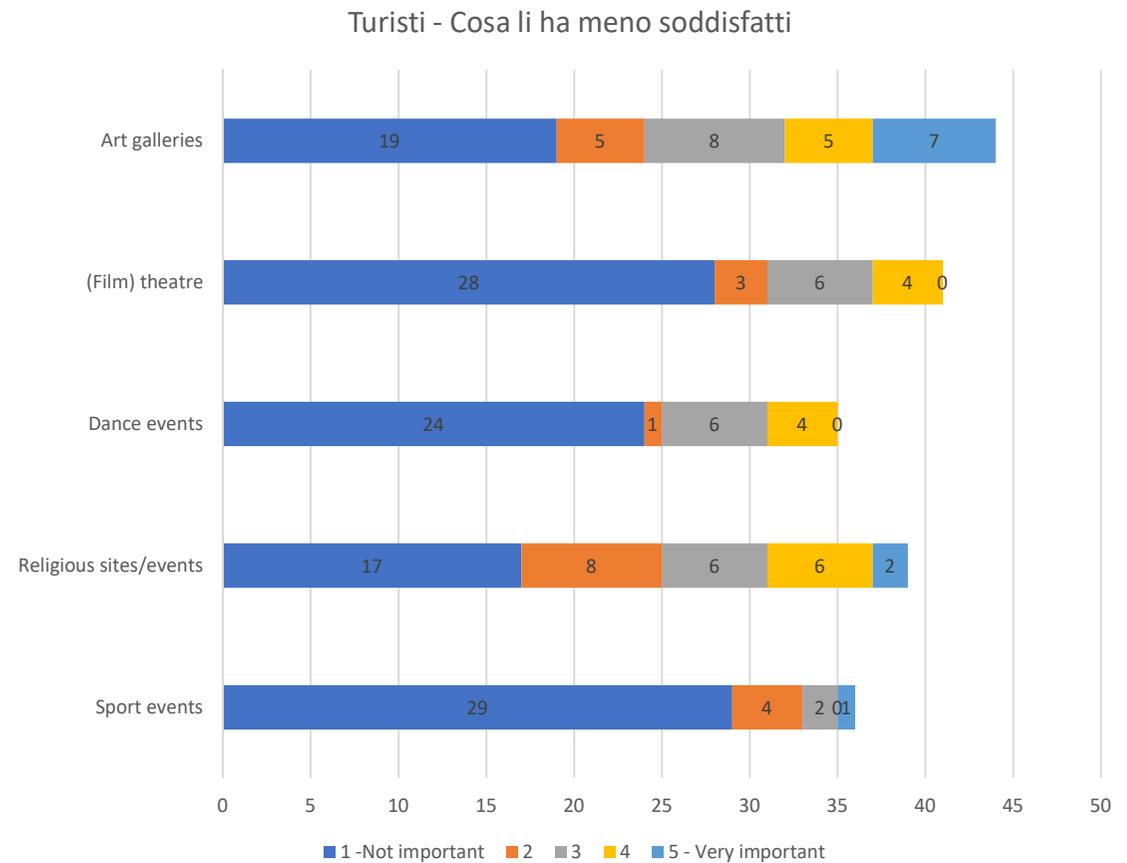
- Enogastronomia
- Heritage
- Paesaggi urbani



# Punti di debolezza del turismo culturale

Su una scala da 1 (per niente soddisfatto) a 5 (molto soddisfatto), quanto è soddisfatto dei seguenti aspetti?

- Film/teatro
- Eventi di sport
- Eventi religiosi



## Quali opportunità?

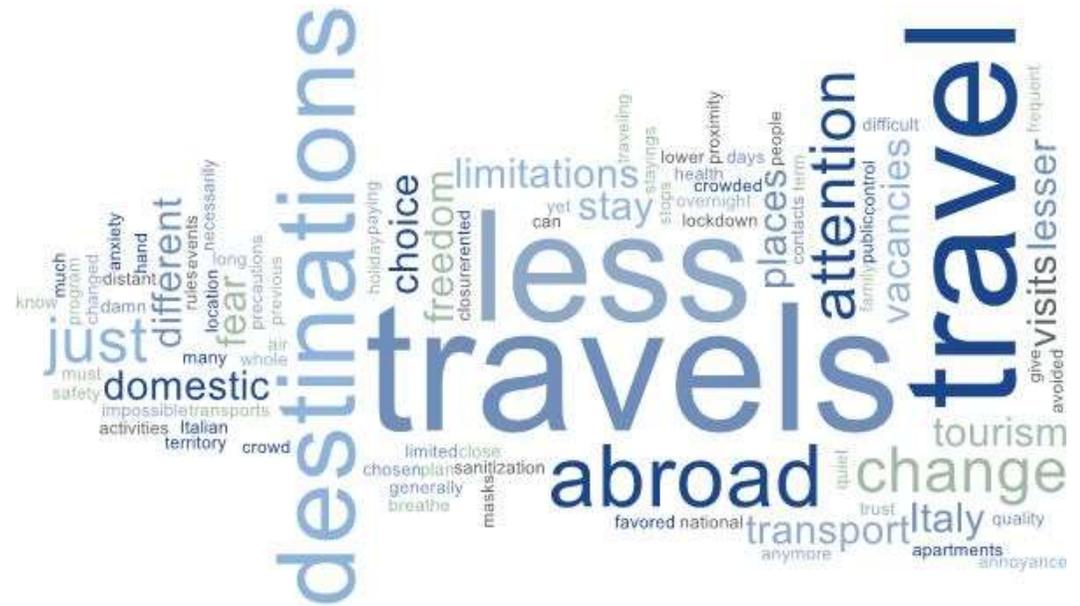
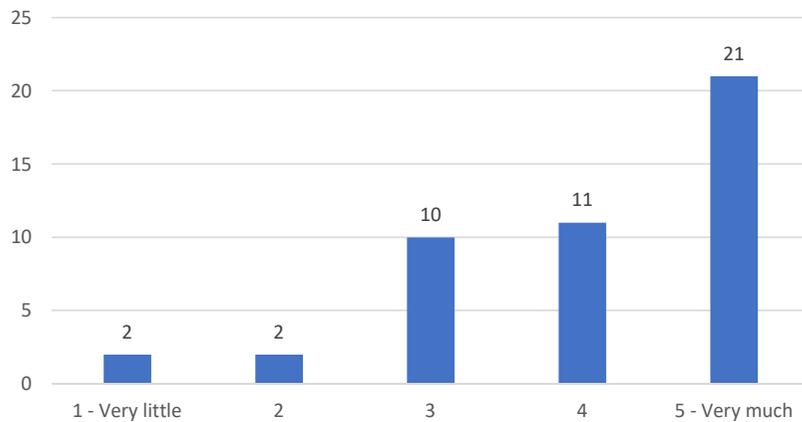
Secondo lei, mancano specifici servizi, attrazioni culturali o altro in questa zona? Cosa vorrebbe vedere migliorato per i turisti?



# Coronavirus

Quanto e come il Coronavirus ha cambiato il suo modo di viaggiare?

Tourists - Corona and way of travelling

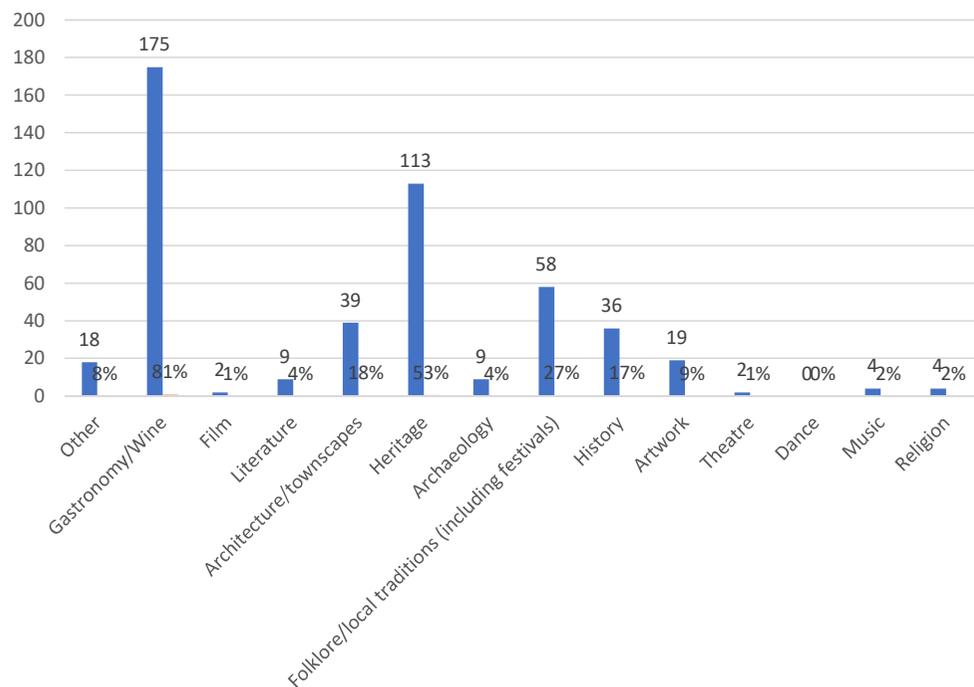


# Imprese, istituzioni e associazioni culturali

La loro percezione del turismo culturale, a partire dalla loro attività

# Qual è la loro offerta culturale?

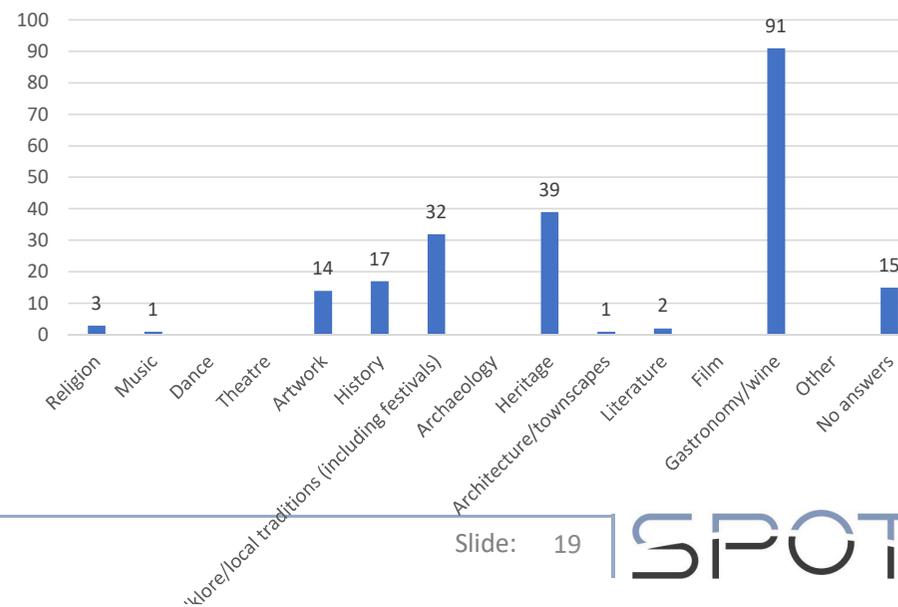
Business – la loro offerta culturale



- Enogastronomia
- Heritage
- Folklore

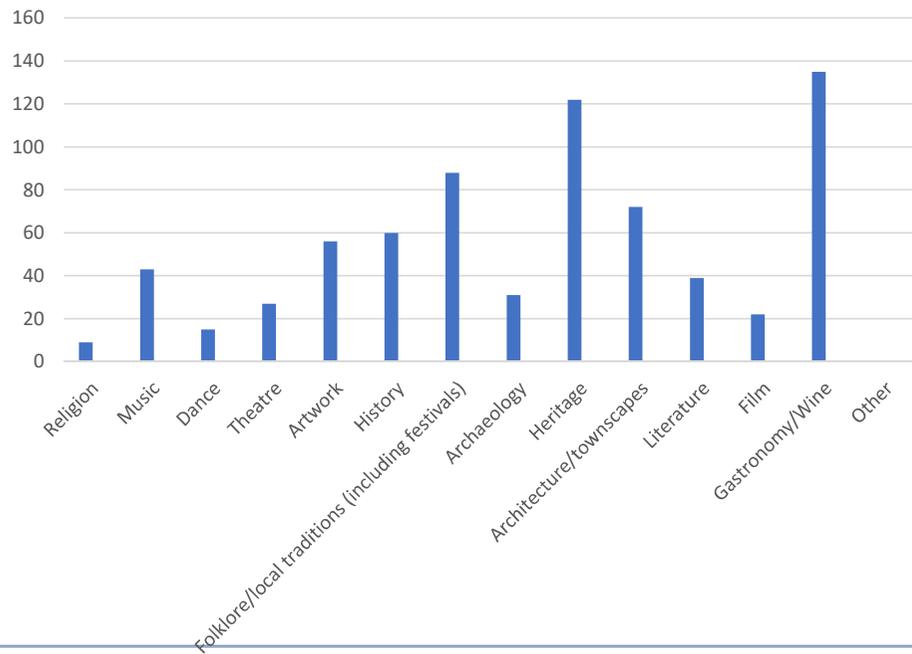
- Enogastronomia
- Heritage
- Folklore

Business – Il tema più importante

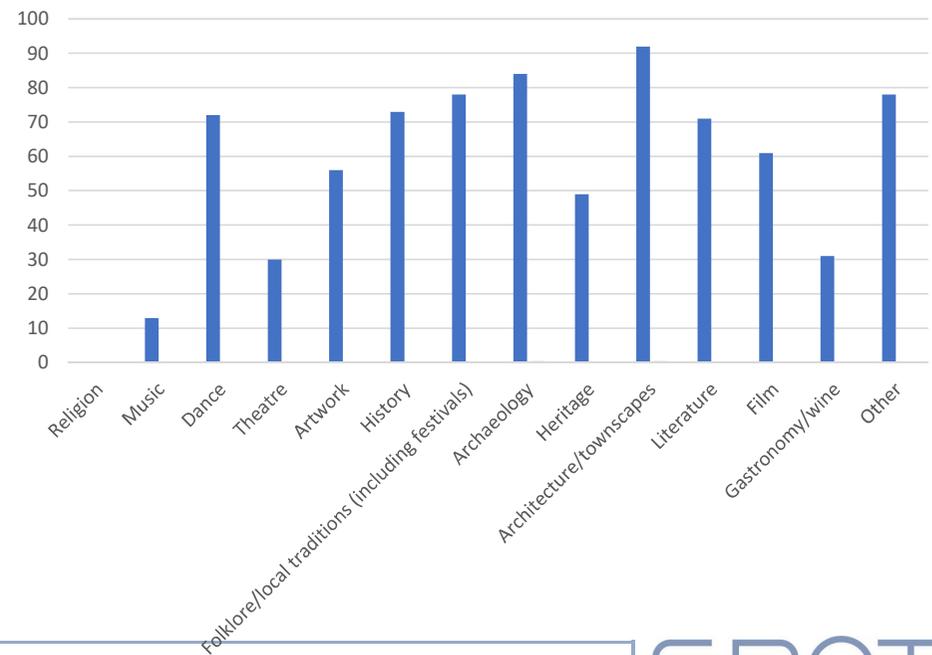


# Come si proiettano nell'offerta culturale futura?

Cosa vorreste sviluppare nella vostra attività?



Cosa vorreste vedere sviluppato nella vostra area?

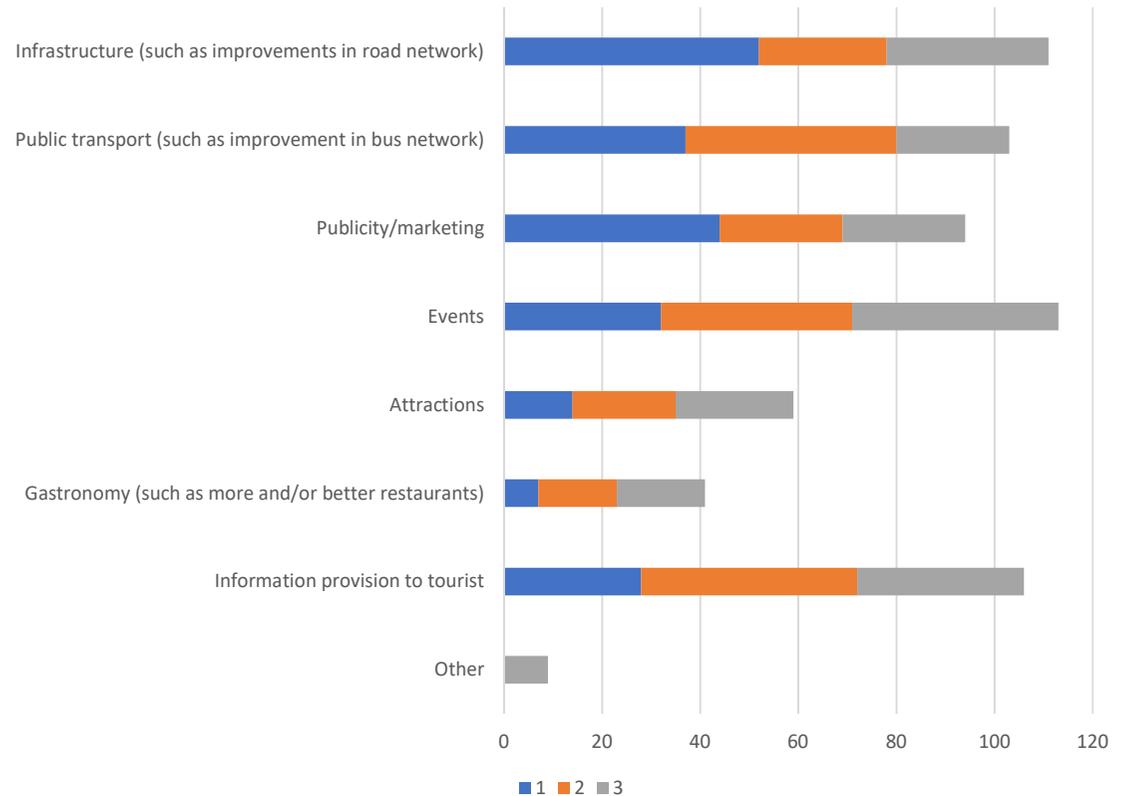


# Cosa migliorare?

Quali aspetti pensa possano maggiormente comportare un miglioramento economico nella sua zona? Scegliere i primi tre

- Infrastrutture
- Pubblicità e marketing
- Trasporto pubblico

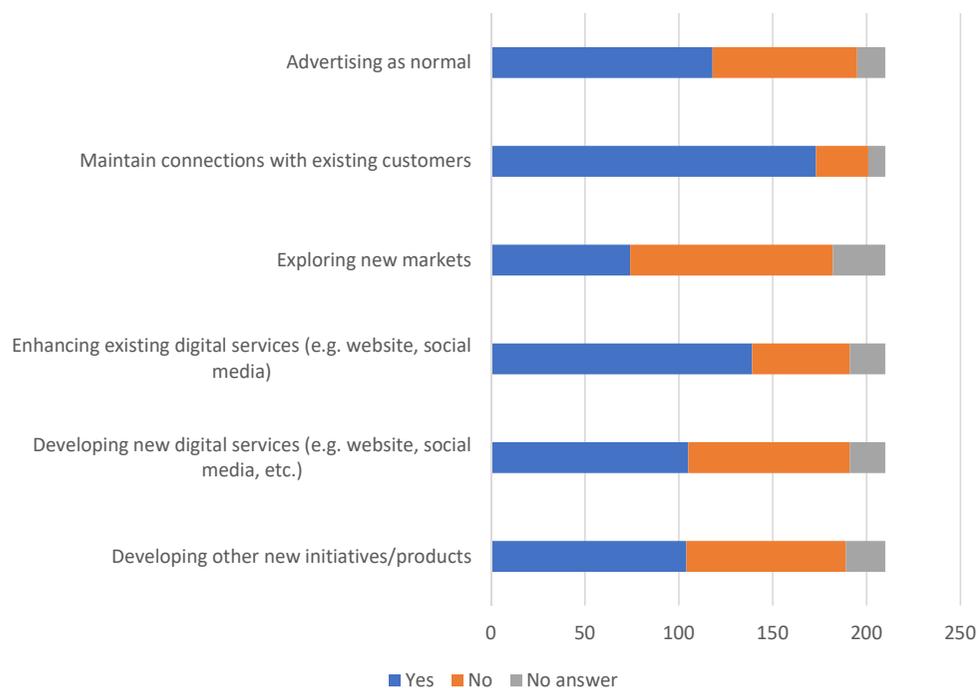
Business - Aspects for economic improvement



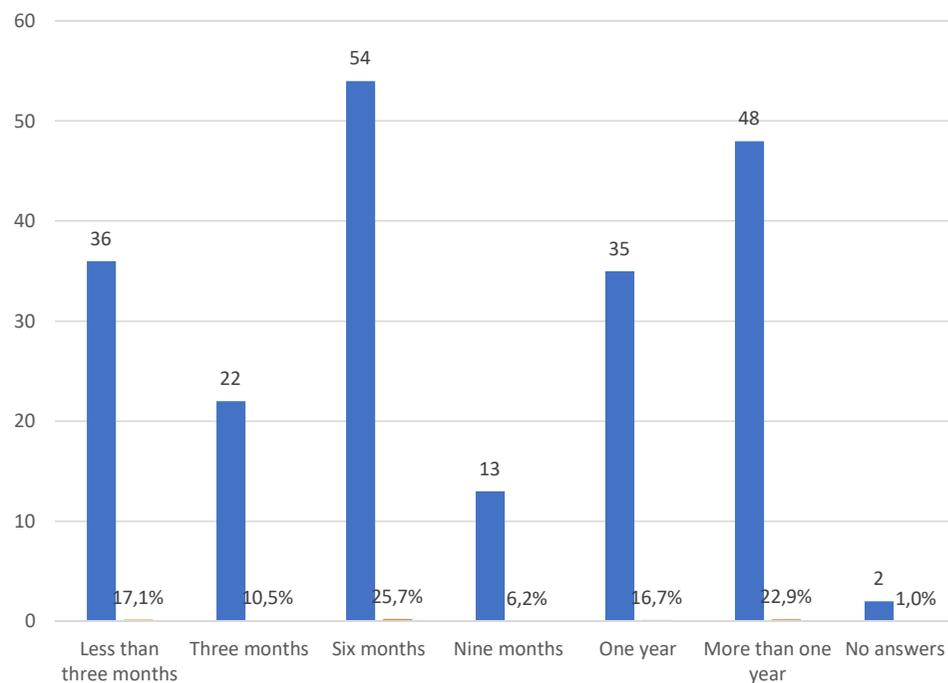


# Coronavirus

## Quali misure ha adottato?



## Per quanto tempo pensa possa andare avanti la sua impresa?



# Sintesi

## Aspetti positivi

- ✓ È una meta «ideale» di turismo culturale, denso di esperienze
- ✓ Ha un'ottima reputazione perché la meta è ampiamente consigliata sia dai turisti che dai residenti
- ✓ Ha un'accessibilità giudicata ottima o eccellente da tutti

## Aspetti degni di attenzione

- ✓ L'offerta culturale è estremamente «specializzata»
- ✓ Il residente non è molto coinvolto nell'offerta culturale (meno consumatore di risorse culturali locali, rispetto al turista)
- ✓ La mobilità non è *green*

