SIGMA consulting | MARKETING
RICERCHE SOCIALI
INDAGINI DI MERCATO

QuickPoll Italia
L'OPINIONE DEGLI ITALIANI
16-19 MARZO 2021

- Marzo 2021 -

Puglia Top of mind ma l'Emilia Romagna è la regione più visitata

	NOTORIETÀ SPONTANEA[1]			FRUIZIONE[2]	ATTRATTIVITÀ[3]
	1° risposta	2° e 3° risposta	TOT RISPOSTE	IN VACANZA ALMENO 1 VOLTA	MOLTO + MOLTISSIMO
SARDEGNA	15	34	49	35	75
SICILIA	13	32	45	40	74
PUGLIA	16	28	44	51	68
TOSCANA	9	21	30	50	67
EMILIA - ROMAGNA	10	11	21	56	49
TRENTINO - ALTO ADIGE	7	10	17	38	54
LIGURIA	6	8	14	41	49
CAMPANIA	4	8	12	44	46
VENETO	5	7	12	43	43
CALABRIA	4	7	11	37	46
LAZIO	2	8	10	42	42
MARCHE	3	4	7	34	42
UMBRIA	2	5	7	31	46
VALLE D AOSTA	2	3	5	22	44
ABRUZZO	1	3	4	34	36
LOMBARDIA	1	3	4	40	26
FRIULI - VENEZIA GIULIA		3	3	21	30
PIEMONTE	1	2	3	29	32
BASILICATA		1	1	20	29
MOLISE		1	1	8	22

1: Se pensa alle regioni italiane come luoghi di vacanza, quali sono le prime 3 che le vengono in mente?

2: È mai stato in vacanza in…

3: Pensando a tutti gli aspetti che prende in considerazione quando sceglie una destinazione turistica, quanto la attirano le seguenti regioni come meta per le sue vacanze in Italia?

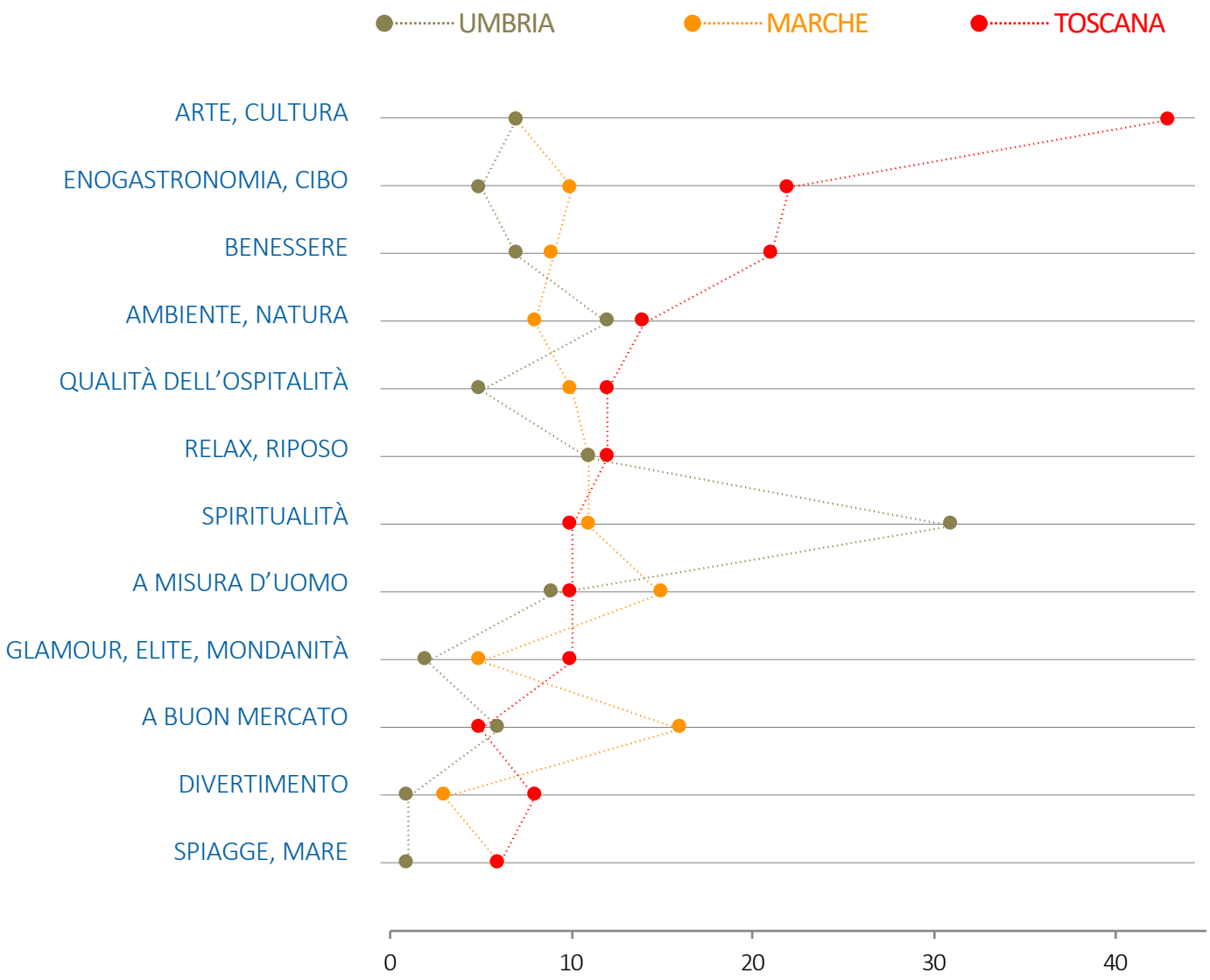
NOTA METODOLOGICA: valori espressi in %, rilevazione cawi 16-19 marzo 2021 su campione rappresentativo di 1.000 Italiani

	A QUALI REGIONI ASSOCIA MAGGIORMENTE LE SEGUENTI CARATTERISTICHE?* 1°	2°	3°	Posizione della regione MARCHE nella graduatoria
DIVERTIMENTO	65 E.-ROMAGNA	21 SARDEGNA	15 PUGLIA	15°
SPIAGGE, MARE	52 SARDEGNA	35 SICILIA	31 PUGLIA	9°
ARTE, CULTURA	46 LAZIO	43 TOSCANA	16 SICILIA	8°
GLAMOUR, ELITE, MONDANITÀ	39 LOMBARDIA	34 SARDEGNA	22 E.-ROMAGNA	12°
SPIRITUALITÀ	34 LAZIO	31 UMBRIA	13 PUGLIA	6°
QUALITÀ DELL'OSPITALITÀ	33 E.-ROMAGNA	24 PUGLIA	19 SICILIA	8°
AMBIENTE, NATURA	32 TRENTINO-A. ADIGE	20 VALLE D'AOSTA	17 SARDEGNA	10°
ENOGASTRONOMIA, CIBO	25 E.-ROMAGNA	24 PUGLIA	22 TOSCANA	7°
BENESSERE	23 TRENTINO-A. ADIGE	21 TOSCANA	18 E.-ROMAGNA	10°
A BUON MERCATO	22 PUGLIA	20 E.-ROMAGNA	20 CALABRIA	5°
RELAX, RIPOSO	21 TRENTINO-A. ADIGE	18 SARDEGNA	12 TOSCANA	4°
A MISURA D'UOMO	18 E.-ROMAGNA	15 MARCHE	15 SICILIA	2°

* Le cifre indicano la percentuale di italiani che associano ciascuna caratteristica ad ogni regione. Possibili 2 risposte

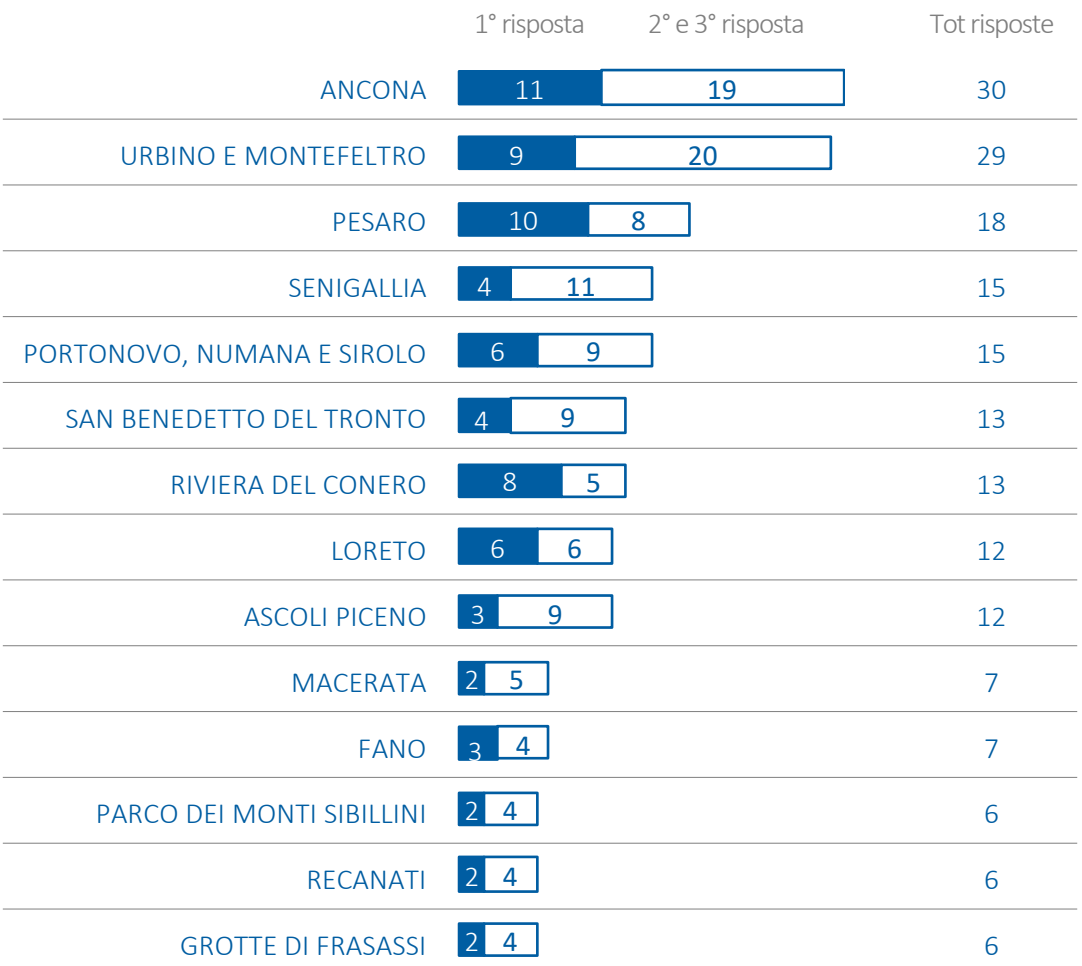
Marche percepite più economiche

A quali regioni associa maggiormente le seguenti caratteristiche? Ne indichi 2:



* I pallini sono posti in corrispondenza della percentuale di italiani che associano ciascuna caratteristica ad ogni regione.

Pensando alla Regione Marche, quali sono i primi LUOGHI TURISTICI che le vengono in mente?*



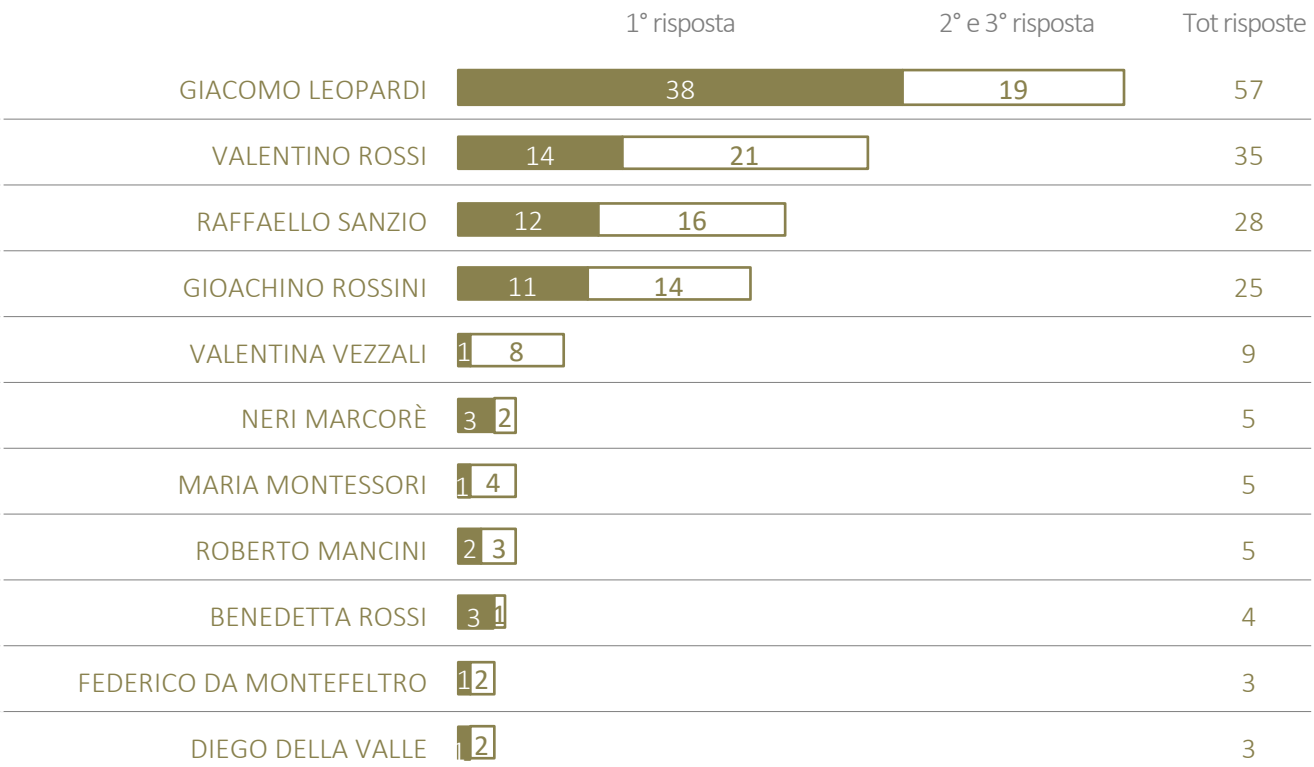
*possibili 3 risposte. «Non risponde»: 25%

LUOGHI CON CITAZIONI INFERIORI AL 6%

FERMO, GRADARA, CIVITANOVA MARCHE, RIMINI, PORTO RECANATI, PORTO SAN GIORGIO, CANDELARA, GABICCE, PORTO SANT ELPIDIO, MARE ADRIATICO, FABRIANO, GROTTAMMARE, JESI, PESCARA, CAPRI, CUPRA MARITTIMA, CESENATICO, VASTO, TROPEA, RICCIONE, TERAMO, JESOLO, GOLA DEL FURLO, VIESTE, PERUGIA, SARNANO, MAROTTA, PARCO DEL SAN BARTOLO, ISCHIA, ROSETO DEGLI ABRUZZI, CAMERINO, SAN LEO, CORINALDO, CARPEGNA, TERNI, CERVIA, SAN MARINO, GIULIANOVA, CATTOLICA, RAVENNA, OSIMO, FALCONARA, TAORMINA, SAN SEVERINO MARCHE, MONTECATINI, TRIESTE, GOLA DELL INFERNACCIO, GARGANO

NOTA METODOLOGICA: valori espressi in %, rilevazione cawi 16-19 marzo 2021 su campione rappresentativo di 1.000 Italiani

Pensando alla Regione Marche, quali sono i primi PERSONAGGI che le vengono in mente?*



*possibili 3 risposte. «Non risponde»: 48%

PERSONAGGI CON CITAZIONI INFERIORI AL 3%

ALBERICO GENTILI, FABRI FIBRA, GABRIELE D'ANNUNZIO, DONATO BRAMANTE, BENIAMINO GIGLI, PAPA SISTO V, ENRICO MATTEI, VIRNA LISI, GIOVANNI PASCOLI, GIOVANNI BATTISTA PERGOLESI, DANTE ALIGHIERI, LUCIANO PAVAROTTI, GIOVANNI ALLEVI, MATTEO RICCI, MAX GIUSTI, GASPARE SPONTINI, FILIPPO MAGNINI, PAPA PIO IX, MICHELANGELO, GENTILE DA FABRIANO, CECCO D'ASCOLI, GIACOMO PUCCINI

Per quanto ne sa, quali dei seguenti aggettivi descrivono meglio i marchigiani?*

	%
LEGATI ALLA PROPRIA TERRA	67
LAVORATORI (DEDITI AL LAVORO)	41
LEGATI ALLA FAMIGLIA	39
CONSERVATORI, TRADIZIONALISTI	36
DISPONIBILI AI SACRIFICI	23
ATTENTI AL RISPARMIO	21
LAVORATORI IN PROPRIO	18
PROVINCIALI	14
DIFFIDENTI, SCHIVI, RISERVATI E INTROVERSI	12
CONSAPEVOLI DEI PROPRI LIMITI	9
ARRETRATI	5

* possibili 3 risposte. «Non risponde»: 21%

(in ottemperanza al regolamento dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa: delibera 256/10/CSP, allegato A, art. 5 del 9 dicembre 2010, pubblicato su G.U. 301 del 27/12/2010)

- titolo: QuickPoll Marche – L'opinione degli Italiani
- soggetto realizzatore: Sigma Consulting srls
- committente/acquirente: Sigma Consulting srls
- periodo di realizzazione: 16-19 marzo 2021
- tema: sondaggio sulla conoscenza delle regioni turistiche italiane
- tipo e oggetto dell'indagine: sondaggio d'opinione a livello nazionale
- popolazione di riferimento: popolazione maggiorenne residente in Italia
- estensione territoriale: intero territorio regionale
- metodo di campionamento: campionamento dalla community online di Sigma Consulting, stratificato e ponderato per sesso, classe d'età, titolo di studio, area geografica, ampiezza demografica del centro di residenza
- rappresentatività del campione: il campione è rappresentativo dell'universo specificato rispetto alle variabili di stratificazione
- margine di errore sulle stime a livello di totale campione: 3,1% (ad un livello di confidenza del 95%)
- metodo di raccolta delle informazioni: cawi (computer assisted web interview)
- consistenza numerica del campione: 1.000 casi (2.384 contatti, 1.384 rifiuti)

SIGMA consulting | MARKETING RICERCHE SOCIALI INDAGINI DI MERCATO

RICERCA SOCIALE



MARKETING



ANALISI DI MERCATO

