Il caso studio della promozione turistica campana

Autore : Redazione

Data : 8 Luglio 2021

Dati incoraggianti dall'indagine Doxa

Riceviamo e pubblichiamo dall'Ufficio Stampa della Regione Campania.

C'è tanta voglia di Campania in Italia secondo i dati dell'indagine Doxa sul *brand*, sul posizionamento competitivo dei diversi prodotti turistici regionali e sulla profilazione dell'utenza che sarà alla base della programmazione regionale.

La ricerca proposta dall'Assessorato al Turismo e deliberata dalla giunta regionale ha visto come soggetto attuatore l'Agenzia 'Campania Turismo'.

Lo studio è stato effettuato su un campione statisticamente significativo della popolazione maggiorenne residente in Italia.

In particolare, tre sono le indicazioni che emergono dal lavoro svolto da Doxa, società che vanta profonda conoscenza nel settore statistico, con una storia di oltre 70 anni di attività.

La prima indicazione è che il 95% degli italiani che si è recato in Campania per una vacanza negli ultimi 5 anni raccomanda la regione come meta di un viaggio. La stessa percentuale esprime un giudizio altamente positivo - voto medio pari a 8.5 su un massimo di 10 - sull'esperienza vissuta nelle località campane.

Altra informazione rilevante all'interno dell'indagine è che il 45% del campione ha progettato una vacanza per la prossima estate in Italia e ha eletto la Campania sul podio delle regioni più ambite del nostro Paese. La regione è infatti terza, dopo Sardegna e Puglia, come possibile meta per le prossime vacanze in Italia.

Alla base di questi ottimi indici di gradimento nei gusti degli italiani ci sono il mare e le isole del Golfo di Napoli, seguiti dai siti culturali e dai borghi delle aree interne. Il forte *appeal* delle nostre località turistiche,

in particolare delle isole del golfo, è anche diretta conseguenza dell'operazione 'Isole Covid free', che è stata ritenuta utile per promuovere il turismo in Campania e in Italia dal 67,6% del campione.

Ottimo risultato anche in vista di Procida Capitale Italiana della Cultura 2022. Infatti, ad oggi, un italiano su due dichiara di essere a conoscenza della manifestazione che interesserà l'isola del Golfo di Napoli il prossimo anno.

Dichiara l'Assessore al Turismo Felice Casucci:

> Con questa indagine si conferma che il brand Campania vive di una immagine iconografica molto identitaria e largamente favorevole, ancorata a valori suoi propri come le bellezze naturali, l'enogastronomia, la varietà dell'offerta, ma legata anche alla percezione di una sicurezza scaturita dalla gestione dell’emergenza sanitaria da parte del Presidente De Luca.
>
> Ora, grazie al prezioso contributo di Doxa, disponiamo di un tassello essenziale: una segmentazione degli utenti dei servizi turistici della Campania, che ci permette di attuare strategie di promozione e comunicazione innovative e mirate, per posizionare in maniera efficace il brand sui mercati nazionali ed esteri.
>
> Si conferma - anche questa è una nostra peculiarità - che i nostri ambasciatori nel mondo sono i turisti che vengono a visitare questa splendida terra.

conclude soddisfatto l'Assessore al Turismo della Regione Campania, che ha terminato con le Direzioni Generali dell'Assessorato e dell'Agenzia un'approfondita audizione sul punto.