



---

Osservatorio Turistico della provincia di Rieti

**ANALISI DELLE DINAMICHE ECONOMICHE E TURISTICHE ATTIVATE DAGLI  
EVENTI IDENTITARI DEL TERRITORIO**

**Fiera del Peperoncino**

Settembre 2012

A cura di



Istituto Nazionale  
Ricerche Turistiche



## Storia del documento

Copyright:	IS.NA.R.T. Scpa
Committente:	CCIAA Rieti
Versione:	1.0
Quadro dell'opera:	■

## Sommario

Premessa .....	4
1. I fenomeni in sintesi .....	5
2. Il coinvolgimento delle imprese della provincia di Rieti in occasione dell'evento .....	7
3. Le caratteristiche e i comportamenti del pubblico che ha partecipato .....	15
Nota metodologica.....	26

## Premessa

L'indagine è finalizzata al monitoraggio delle dinamiche legate alla fruizione dell'evento "Fiera del Peperoncino" che ha avuto luogo nella città di Rieti nel periodo compreso tra il 26 ed il 29 luglio, scelto come espressione di un momento di interesse per la valorizzazione dell'offerta turistica del territorio.

L'analisi prevede, in una duplice ottica:

- **un'indagine diretta alle imprese turistiche locali** attraverso la quale si mira ad individuare il grado di partecipazione, il giudizio sull'evento e i suggerimenti degli attori locali per le future edizioni. In particolare:
  - le modalità di partecipazione all'evento;
  - le opinioni ed i suggerimenti per possibili miglioramenti;
  - la soddisfazione ed i riscontri diretti per le imprese;
- **un'indagine diretta ai fruitori dell'evento**, finalizzata all'individuazione dei valori di soddisfazione, dei punti di forza e delle criticità relative all'evento, al suo svolgimento ed al gradimento. In particolare:
  - la quota dei vacanzieri pernottanti nella provincia in occasione dell'evento;
  - l'identikit del partecipante all'evento,
  - le ragioni di scelta della destinazione ed i canali di influenza;
  - le attività svolte durante il soggiorno;
  - le caratteristiche della vacanza legata all'evento (durata, compagnia);
  - la soddisfazione espressa;
  - le spese sostenute sul territorio dai visitatori dell'evento.

## 1. I fenomeni in sintesi

---

La fiera del peperoncino di Rieti, svoltasi in piena estate del 2012, è un evento sostanzialmente nuovo per il territorio ma di forte impatto che riesce a rendersi attrattivo attraverso una pluralità di iniziative sul tema gastronomico che coinvolgono, in un clima positivo, gli attori economici del settore turistico della provincia, in primis gli alberghi e i ristoranti che, dopo l'esperienza positiva dell'edizione dello scorso anno, scelgono di confermare la propria partecipazione alla manifestazione gastronomica, ormai conosciuta da tutte le imprese locali.

Il 32% delle imprese della provincia di Rieti partecipa attivamente all'evento, utilizzando come canale principale l'offerta di menù a sfondo gastronomico e attività pubblicitarie all'interno della propria azienda: a beneficiare degli effetti positivi della fiera è il 35,2% degli imprenditori, vantaggi che si riflettono essenzialmente in un incremento delle vendite per la maggior parte delle imprese.

Il tessuto imprenditoriale si esprime positivamente sull'evento, ne raccoglie i frutti e comunica la sua soddisfazione attraverso una valutazione sintetica pari a 7,7 (scala da 1 a 10) ponendo particolare accento sulla scelta della location e sul periodo (voto pari ad 8) oltre che sulla qualità delle attività svolte (7,8). Un punto di partenza positivo per futuri sviluppi e miglioramenti che potrebbe favorire ulteriore slancio, specialmente al turismo (e non solo all'escursionismo in giornata) mediante l'arricchimento di un offerta turistica parallela, attraverso proposte articolate (itinerari enogastronomici e percorsi per scoprire le ricchezze paesaggistiche e naturalistiche) e migliorando, pertanto, le attività di comunicazione: suggerimento, questo, che nasce da una percezione diffusa tra le imprese della provincia di Rieti sul contributo importante della manifestazione nel promuovere l'identità locale richiamando flussi di visitatori. Se da un lato si sottolinea l'importanza dell'evento come opportunità per rafforzare l'immagine del territorio, dall'altro si considera l'esigenza di valorizzare le diverse produzioni tipiche locali più rappresentative, un tema sui cui si sofferma una piccola quota di imprese che suggeriscono, in particolare, di estendere l'organizzazione dell'evento anche alle associazioni e alle aziende agricole.

L'evento, nel complesso, mostra i segnali di un buon impatto sul territorio e potenzialità di accrescimento e sviluppo turistico considerando che l'esperienza di visita lascia il pubblico soddisfatto, con un giudizio

pari ad un 8 pieno, e vari punti di forza che spaziano dall'ospitalità dei residenti al calendario degli eventi, ai luoghi che fanno da scenario alla manifestazione fino alla sua stessa organizzazione.

A sostegno di questo scenario, di per sé positivo, interviene il confronto con le aspettative iniziali del visitatore che rappresentano un indicatore importante per gli stakeholders del territorio: l'offerta riscontrata in loco da parte del pubblico supera, in molti casi, le attese iniziali (in primis la buona cucina, le attività legate all'intrattenimento e soprattutto il buon rapporto qualità prezzo) facendo emergere la necessità di rafforzare la comunicazione e diversificare i canali.

Tra i canali che maggiormente influenzano la scelta dell'evento emerge, infatti, la tradizionale pubblicità (affissioni, radio e stampa) registrando una bassissima incidenza di Internet che invece rappresenta uno strumento fondamentale oggi per raggiungere nuovi bacini di clientela. Il pubblico della fiera, infatti, proviene sostanzialmente dalla provincia di Rieti e, solo in rarissimi casi, gli spostamenti avvengono fuori dai confini regionali: una clientela dal target indifferenziato motivato alla visita alla città dall'evento stesso.

Uno snodo della riflessione è dunque quello di suggerire, in un ottica turistica, la differenziazione degli strumenti della comunicazione e una collaborazione più intensa tra operatori della filiera del turismo, per trasformare la semplice visita all'evento in occasione di soggiorno (15,7% di pernottanti) e di spesa (in media circa 17 euro al giorno, su cui incide soprattutto l'acquisto dei prodotti enogastronomici locali).

## 2. Il coinvolgimento delle imprese della provincia di Rieti in occasione dell'evento

L'estate del 2012 ha visto rivivere l'interesse suscitato per la fiera del peperoncino di Rieti, un evento che dopo la prima edizione dello scorso anno, ha ripetuto il positivo impatto sul territorio attraverso una nuova manifestazione dedicata al tema confermando l'attrattiva della città di Rieti in qualità di capitale internazionale del peperoncino.

Le diverse iniziative, l'organizzazione di stand e momenti di degustazione hanno animato il centro storico della città e la risonanza dell'evento ha raggiunto quasi tutto il tessuto imprenditoriale della provincia, legato in modo più o meno diretto al settore del turismo (ricettività alberghiera ed extralberghiera, ristorazione e bar/pasticcerie): solamente il 9,8% delle imprese intervistate dichiara, infatti, che non conosce la manifestazione.

La fiera ha registrato un coinvolgimento, in termini di partecipazione attiva all'evento, di circa il 32% delle imprese locali, una quota che include soprattutto gli alberghi (40%) e i ristoranti (35,1%), quasi tutti alla loro seconda partecipazione, seguiti dalle strutture extralberghiere (25%) e bar/pasticcerie (23,5%).

L'interesse a prendere parte alla fiera si traduce, per le imprese direttamente coinvolte, nella realizzazione di menu legati al tema gastronomico (34,8%) mentre il 26,2% sceglie di intervenire con azioni pubblicitarie presso la propria azienda. Tra le altre modalità di coinvolgimento una parte di imprenditori offre alla clientela la possibilità di degustare i propri prodotti tipici (13%), applica sconti e promozioni (13%) e/o costruisce azioni ad hoc rivolte alla domanda attuale/potenziale.

L'evento costituisce un appuntamento interessante per gli stakeholders del comparto, sia come momento per far conoscere le peculiarità che contraddistinguono il territorio (con una risonanza che si estende anche oltre il contesto provinciale) ma anche come opportunità per generare flussi turistici o, comunque, per accrescere il business grazie all'escursionismo e ai curiosi che si avvicinano all'evento nell'arco di una sola giornata. Il 35,2% delle imprese turistiche, di fatto, ritiene che la manifestazione abbia favorito positivamente la propria attività riscontrando benefici ad evento concluso, in particolare i bar/pasticceri (47,1%), circa un terzo dei ristoranti ed alberghi ed il 25% delle strutture extralberghiere. Gli imprenditori traggono vantaggio soprattutto per quanto concerne le vendite che vedono un incremento (in media da

parte di 7 operatori su 10) di circa il +16,8%, a cui si unisce l'opportunità di acquisire contatti di nuovi clienti (28%) mentre solamente una piccola quota di imprese (esclusivamente il 12,5% dei bar/pasticcerie) risulta avvantaggiarsi del ritorno di immagine positiva.

L'impatto della fiera di Rieti sugli imprenditori del territorio può dirsi complessivamente positivo alla luce del giudizio con cui gli operatori si esprimono, da una scala di valori da 1 (minimo) a 10 (massimo), attribuendo alla manifestazione un punteggio medio pari a 7,7, con un picco nel caso delle strutture extralberghiere dove il livello di soddisfazione raggiunge un voto di 8,7. Tra gli aspetti maggiormente apprezzati dalle imprese si evidenziano i luoghi che hanno ospitato l'evento (giudizio pari ad 8) registrando, nel complesso, una certa omogeneità nelle singole valutazioni che oscillano da un 7,8 attribuito al periodo di svolgimento, alla qualità delle attività svolte, alla presenza di pubblico ad un 7,7 indicato all'organizzazione della manifestazione e al calendario delle attività svolte. Altrettanto positivo il giudizio espresso sulle attività di promozione e alla sinergia instaurata con gli altri operatori della filiera (voto pari a 7,6%) mentre un 7,4 - il punteggio più basso senza indicare particolari criticità - viene attribuito al coinvolgimento, aspetto che se considerato in un lettura più ampia suggerisce l'importanza di sviluppare e rafforzare i legami della catena imprenditoriale con l'evento e tra gli stessi attori dell'economia locale.

In linea generale, il 38,3% delle imprese ritiene che la fiera sia un evento rappresentativo del territorio (16,4% molto) in grado di comunicare un aspetto forte dell'identità locale mentre la restante parte degli imprenditori manifesta meno convinzione in proposito, probabilmente in considerazione di un offerta turistica più ampia e diversificata: il 35,6% si esprime con un "poco" rappresentativa, il 16,4% "per niente".

Certo è che, malgrado una eterogeneità di opinioni, l'evento (seppure la specificità del tema non abbraccia a pieno tutte le risorse del territorio) contribuisce, secondo il 75% degli imprenditori, a valorizzare l'identità del territorio sia per la capacità di attrarre flussi di visitatori verso la città (40,4%) sia come occasione per valorizzare la località incuriosendo il visitatore ad approfondire la visita immergendosi tra le bellezze dei suoi luoghi (28,8%).

Tra i suggerimenti per le prossime edizioni, qualcuno tra gli operatori del settore desidererebbe miglioramenti nell'organizzazione con le associazioni e le aziende agricole (13,1%) nonché una maggiore dislocazione dell'evento nella città (11,5%); il 47,5% degli imprenditori ritiene comunque che la manifestazione sia ben organizzata.

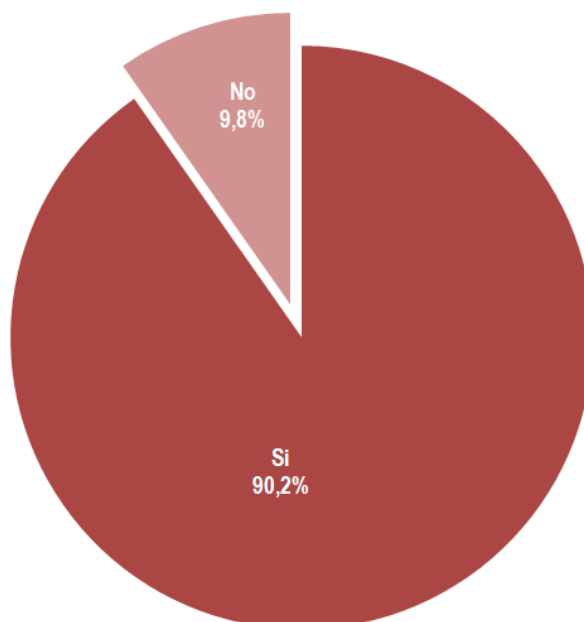


### Tipologie di imprese intervistate (%)

Alberghi	14,6
Strutture extralberghiere	9,8
Ristoranti	51,2
Bar, pasticcerie ed altro	24,4
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>

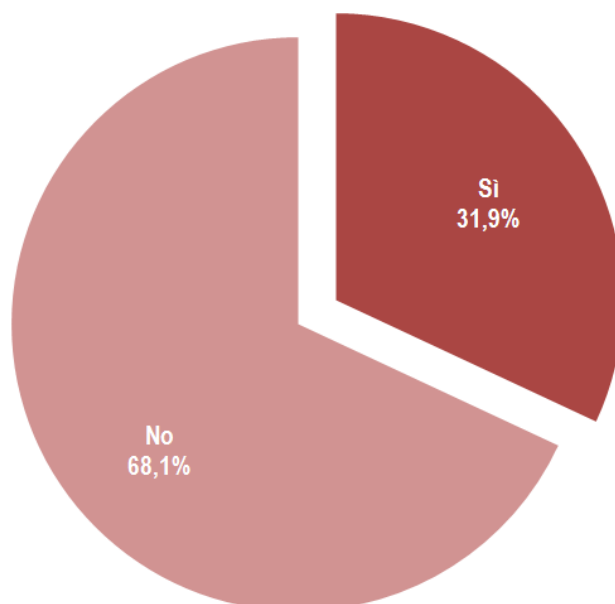
Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti

### Imprese che conoscono l'evento (% su totale imprese contattate)



Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti

### Imprese coinvolte nell'evento (%)



Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti

### Imprese coinvolte nell'evento (%)

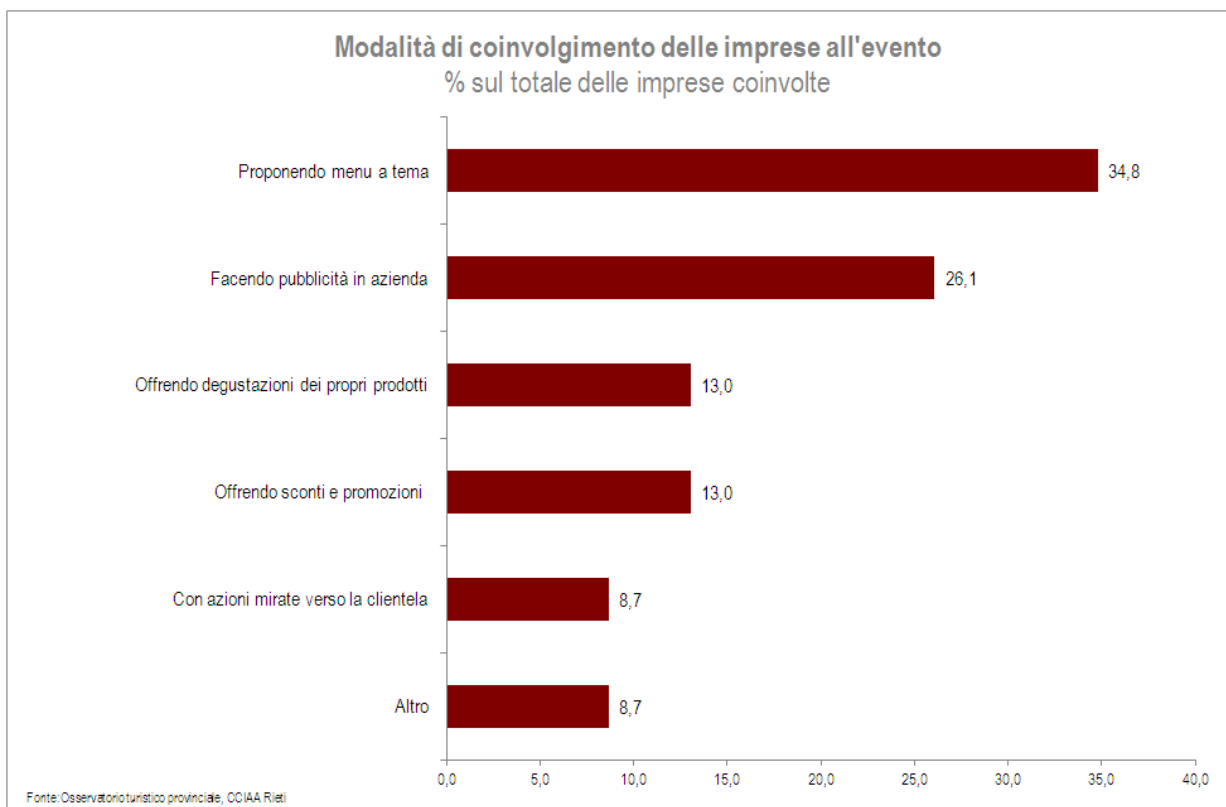
	Si	No	Totale
Alberghi	40,0	60,0	100,0
Strutture extralberghiere	25,0	75,0	100,0
Ristoranti	35,1	64,9	100,0
Bar,pasticcerie ed altro	23,5	76,5	100,0
<b>Totale</b>	<b>31,9</b>	<b>68,1</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti

### Imprese coinvolte per la prima volta nell'evento (%)

	Si	No	Totale
Alberghi	-	100,0	100,0
Strutture extralberghiere	20,0	80,0	100,0
Ristoranti	4,5	95,5	100,0
Bar,pasticcerie ed altro	11,1	88,9	100,0
<b>Totale</b>	<b>7,3</b>	<b>92,7</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti



### Riscontri positivi per gli imprenditori dall'evento (%)

	Sì	No	Totale
Alberghi	30,0	70,0	100,0
Strutture extralberghiere	25,0	75,0	100,0
Ristoranti	33,3	66,7	100,0
Bar, pasticcerie ed altro	47,1	52,9	100,0
<b>Totale</b>	<b>35,2</b>	<b>64,8</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti

### Riscontri per gli imprenditori dall'evento (% sul totale imprese con riscontri positivi, possibili più risposte)

	Incremento delle vendite	Contatti con nuovi clienti	Ritorno di immagine positiva
Alberghi	66,7	33,3	-
Strutture extralberghiere	50,0	50,0	-
Ristoranti	75,0	25,0	-
Bar, pasticcerie ed altro	75,0	25,0	12,5
<b>Totale</b>	<b>72,0</b>	<b>28,0</b>	<b>4,0</b>

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti

### Riscontri positivi - incremento % delle vendite

	Incremento % vendite
Alberghi	10,0
Strutture extralberghiere	20,0
Ristoranti	13,3
Bar,pasticcerie ed altro	22,9
<b>Totale</b>	<b>16,8</b>

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti

### Il giudizio su alcuni aspetti della manifestazione

(voto medio, valori da 1 a 10)

	Luoghi	Periodo di svolgimento	Qualità delle attività svolte	Presenza di pubblico	Organizz. manifestazione	Calendario attività svolte	Attività di promozione	Sinergia con altri operatori	Valorizzazione cultura	Coinvolgimento
Alberghi	7,8	7,8	8,5	7,5	7,8	8,2	7,6	7,7	7,7	7,7
Strutture extralberghiere	8,7	8,7	8,7	8,7	8,7	8,7	8,7	8,7	8,7	8,7
Ristoranti	7,8	7,5	7,4	7,6	7,3	7,4	7,3	7,3	7,5	7,3
Bar,pasticcerie	7,9	8,0	7,7	7,7	7,7	7,4	7,5	7,5	6,9	6,3
<b>Totale</b>	<b>8,0</b>	<b>7,8</b>	<b>7,8</b>	<b>7,8</b>	<b>7,7</b>	<b>7,7</b>	<b>7,6</b>	<b>7,6</b>	<b>7,6</b>	<b>7,4</b>

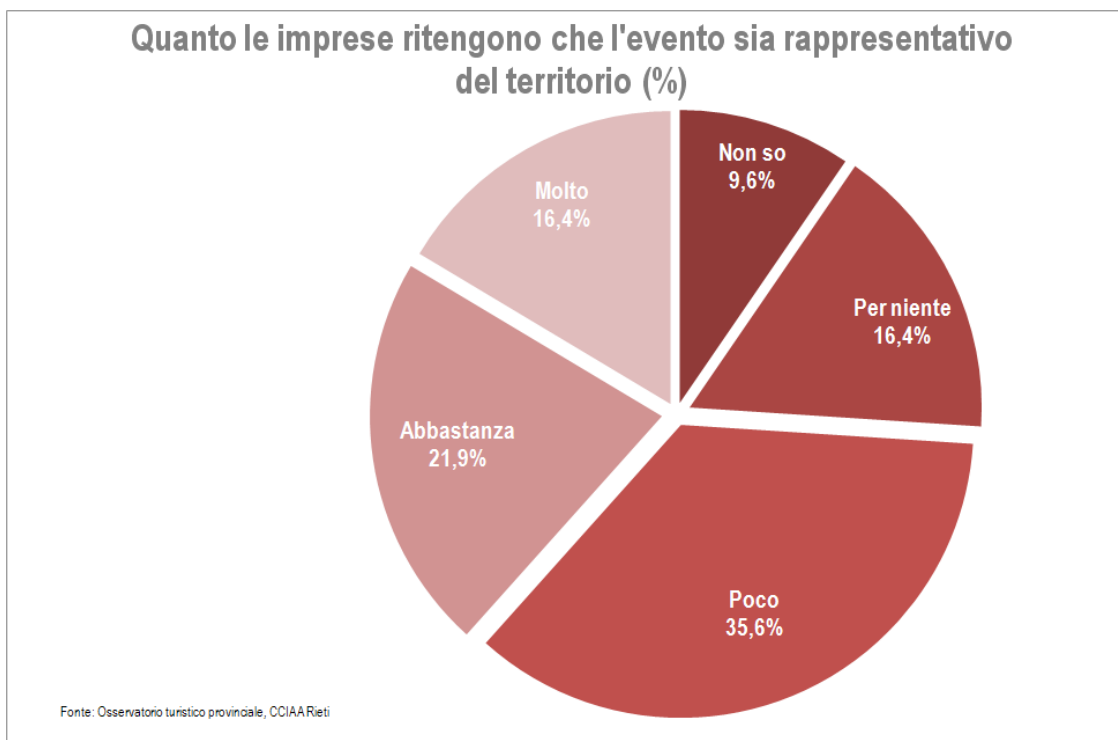
Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti

### Giudizio complessivo sulla manifestazione

(voto medio, valori da 1 a 10)

Alberghi	7,2
Strutture extralberghiere	8,7
Ristoranti	7,4
Bar,pasticcerie ed altro	7,9
<b>Totale</b>	<b>7,7</b>

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti



**Quanto le imprese ritengono che l'evento sia rappresentativo del territorio (%)**

	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente	Non so	Totale
Alberghi	10,0	40,0	20,0	-	30,0	100,0
Strutture extralberghiere	14,3	42,9	14,3	28,6	-	100,0
Ristoranti	20,5	10,3	41,0	20,5	7,7	100,0
Bar,pasticcerie ed altro	11,8	29,4	41,2	11,8	5,9	100,0
<b>Totale</b>	<b>16,4</b>	<b>21,9</b>	<b>35,6</b>	<b>16,4</b>	<b>9,6</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti

**Contributo dell'evento alla promozione e valorizzazione dell'identità del territorio (%)**

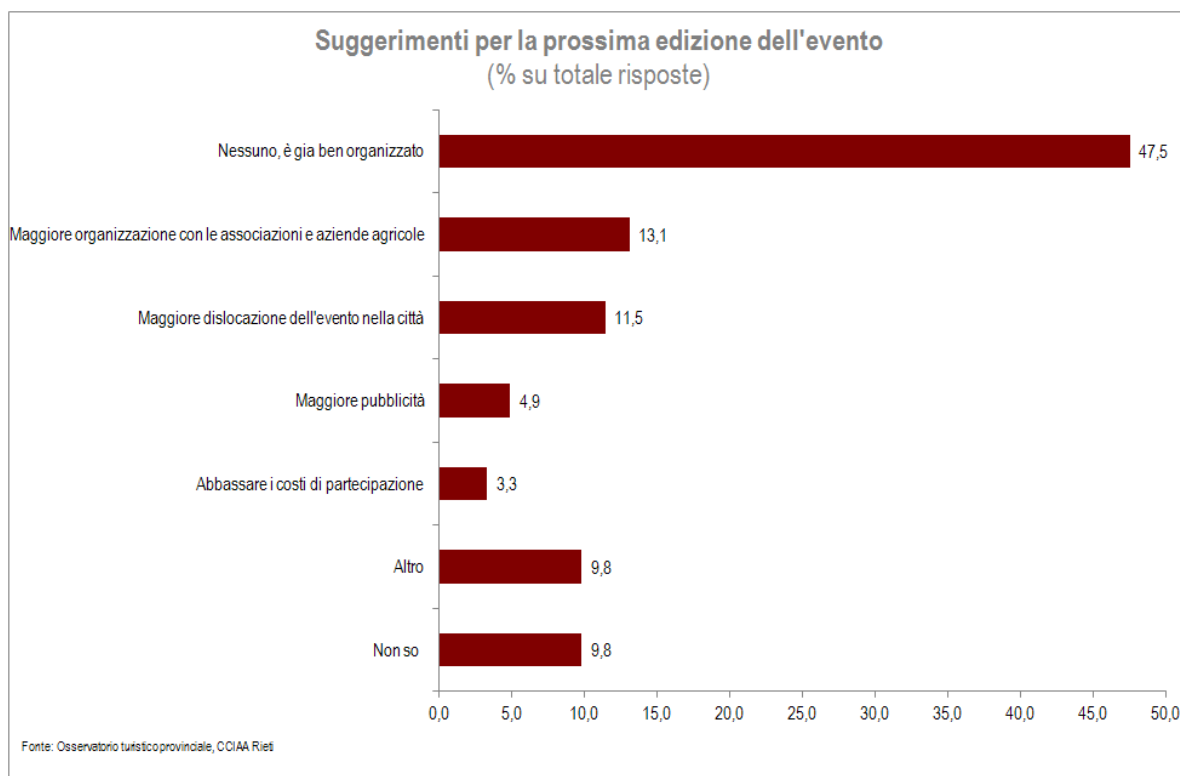
	Si	No	Totale
Alberghi	50,0	50,0	100,0
Strutture extralberghiere	85,7	14,3	100,0
Ristoranti	73,7	26,3	100,0
Bar,pasticcerie ed altro	88,2	11,8	100,0
<b>Totale</b>	<b>75,0</b>	<b>25,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti

## L'evento ha contribuito a promuovere e valorizzare l'identità del territorio...

Si, in che modo	(% sul totale risposte)	No, perché	(% sul totale risposte negative)
E' un evento che porta molta gente in città	40,4	Non so/non abbiamo contribuito	43,8
Valorizza l'immagine della città e permette di conoscere le bellezze del luogo	28,8	Il peperoncino non è un prodotto tipico locale	31,3
Non so	11,5	Poco coinvolgimento delle aziende e del territorio	25,0
Altro	19,2		

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti



### 3. Le caratteristiche e i comportamenti del pubblico che ha partecipato

La fiera del peperoncino, nel complesso, ospita un pubblico che proviene nel 75% dei casi dalla provincia di Rieti, registrando una forte incidenza di visitatori che risiedono entro i confini regionali (9 su 10 provengono dal Lazio). L'evento, dunque, si presenta come una manifestazione che interessa un territorio di breve raggio coinvolgendo in qualche caso più circoscritto visitatori provenienti dall'Umbria e dall'Abruzzo.

Il pubblico che partecipa alla manifestazione è piuttosto eterogeneo registrando diversi target di età: il 20% è giovane, di età compresa tra i 21 e i 30 anni, circa il 40% ha tra i 31-50 anni, segnalando anche una quota di visitatori più adulta (51-60 anni) e una discreta incidenza di over 60 (21,3%). Si tratta soprattutto di diplomati (59,3%) con status professionale di diversa natura su cui incide la presenza di diversi segmenti che non fanno emergere specificità nella condizione lavorativa: il 15,7% è pensionato, l'11,4% è disoccupato, il 10,2% è impiegato/insegnante, in alternativa operai o studenti (circa il 9%), o agenti di commercio (8,1%).

Da legarsi al richiamo sostanzialmente locale dell'evento è la quota di visitatori che pernotta sul territorio (15,7%, in media 2 notti) rispetto a coloro che trascorrono semplicemente una giornata nella città di Rieti (84,3%), un aspetto da implementare arricchendo l'offerta turistica e utilizzando maggiori politiche di comunicazione. Il desiderio di partecipare all'evento motiva oltre la metà degli intervistati (52,1%), mentre il 38,9% è residente nello stesso comune e interessato a prendere parte alla manifestazione.

La visita alla fiera è un'esperienza che si ripete per quasi la metà dei visitatori (45%) seppure il successo e la novità dell'evento riescono ad attirare anche un bacino di clientela che viene coinvolto per la prima volta (circa il 55%), segnando un bilancio positivo tra un pubblico interessato a tornare sul posto e capacità di incuriosire e ampliare il mercato.

Per coloro che avevano già avuto occasione di partecipare alla fiera è stata sufficiente la propria esperienza, naturalmente positiva, ad incidere sulla scelta di tornarvi anche quest'anno (45,3%) seppure l'insieme dei strumenti pubblicitari ha avuto un ruolo decisivo tra i canali di comunicazione adottati: il 61% dei visitatori è stato influenzato dalla pubblicità visibile tramite affissioni, il 50% attraverso trasmissioni radio, mentre il 45,3% si è incuriosito dopo averne letto la pubblicità su stampa.

La partecipazione alla fiera avviene in compagnia del proprio partner nel 36,6% dei casi o con gli amici (32%) mentre le famiglie con bambini rappresentano il 20% della clientela.

Il tema della fiera, legato alla produzione di peperoncino e alla sua versatilità in cucina e non solo, è lo sfondo ideale per conoscere e degustare i prodotti tipici locali presentati nei diversi menù organizzati ad hoc per l'evento ed il suo pubblico. Tra le attività maggiormente diffuse in concomitanza con la manifestazione, infatti emergono proprio i momenti dedicati al gusto e ai sapori della tradizione, come indicato dal 39,4% dei visitatori. Oltre ad approfondire lo spazio dedicato alla scoperta dei prodotti enogastronomici il 29,2% dei visitatori assiste a spettacoli musicali mentre solo una quota ridotta di pubblico (quasi esclusivamente chi proviene dalle altre province) approfitta della presenza di ricchezze naturalistiche e/o acquista prodotti tipici e dell'artigianato locale.

Con un giudizio complessivo pari ad un 8,4 (da 1 a 10) il pubblico si esprime positivamente nella valutazione dell'evento che risulta registrare un buon impatto anche grazie ad alcuni aspetti dell'offerta turistica del territorio: primi tra tutti l'ospitalità dei residenti (voto: 8,7) e la scelta del calendario di attività legate direttamente alla fiera (8,6). Particolarmente apprezzati anche il contesto naturalistico e paesaggistico che fa da cornice alla manifestazione e la qualità nella gestione ed organizzazione dell'evento stesso, aspetti giudicati dai visitatori con un 8,5. Un punteggio pari ad 8,4 viene attribuito al coinvolgimento nell'evento di imprese ed operatori accanto al piacere nella scoperta dei luoghi e dell'identità culturale, seguito da un 8,2 indicato per la logistica (efficienza dei trasporti/collegamenti) e per la disponibilità di informazioni sul programma. Infine, un 8 pieno, con cui è giudicata la qualità delle informazioni e la segnaletica turistica.

Nel confronto tra le aspettative sull'evento e ciò realmente riscontrato in loco emerge un interessante dato relativo alla positiva esperienza del visitatore riguardo all'offerta gastronomica, considerando che la quota di visitatori che apprezza la cucina locale (49,6%) supera le attese complessive (42,2%), aspetto da valorizzare nell'ottica di un incremento del turismo sul territorio. Una soddisfazione che si estende anche su altri aspetti dell'offerta turistica come, ad esempio, l'insieme di attività legate all'intrattenimento, attese dal 24,6% dei turisti e riscontrate positivamente nel 31,8% dei casi, o nel buon rapporto qualità/prezzo, aspetto che colpisce favorevolmente una quota pari al 32,6% del pubblico, il doppio rispetto a quanti ne dichiaravano l'importanza (16,1%). In linea con le aspettative si segnala la buona organizzazione turistica della località, giudicata positivamente dal 30,1% dei visitatori (rientrava nel 31,4% delle aspettative) mentre si segnala un'incidenza inferiore di turisti interessati a conoscere nuovi posti (14,4%), a ricercare



un arricchimento culturale (13,6% e appena 1,7% d'interesse verso testimonianze di valore artistico e archeologico) o a trovare prodotti dell'artigianato locale (9,3%), aspetti non pienamente riscontrati in loco.

La partecipazione all'evento soddisfa i visitatori creando negli stessi la curiosità di tornare nuovamente nella provincia di Rieti come espresso da 9 fruitori su 10 tra coloro che risiedono al di fuori del territorio pur non avendo ancora pianificato il periodo. L'impatto positivo è ulteriormente sottolineato da quanti (quasi tutti) consiglierebbero di venire a trascorrere una vacanza nella provincia di Rieti.

Dall'analisi della spesa media effettuata sul territorio si segnala un'incidenza da parte del pubblico della fiera ad effettuare, essenzialmente, acquisti di natura enogastronomica: su un importo medio pari a quasi 17 euro al giorno pro-capite (13 euro per i residenti e 37 euro per chi proviene da altre province) circa 13 euro sono destinati al comparto agroalimentare e circa 3 euro per lo shopping. Nel dettaglio delle singole voci il 78,2% dei visitatori dichiara di aver acquistato prodotti enogastronomici ed il 53,4% ha consumato pasti presso ristoranti, pizzerie, bar. Per quanto riguarda lo shopping il 13,2% acquista prodotti di artigianato locale, il 6,4% capi di abbigliamento (calzature, accessori) ed il 5,1% acquista qualche souvenir di ricordo.

**Provenienza dei turisti (%)**

Provincia di Rieti	75,4
Altre province italiane	24,6
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti

**Regione di provenienza dei turisti italiani (%)**

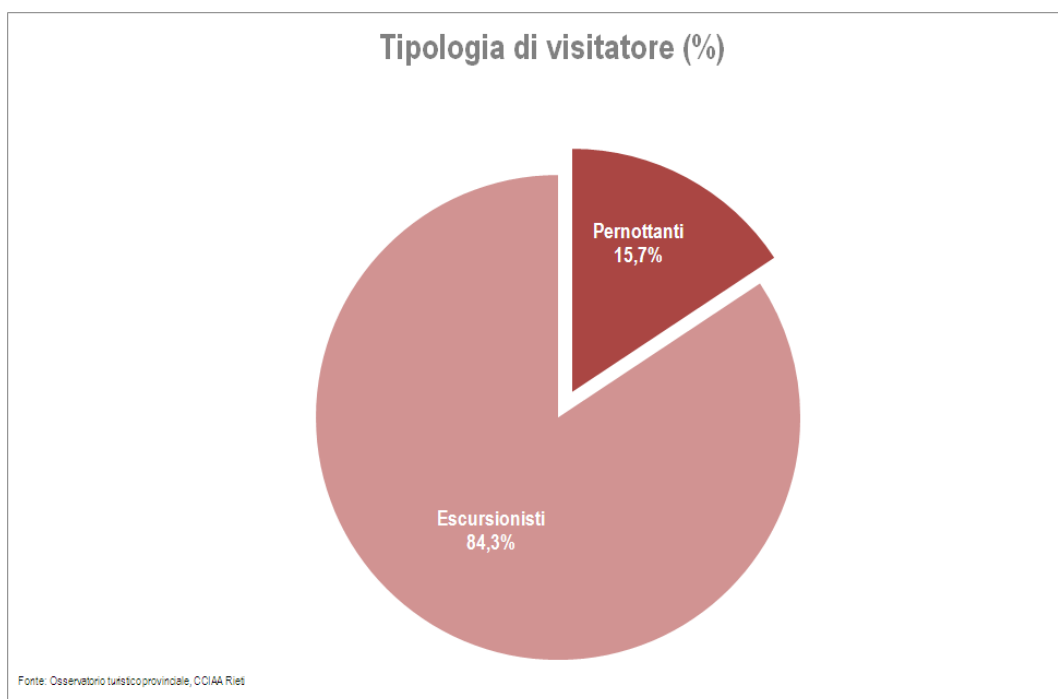
Lazio	90,2
Umbria	2,1
Abruzzo	1,7
Campania	1,3
Puglia	1,3
Emilia Romagna	0,9
Toscana	0,9
Piemonte	0,4
Trentino A.A.	0,4
Calabria	0,4
Sicilia	0,4
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti

## Identikit del visitatore (%)

	Provincia di Rieti	Altre province italiane	Totale
<b>Sesso</b>			
Maschio	68,0	53,4	64,4
Femmina	32,0	46,6	35,6
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Età</b>			
fino a 20 anni	2,3	1,7	2,1
da 21 a 30 anni	19,8	20,7	20,0
da 31 a 40 anni	18,1	22,4	19,1
da 41 a 50 anni	22,0	15,5	20,4
da 51 a 60 anni	16,9	17,2	17,0
oltre 60 anni	20,9	22,4	21,3
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Titolo di studio</b>			
Licenza elementare	10,1	5,2	8,9
Scuola media inferiore	18,5	20,7	19,1
Diploma scuola media superiore	59,6	58,6	59,3
Laurea	11,8	15,5	12,7
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Condizione professionale</b>			
Dirigente, capo servizio, quadro	1,1	5,2	2,1
Impiegato/insegnante	10,1	10,3	10,2
Operaio, agricoltore	10,1	8,6	9,7
Titolare d'azienda/imprenditore	2,8	6,9	3,8
Libero professionista, consulente	8,4	5,2	7,6
Lavoratore autonomo/artigiano/collaboratore occasionale	6,7	5,2	6,4
Commerciante, esercente	2,8	12,1	5,1
Agente di commercio/Rappresentante/Informatore scientifico	4,5	19,0	8,1
Casalinga	6,2	3,4	5,5
Studente	10,7	5,2	9,3
Pensionato	16,3	13,8	15,7
Disoccupato/non occupato	13,5	5,2	11,4
Altro	6,7	-	5,1
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCAA Rieti



### Ragione principale della visita o del soggiorno (%)

	Provincia di Rieti	Altre province italiane	Totale
Partecipare a questo evento	48,0	64,9	52,1
Residente in questo comune, mi trovo già qui	51,4	-	38,9
Fa parte di un itinerario turistico organizzato	-	12,3	3,0
Sono in visita a parenti/amici	0,6	22,8	6,0
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti

### Quota di visitatori che sono coinvolti per la prima volta nell'evento (%)

	Provincia di Rieti	Altre province italiane ed estero	Totale
Si	42,1	94,8	55,1
No	57,9	5,2	44,9
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti

## Canali della comunicazione che influenzano la scelta dell'evento

possibili più risposte, % sul totale visitatori

	Provincia di Rieti	Altre province italiane	Totale
Pubblicità	68,5	70,7	69,1
<i>Pubblicità su affissioni</i>	62,4	56,9	61,0
<i>Pubblicità alla radio</i>	48,3	55,2	50,0
<i>Pubblicità sulla stampa</i>	44,4	48,3	45,3
C'ero già stato	57,9	6,9	45,3
Consiglio di amici/parenti	8,4	37,9	15,7
Articoli/redazionali/su periodici/Quotidiani	10,1	10,3	10,2
Consiglio dell'associazione/gruppo di cui faccio parte	1,1	22,4	6,4
Internet	5,1	8,6	5,9
<i>Informazioni su internet</i>	3,4	6,9	4,2
<i>Offerte su internet</i>	2,2	3,4	2,5
Consiglio di enti/uffici turistici presso cui mi sono recato	0,0	1,7	0,4
Altro	0,6	0,0	0,4

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti

## Compagnia durante l'evento (%)

	Provincia di Rieti	Altre province italiane	Totale
Con mia moglie/mio marito	38,8	29,8	36,6
Con gli amici	32,6	29,8	31,9
In famiglia, con i bambini	23,0	10,5	20,0
Da solo	5,6	10,5	6,8
In gruppo organizzato	-	19,3	4,7
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti

## Numero di notti %

	Altre province italiane
Fino a 3	46,7
Da 4 ad 7	3,3
Oltre 8	1,7
Totale	100,00
media notti	2,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti

### Attività svolte durante il soggiorno

possibili più risposte; % sul totale visitatori

	Provincia di Rieti	Altre province italiane	Totale
Ho degustato i prodotti eno-gastronomici locali	47,9	44,8	39,4
Ho assistito a spettacoli musicali	30,0	46,6	29,2
Ho visitato le bellezze naturalistiche del luogo	0,7	51,7	13,1
Ho acquistato prodotti tipici e dell'artigianato locale	7,9	32,8	12,7
Ho fatto shopping	2,9	13,8	5,1
Ho visitato i monumenti e i siti di interesse archeologico	-	19,0	4,7
Ho partecipato ad eventi folcloristici e della cultura locale	4,3	6,9	4,2
Ho visitato fiere e manifestazioni espositive	3,6	6,9	3,8
Ho assistito a spettacoli teatrali o cinematografici	2,9	3,4	2,5
Ho effettuato visite, escursioni, gite guidate	-	8,6	2,1
Ho visitato mostre e musei	-	5,2	1,3

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti

### Giudizio sull'evento nel complesso

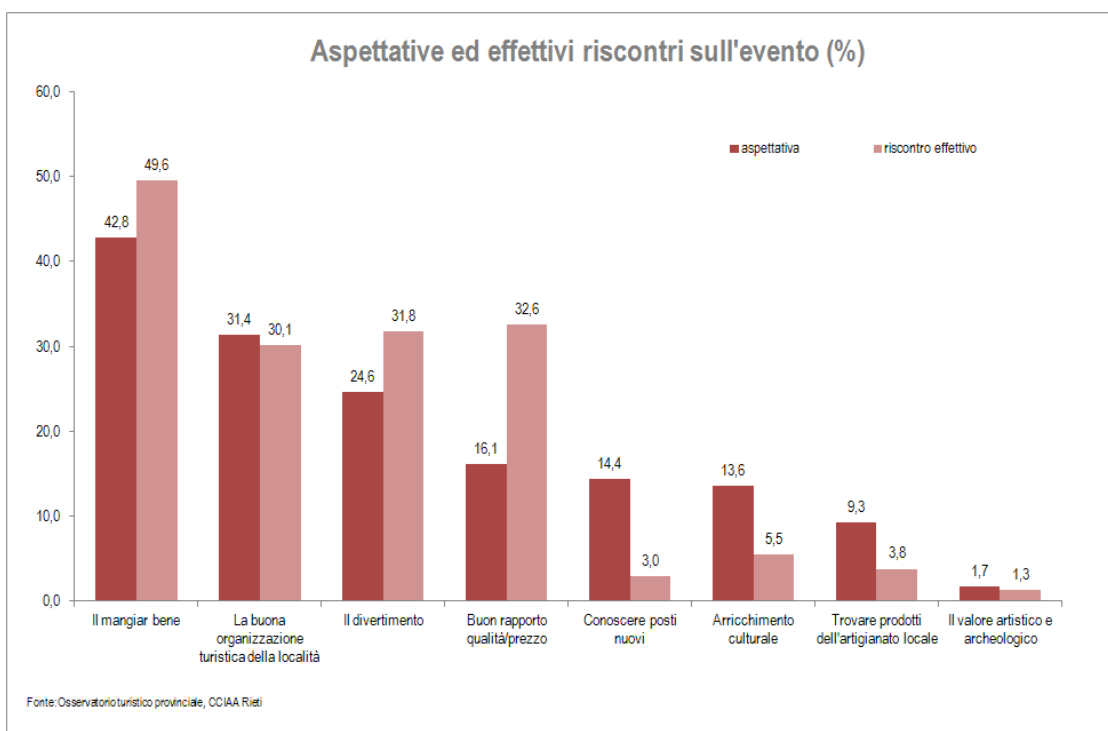
Provincia di Rieti	8,4
Altre province italiane	8,5
<b>Totale</b>	<b>8,4</b>

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti

### Giudizio medio con voto da 1 a 10 sui seguenti aspetti dell'offerta turistica del luogo

	Provincia di Rieti	Altre province italiane	Totale
L'ospitalità dei residenti	8,7	8,7	8,7
Il calendario di attività dell'evento	8,6	8,6	8,6
La bellezza dei luoghi che fanno da scenario all'evento	8,5	8,6	8,5
La qualità dell'organizzazione dell'evento	8,5	8,6	8,5
Il coinvolgimento nell'evento di imprese ed operatori	8,4	8,6	8,4
La scoperta del luogo e della sua identità culturale	8,3	8,7	8,4
L'efficienza dei trasporti/collegamenti	8,2	8,4	8,2
La disponibilità di informazioni sul programma	8,1	8,4	8,2
La qualità delle informazioni/ segnaletica turistica	7,9	8,2	8,0

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti



### Quota di visitatori che pensa di tornare nella provincia di Rieti (%)

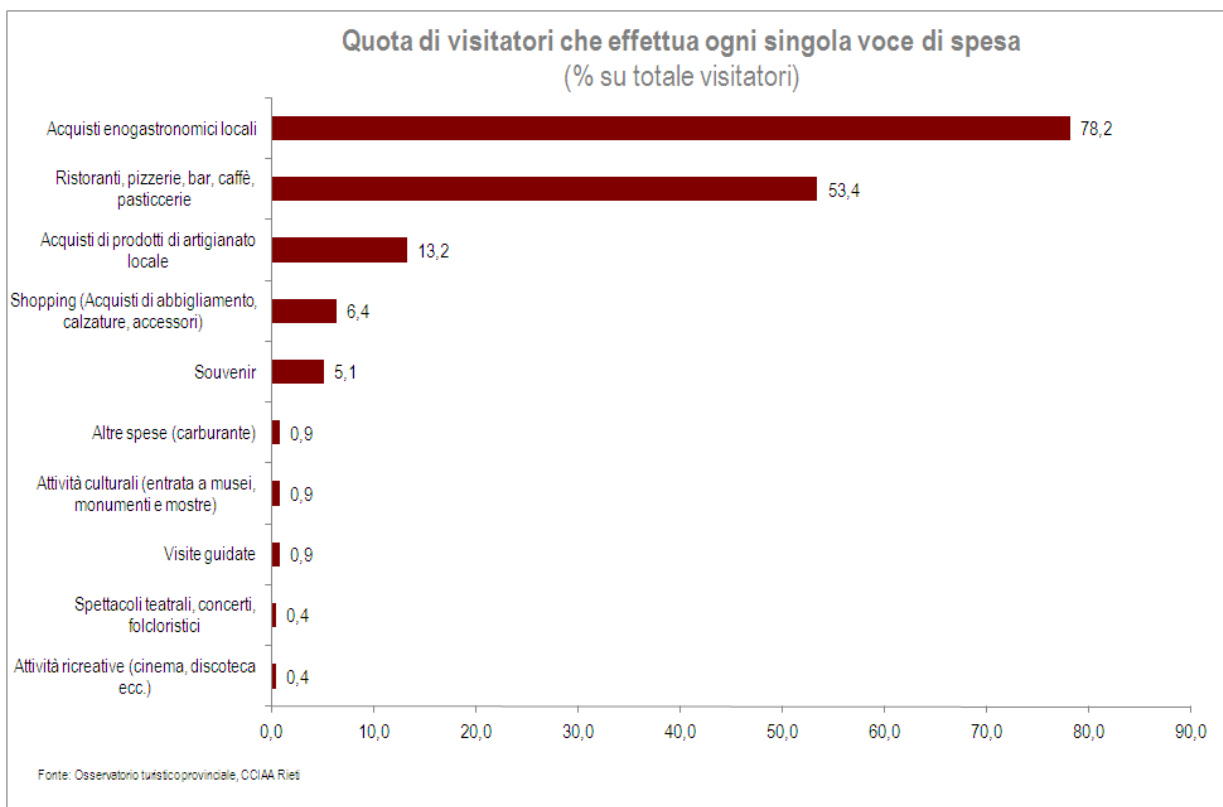
	Altre province italiane
Si, il prossimo anno	10,7
Si, ma non so quando	85,7
Non credo	3,6
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti

### Quota di visitatori che consiglierebbe di venire in vacanza nella provincia di Rieti (%)

	Provincia di Rieti	Altre province italiane	Totale
Si	96,6	100,0	97,5
No	3,4	-	2,5
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti



### Spesa media (valori in euro)

	Provincia di Rieti	Altre province italiane	Totale
<b>Agroalimentare</b>	11,94	16,17	12,98
<b>Trasporti</b>	0,00	0,00	0,00
<b>Shopping</b>	1,09	9,83	3,24
<b>Attività culturali e ricreative</b>	0,20	1,29	0,47
<b>Spesa media totale</b>	<b>13,22</b>	<b>27,29</b>	<b>16,68</b>

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti



### Quota di visitatori per classe di spesa

	Provincia di Rieti	Altre province italiane	Totale
da 0 a 30	93,3	65,5	86,4
da 31 a 60	6,7	29,3	12,3
da 61 a 90	-	3,4	0,8
Oltre 90	-	1,7	0,4
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Spesa media (escluso l'alloggio)			
<b>Spesa media giornaliera</b>	<b>13,22</b>	<b>27,29</b>	<b>16,68</b>

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti

## Nota metodologica

### Indagine alle imprese

Nei giorni successivi all'evento "Fiera del Peperoncino" sono state contattate circa 100 imprese della provincia di Rieti per capire cosa gli operatori pensano della manifestazione. La rilevazione si è svolta dall'1 al 10 agosto 2012.

Le imprese che conoscono l'evento e che hanno completato l'intervista sono le seguenti:

Tipologie di imprese intervistate (n.)	
Alberghi	12
Strutture extralberghiere	8
Ristoranti	42
Bar, Pasticcerie ed altro	20
<b>Totale</b>	<b>82</b>

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti

### Indagine al pubblico che ha partecipato all'evento

L'indagine field a mezzo questionario direttamente somministrato si è rivolta a 236 partecipanti presenti a Rieti durante l'evento "Fiera del Peperoncino". Le interviste sono state rivolte sia a turisti pernottanti che agli escursionisti.

Le domande miravano a rilevare le caratteristiche strutturali del turista (età, provenienza, sesso, titolo di studio e professione), i comportamenti turistici (tipologia di alloggio, canali di influenza, soddisfazione e valutazione del soggiorno svolto) e l'importo della spesa individuale.

Provenienza dei turisti (n.)	
Provincia di Rieti	178
Altre province italiane	58
<b>Totale</b>	<b>236</b>

Fonte: Osservatorio turistico provinciale, CCIAA Rieti