DEMOSKOPIKA
when they ask you

ROMA
Via Savoia, 78
00198 Roma
+39 06 852 374 02

UFFICIO STAMPA
+39 388 095 81 33
ufficiostampa@demoskopika.eu

RENDE
Via Papa Giovanni XXIII, 24/C
87036 Rende (CS)
+39 0984 45 84 23

www.demoskopika.it

Reputazione turistica. È l'Italia la regina d'Europa

Il Belpaese ottiene il primato in quasi tutti gli indicatori, non benissimo nell'utilizzo istituzionale dei social. A livello regionale, nel medagliere dell'Istituto di ricerca, si collocano Trentino Alto Adige, Sicilia e Veneto. È quanto emerge dal Regional Tourism Reputation Index di Demoskopika per il 2023, giunto alla sua settima edizione. Il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio: «Lo studio evidenzia la necessità di allinearsi alle strategie dei nostri principali competitor europei nell'utilizzo delle pagine social mettendo in campo azioni più incisive per promuovere l'offerta turistica italiana»

È l'Italia a conquistare la vetta della classifica generale della reputazione turistica europea. E così, quest'anno, il consueto studio di Demoskopika mirato a generare una classifica della reputazione dei sistemi turistici regionali italiani, si arricchisce di un'ulteriore analisi: l'European Tourism Reputation Index (ETR Index) che, utilizzando lo stesso approccio metodologico, è finalizzato a offrire ai portatori di interesse un'ulteriore confronto anche tra le principali destinazioni turistiche europee individuate sulla base della quota degli arrivi secondo gli ultimi dati disponibili di Eurostat: Francia, Germania, Spagna, Italia, Paesi Bassi, Austria, Polonia, Svezia, Grecia e Portogallo. In particolare, la destinazione italiana ottiene il primato in ben tre indicatori (ricerca della destinazione, popolarità della destinazione, tripadvisor confidence destination) su cinque e la medaglia d'argento in un quarto indicatore, relativo alla valutazione del sistema ricettivo da parte dei turisti-consumatori.

Spostando il livello di analisi sui sistemi turistici regionali, è il Trentino-Alto Adige, con 112,1 punti secondo lo schema metodologico predisposto da Demoskopika, a non cedere di un millimetro, mantenendo salda, anche per il 2023, la prima posizione nella classifica generale del Regional Tourism Reputation Index, giunto al suo settimo anno consecutivo, sulla base dei seguenti indicatori: visibilità e interesse dei portali turistici istituzionali regionali, loro social appeal presso gli stakeholder. E, ancora, popolarità, fiducia e tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, la reputazione del sistema ricettivo. E i numeri dell'indice di Demoskopika per misurare la reputazione sono più che significativi: oltre 98 milioni di pagine indicizzate, circa 4,4 milioni di like e follower sulle reti sociali, ben 54,4 milioni le recensioni conteggiate e poco meno di 456 mila le strutture ricettive osservate. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino-Alto Adige, inoltre, sono principalmente due risultati: il primo posto quale destinazione "più social d'Italia" (127,8 punti) e il secondo posto quale offerta ricettiva con il gradimento più elevato da parte dei turisti/consumatori (111,9 punti).
Con un balzo in avanti di ben cinque posizioni rispetto all'anno precedente, è la Sicilia a conquistare il secondo posto nel medagliere complessivo strappandolo alla Toscana. Il sistema siciliano, in particolare risulta in vetta sia alle destinazioni turistiche più ricercate che tra quelle ritenute più popolari sul web secondo il comportamento dei consumatori.
Terzo posto per il Veneto (102,8 punti) sulla cui performance, che le ha garantito un ingresso sul podio, hanno pesato in maniera significativamente integrata numerosi risultati: dalla fiducia dei turisti certificata dalle oltre 4,7 milioni di recensioni su Tripadvisor, alla visibilità istituzionale sui principali

canali social passando per un buon posizionamento sul livello di valutazione dell'offerta ricettiva e per 7,3 milioni di pagine indicizzate su Google quale valutazione iniziale del volume di offerta online della destinazione.
Ancora alla Sicilia, inoltre, spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2022 meritando un balzo in avanti di ben 5 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per la destinazione, infatti, il secondo posto, rispetto al settimo dell'anno precedente, immediatamente seguita da Calabria e Abruzzo che scalano di tre posti il ranking generale sulla reputazione turistica.
Va alla Basilicata, con 112,9 punti, infine, il primato del sistema ricettivo "più apprezzato" d'Italia secondo le valutazioni positive dei turisti su oltre 4 mila strutture rilevate.

«Lo studio – *commenta il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio* – evidenzia la necessità di allinearsi alle strategie dei nostri principali competitor europei nell'utilizzo delle pagine social mettendo in campo azioni più incisive per promuovere l'offerta turistica italiana. L'Italia da un lato, è una destinazione molto ricercata e popolare sul web, i turisti manifestano apprezzamento per la qualità dell'offerta ricettiva (alberghiero, extra-alberghiero e ristorazione), inondano di recensioni i suoi attrattori turistico-culturali ma, dall'altro, – *conclude Raffaele Rio* – i canali social istituzionali non vengono utilizzati in modo altrettanto adeguato al fine di rafforzare ulteriormente la reputazione e promuovere maggiormente la variegata offerta turistica del Belpaese».

Reputazione europea: Italia, Spagna e Germania sul podio. Oltre 1,5 miliardi di pagine indicizzate, circa 14,2 milioni di like, iscritti e follower sulle reti sociali, ben 157 milioni le recensioni conteggiate e poco più di 619 mila le strutture ricettive osservate. Sono questi i numeri generati dai sistemi europei per costruire la reputazione turistica delle destinazioni e sintetizzati dall'European Tourism Reputation Index per il 2022, alla sua prima edizione.
È l'Italia, con 109,1 punti, secondo lo schema metodologico predisposto da Demoskopika, a conquistare la vetta della classifica generale. La destinazione italiana, infatti, ottiene il primato in ben tre indicatori (ricerca della destinazione, popolarità della destinazione, tripadvisor confidence destination) su 5 e la medaglia d'argento in un quarto indicatore (valutazione del sistema ricettivo). Meno confortante il posizionamento del Belpaese sul versante social. I canali istituzionali monitorati (Enit, Italia.it) non sono adeguatamente sfruttati a differenza di quanto fatto da alcuni competitor (Spagna, Portogallo, Grecia e Germania) facendo scivolare l'Italia al quinto posto nella classifica parziale del Rating Social Reputation (101,8 punti).
La Spagna si colloca al secondo posto (105,3 punti) nel medagliere complessivo. A pesare più che positivamente sul piazzamento della destinazione spagnola il primo posto quale destinazione "più social d'Europa" (112,4 punti) e il secondo posto per livello di fiducia dei turisti, quantificato in ben 31,7 milioni di recensioni rilevate su Tripadvisor nei 12 dodici mesi del 2023.
Terzo posto, infine, per la Germania (101,6 punti) ottenuto grazie a una performance significativa in tutti gli indicatori individuati. Il sistema turistico tedesco, si caratterizza, dunque, per un "trasversalismo virtuoso". Medaglia di bronzo, in particolare, nelle classifiche parziali della valutazione del sistema ricettivo (103,0 punti) e della ricerca della destinazione (97,9 punti); quarto posto nella social reputation (103,3 punti) e nel tripadvisor confidence destination (96,4 punti) e quinto posto nella graduatoria della popolarità della destinazione (100,3 punti).
Si precisa che sono state individuate le prime dieci destinazioni per arrivi in base agli ultimi dati disponibili (Eurostat, 2022): Francia, Germania, Spagna, Italia, Paesi Bassi, Austria, Polonia, Svezia, Grecia e Portogallo. In particolare, nel 2022, i paesi individuati, con oltre 785 milioni di arrivi, rappresentano circa l'84,7% del dato complessivo rilevato nei 27 sistemi turistici nazionali dell'Unione Europea (928 milioni). E, inoltre, le presenze generate complessivamente sono state poco più di 2,3 miliardi pari a ben l'84,4% del totale dei pernottamenti nei paesi UE (oltre 2,7 miliardi).

Appeal turistico: sono Marche e Emilia-Romagna a incalzare il solito Trentino Alto Adige. È il Trentino-Alto Adige, con 127,8 punti, a confermarsi, anche per il 2023, la destinazione più social d'Italia,

ossia dotata di maggiore capacità di appeal, immediatamente seguita dalle Marche (108,8 punti) e dall'Emilia Romagna (104,9 punti); a seguire, inoltre, la Sicilia (102,9 punti) e il Veneto (102,0 punti). In particolare, il Trentino-Alto Adige, ottiene, la visibilità più rilevante, con una dote complessiva di quasi 1,8 milioni di like e follower conteggiati dalle pagine social ufficiali (Instagram, Facebook, X e Youtube) di promozione turistica del Trentino e dell'Alto Adige. Più che meritevole di attenzione anche l'interesse suscitato dalle pagine istituzionali delle Marche (108,8 punti) con oltre 627 mila "seguaci" e dall'Emilia Romagna (104,9 punti) con quasi 350 mila "apprezzamenti".

Posizionamento online: la Sicilia fa il pieno di clic. Con 12,6 milioni di pagine indicizzate la Sicilia ottiene per il 2023 il massimo punteggio (126,1 punti) nella classifica dell'indicatore "Ricerca della destinazione" ottenuto conteggiando le pagine indicizzate sul motore di ricerca Google della keyword "vacanze" seguita dal "nome destinazione 2023" per ciascuna regione, capace di offrire una valutazione preliminare del volume di offerta online di ciascuna destinazione turistica. Sul podio si piazzano due new entry rispetto all'edizione dello scorso anno: Lombardia (110,4 punti) e Piemonte (110,0 punti) rispettivamente con quasi 8 milioni e 7,9 milioni di pagine indicizzate.
Piazzamento al di sopra dei 100 punti anche per Calabria, che quest'anno si piazza al quarto posto (108,3) con 7,4 milioni di risultati distanziando di un soffio la Toscana (108,1) e il Veneto (107,9) rispettivamente con oltre 7,3 milioni e oltre 7,2 milioni di risultati. Seguono Puglia (104,1) con 6,1 milioni di risultati, Marche (103,6) con quasi 6 milioni di risultati, Sardegna (102,9) con 5,8 milioni di risultati, Trentino Alto Adige (100,9) e Lazio (100,5) rispettivamente con 5,2 e 5,1 milioni di risultati.

Popolarità sul web: sono sei le destinazioni a spartirsi la torta. Spostando l'attenzione sul confronto della popolarità delle destinazioni, oggetto dello studio, emergono alcuni andamenti caratterizzanti, nelle primissime posizioni dell'indicatore relativo alla "Popolarità della destinazione", prioritariamente sei realtà territoriali: Sicilia al primo posto seguita da, Sardegna, Toscana, Puglia, Calabria e Liguria. In particolare, digitando il nome di ciascun territorio regionale, quale termine di ricerca su Google Trends in uno stesso periodo categorizzato per il filtro "viaggi", è stato possibile monitorare la tendenza della destinazione e confrontarne il livello medio di popolarità. Il dettaglio dei risultati colloca la Sicilia, con una media di interesse nel tempo pari a 52 punti, in vetta alla classifica dell'indicatore ottenendo il punteggio più alto nel ranking parziale della popolarità (126,2 punti). Al secondo posto la Sardegna (123,0 punti) con una media di interesse nel tempo pari a 47 punti. Seguono, con risultati altrettanto rilevanti, altre quattro destinazioni: Toscana (118,4 punti), Puglia (104,2 punti), Calabria (103,5 punti) e, infine, Liguria (100,3 punti).

Valutazioni: alla Basilicata, il primato del sistema ricettivo "più apprezzato". Con 112,9 punti, la regione Basilicata, conquista il primo posto, rispetto al terzo dell'anno precedente, quale sistema ricettivo più apprezzato del Belpaese. Risultato ottenuto riparametrando le performance dei punteggi delle graduatorie parziali emerse dai siti di ranking utilizzati e, cioè, con il maggior numero di recensioni totalizzate su TripAdvisor e di valutazioni positive sul totale delle strutture rilevate su Booking, Expedia e Google Travel. Stabile al secondo posto, il Trentino-Alto Adige con 111,9 punti. Il Molise si colloca al terzo posto (109,1 punti), new entry fra le prime cinque posizioni insieme ad Abruzzo (106,3) che si colloca al quarto posto e Friuli (103,7) che conquista, per quanto riguarda il sistema ricettivo, il quinto posto. L'analisi particolareggiata dell'apprezzamento dell'offerta ricettiva si muove dal presupposto che i consumatori tendano ad avere maggiore fiducia nelle loro decisioni quando si accorgono che una destinazione è caratterizzata da un insieme rilevante di recensioni dei viaggiatori e di "quotazioni" positive sull'offerta ricettiva. In questo caso, la relazione appare chiara: più recensioni e valutazioni positive significano, con molta probabilità, più attenzione verso un determinato luogo o territorio.