

RASSEGNA STAMPA



demoskopika

A CURA DELL'UFFICIO STAMPA

RTR INDEX 2020

2020 08 28 Il Gazzettino (ed. Pordenone) pag. 36	1
2020 08 28 Quotidiano di Sicilia pag. 19	2
2020 08 27 Il Sole 24 Ore pag. 10	3
2020 08 27 La Nuova Sardegna pag. 12	4
2020 08 27 L'Arena pag. 08	5
2020 08 27 Gazzetta del Sud (ed. Cosenza) pag. 06	6
2020 08 27 La Provincia di Lecco pag. 06	7
2020 08 27 La Gazzetta del Mezzogiorno (ed. Nord Barese) pag. 03	8
2020 08 27 La Provincia (ed. Cremona) pag. 41	9
2020 08 27 Nuovo Quotidiano di Puglia (ed. Lecce) pag. 05	10
2020 08 27 La Sicilia (ed. Catania) pag. 10	11
2020 08 26 Avvenire pag. 09	12
2020 08 21 La Gazzetta del Mezzogiorno (ed. Basilicata) pag. 21	13
2020 08 21 La Gazzetta del Mezzogiorno (ed. Basilicata) pag. 24	14
2020 08 20 Il Piccolo (ed. Gorizia) pag. 06	15
2020 08 20 Il Gazzettino (ed. Udine) pag. 32	16
2020 08 20 Il Quotidiano del Sud (ed. Basilicata) pag. 11	17
2020 08 17 Trentino pag. 17	18
2020 08 15 La Nuova Sardegna pag. 04	19
2020 08 15 Il Gazzettino (ed. Udine) pag. 31	20
2020 08 15 Quotidiano di Sicilia pag. 07	21
2020 08 14 Il Sole 24 Ore pag. 08	22
2020 08 12 Corriere Adriatico (ed. Ascoli) pag. 04	23
2020 08 11 La Nazione (ed. Siena) pag. 36	24

2020 08 11 L'Unione Sarda pag. 12	25
2020 08 11 L'Arena pag. 07	26
2020 08 11 Giornale di Brescia pag. 10	27
2020 08 11 Gazzetta del Sud (ed. Catanzaro) pag. 17	28
2020 08 11 Gazzetta del Sud (ed. Cosenza) pag. 01	29
2020 08 11 Alto Adige pag. 08	30
2020 08 11 Alto Adige pag. 17	31
2020 08 11 La Provincia (ed. Cremona) pag. 34	32
2020 08 11 Corriere del Trentino pag. 01	33
2020 08 11 Corriere del Trentino pag. 07	34
2020 08 11 Corriere dell'Alto Adige pag. 01	35
2020 08 11 Giornale di Sicilia (ed. Caltanissetta) pag. 09	36
2020 08 11 Il Quotidiano del Sud (ed. Basilicata) pag. 10	37

Sos di Zuzzi «Basta campi nel degrado in montagna»

SACILE

Terreni montani lasciati abbandonati? Il tema resta attuale anche se sotto traccia. A risollevarlo Gianfranco Zuzzi di Cittadinanza attiva Sacile: «Nel territorio del Parco naturale delle Prealpi Giulie e in Pedemontana l'abbandono dei campi, oltre a rappresentare una pessima immagine, può diventare un rischio igienico – sanitario per la presenza di rettili e parassiti come le zecche. Non è raro osservare in bella mostra veri e propri depositi di materiali che diventano vere discariche a cielo aperto». La criticità è confermata dai dati di Demoskopika sul turismo che vede il Fvg passare dal 10. al 19. posto nella classifica nazionale per la reputazione e dal 9 al 18 posto per la popolarità turistica. «Le cause? La poca sensibilità ambientale, la litigiosità tra proprietari - precisa Zuzzi - e amministrazioni che fanno da spettatrici. La presenza di escursionisti e turisti dovrebbe essere un ulteriore stimolo alla tutela ambientale in una Regione che ha scommesso su questa attività. Invece non si fa niente. I dati di Demoskopika dovrebbero rappresentare un campanello d'allarme. L'auspicio - conclude il rappresentante di "Cittadinanza attiva Sacile" - è che le segnalazioni e le richieste dei cittadini per una maggiore tutela e valorizzazione dell'ambiente montano trovino risposte concrete da parte di chi ha la responsabilità non solo istituzionale ma anche morale di riscattare quella che molti considerano una montagna "povera" ma che tale non deve considerarsi per la potenzialità mai espresse». E la montagna aspetta di essere riscoperta e valorizzata. (ms)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Reputazione turistica, Sicilia seconda in classifica

Sicilia seconda, dopo il Trentino Alto Adige, nella classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika. 110,9 punti per la nostra Isola che ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020.

Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7). Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso.

Turismo, in agosto flessione del 70% degli ospiti stranieri

COVID 19

Persi 220mila posti di lavoro diretti e rischio crac per 50mila imprese

Enrico Netti

Anche agosto si conferma come un mese nero per il turismo con l'incoming che segna un secco -70% rispetto al 2019. La crisi non molla e scuote profondamente il comparto dell'ospitalità e la sua filiera. «Ben 50mila imprese del settore rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria, con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro - segnala Raffaele Rio, presidente dell'istituto Demoskopika che svolge ricerche economiche, di mercato e sui consumi -. Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord Italia a cui va aggiunto l'intero indotto».

Ad agosto, secondo le analisi di Demoskopika, il Belpaese ha perso 3,6 milioni di visitatori provenienti dall'estero con mancati incassi per quasi due miliardi, la metà rispetto a quelli dell'anno precedente. L'ipotizzato "sold out" di Ferragosto previsto dall'Enit suona quasi come una fake news.

«La riapertura delle attività economiche e la ripresa della libertà di movimento, anche infraeuropeo, non sono state sufficienti a garantire la sostenibilità economica e finanziaria di gran parte delle imprese turistiche italiane che vivevano di quel 51% di turismo internazionale che quest'anno verrà a mancare - rimarca Marina Lalli, presidente Federturismo Confindustria -. I numeri sono allarmanti e fanno riflettere sul-

l'urgenza di un sostegno immediato alle imprese. Questa estate abbiamo sofferto molto per l'assenza dei turisti stranieri che si stima siano stati 25 milioni in meno rispetto allo stesso periodo del 2019, una battuta d'arresto purtroppo destinata a proseguire anche a settembre». La presidente è preoccupata per la tenuta del sistema nel suo complesso. «Settembre sarà decisivo: rischiamo la chiusura definitiva del 30% delle imprese con un danno per l'occupazione ma anche per l'indotto di enormi proporzioni - aggiunge Marina Lalli -. Senza interventi diretti, come finanziamenti a fondo perduto, moratorie consistenti su imposte e tasse, per molte attività non ci sarà futuro».

Drammatica la situazione nelle città d'arte che subiscono i maggiori danni a causa del crollo degli arrivi da Usa, Russia, penisola arabica, estremo oriente. «Alcune nostre elaborazioni - su dati di Banca d'Italia - stimano in circa 2,7 milioni gli stranieri che hanno rinunciato ad un soggiorno nelle città d'arte del Belpaese tra luglio e agosto» ricorda Rio. Da parte sua Dario Nardella, sindaco di Firenze, segnala che dal punto di vista turistico l'estate nella città che amministra «è andata male e nella migliore delle ipotesi siamo arrivati a un -50% di presenze e di volume economico rispetto al 2019. Firenze, come Città metropolitana ha perso più di un miliardo dal punto di vista del turismo. Ma dal punto di vista economico ha perso quasi sette miliardi perché Firenze è il distretto della moda, dell'artigianato e poi ci sono grandi industrie manifatturiere». Il crollo del turismo a Firenze purtroppo ha anche fatto una vittima: Luca Vanni, ristoratore del centro storico che sabato scorso si è tolto la vita per il timore di perdere quanto costruito in anni di lavoro e sacrifici.

enrico.netti@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I NUMERI DELLA CRISI

Il tracollo del turismo Già persi 220 mila posti

di Cinzia Conti

► ROMA

Ben 220 mila posti in fumo la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. E poi 50 mila imprese che rischiano di chiudere. La crisi nera delle città d'arte trascinate nel baratro dal calo del 70% dei turisti stranieri che sono anche quelli che spendono di più. A fare la fotografia del turismo «sfiancato» dal Covid in un'intervista a 360 gradi con l'ANSA è Raffaele Rio, presiden-

te dell'istituto Demoskopika. «Ben 50 mila imprese del comparto turistico - spiega - rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220 mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. Non va dimenticato, se a qualcuno fosse sfuggito,

che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della nati-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso». Quanto ai flussi il presidente di Demoskopika dice: «Sinceramente il sold out che alcuni speravano per Ferragosto, eccezione fatta per qualche area storicamente più attrattiva di altre, non l'ho rilevato. Provo a spiegarmi meglio. Lo scorso anno (elaborando i dati di Banca d'Italia) nel solo mese di agosto, sono stati oltre 5 milioni i viaggiatori stranieri



che hanno scelto di trascorrere le vacanze in Italia generando oltre 37 milioni di pernottamenti nel sistema alberghiero ed extra-alberghiero del Belpaese con una spesa di circa 4 miliardi di euro. Quest'anno, noi stimiamo, nello stesso pe-

riodo, un calo pari a circa il 70%, con un decremento di 3,6 milioni di turisti stranieri e una contrazione della spesa di quasi 2 miliardi di euro. In questa direzione, comprendo perfettamente la reazione delle associazioni degli operatori turistici».

CORONAVIRUS. Ben 50mila imprese sono a rischio fallimento con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi

In fumo 220mila posti nel turismo

Per le città d'arte è crisi nera. I turisti stranieri, ossia quelli che spendono di più sono scomparsi

Cinzia Conti
ROMA

Ben 220 mila posti in fumo la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. E poi 50 mila imprese che rischiano di chiudere. La crisi nera delle città d'arte trascinate nel baratro dal calo del 70% dei turisti stranieri che sono anche

quelli che spendono di più. E l'anno non è ancora concluso. A fare la fotografia del turismo «sfiancato» dal Covid in un'intervista è Raffaele Rio, presidente dell'Istituto Demoskopika. «Ben 50 mila imprese del comparto turistico - spiega - rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220 mila posti la cui metà è concen-

trata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. Non va dimenticato, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della natalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso». Quanto ai flussi il presidente di Demoskopika dice: «Sinceramente il sold out che alcuni speravano per Ferragosto, eccezion fatta per qualche area storicamente più attrattiva di altre, non l'ho rilevato. Provo a spiegarvi meglio. Lo scorso an-

no nel solo mese di agosto, sono stati oltre 5 milioni i viaggiatori stranieri che hanno scelto di trascorrere le vacanze in Italia generando oltre 37 milioni di pernottamenti nel sistema alberghiero ed extra-alberghiero del Belpaese con una spesa di circa 4 miliardi di euro. Quest'anno, noi stimiamo, nello stesso periodo, un calo pari a circa il 70%, con un decremento di 3,6 milioni di turisti stranieri e una contrazione della spesa di quasi 2 miliardi di euro. In questa direzione, comprendo perfettamente la reazione delle associazioni degli opera-

tori turistici». Per quanto riguarda la crisi nera delle città d'arte Rio aggiunge: «Resto dell'opinione che gli italiani siano fortemente tradizionalisti nella scelta di consumo turistico. Dai dati rilevati da Demoskopika emerge che, al netto dell'osservanza del distanziamento sociale tanto ricercata dai turisti quanto poco praticata, circa 6 italiani su 10 di chi ha dichiarato di andare in vacanza, hanno scelto località balneari principalmente in Sicilia, Puglia, Calabria, Emilia-Romagna e Sardegna. A seguire anche la montagna e le città d'arte. •



Pochi turisti a Venezia ANSA

Soffre anche l'indotto

Turismo: già persi 220mila posti

Cinzia Conti

ROMA

Ben 220 mila posti in fumo la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. E poi 50mila imprese che rischiano di chiudere. La crisi nera delle città d'arte trascinate nel baratro dal calo del 70% dei turisti stranieri che sono anche quelli che spendono di più. E l'anno non è ancora concluso...

A fare la fotografia del turismo «sfiancato» dal Covid è Raffaele Rio, presidente dell'istituto Demoskopika. «Ben 50mila imprese del comparto turistico - spiega - rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. Non va dimenticato, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della nati-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni».

Quanto ai flussi il presidente di Demoskopika dice: «Il sold out che alcuni speravano per Ferragosto, eccezion fatta per qualche area storicamente più attrattiva di altre, non l'ho rilevato. Lo scorso anno (elaborando i dati di Banca d'Italia) nel solo mese di agosto, sono stati oltre 5 milioni i viaggiatori stranieri in Italia generando oltre 37 milioni di pernottamenti nel sistema alberghiero ed extra-alberghiero del Belpaese con una spesa di circa 4 miliardi di euro. Quest'anno, nello stesso periodo, in calo è pari a circa il 70%, con un decremento di 3,6 milioni di turisti stranieri e una contrazione della spesa di quasi 2 miliardi di euro».

La crisi del Turismo Il Covid ha bruciato 220 mila posti

I dati

Sono 50 mila le imprese a rischio fallimento. Le città d'arte hanno perso il 70% dei turisti stranieri, quelli che spendono di più

ROMA

CINZIA CONTI

Ben 220 mila posti in fumo la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. E poi 50 mila imprese che rischiano di chiudere. La crisi nera delle città d'arte trascinate nel baratro dal calo del 70% dei turisti stranieri che sono anche quelli che spendono di più. E l'anno non è ancora concluso. A fare la fotografia del turismo «sfiancato» dal Covid è Raffaele Rio,



Pochi turisti a Venezia ANSA

presidente dell'istituto Demoskopika. «Ben 50 mila imprese del comparto turistico - spiega - rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi inevitabil-

mente sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220 mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. Non va dimenticato che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della nati-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso». Quanto ai flussi il presidente di Demoskopika dice: «Sinceramente il sold out che alcuni speravano per Ferragosto, eccezion fatta per qualche area storicamente più attrattiva di altre, non l'ho rilevato. Provo a spiegarmi meglio. Lo scorso anno solo ad agosto, sono stati oltre 5 milioni i viaggiatori stranieri che hanno scelto di trascorrere le vacanze in Italia generando oltre 37 milioni di pernottamenti nel sistema alberghiero ed extra-alberghiero, con una spesa di circa 4 miliardi. Quest'anno stimiamo nello stesso periodo un calo di circa il 70%, con un decremento di 3,6 milioni di turisti stranieri e una contrazione della spesa di 2 miliardi».

Turismo, bruciati 220mila posti

L'indagine dell'Istituto Demoskopika: «Almeno 50mila imprese rischiano il fallimento».

● **ROMA.** Ben 220 mila posti in fumo la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. E poi 50 mila imprese che rischiano di chiudere. La crisi nera delle città d'arte trascinate nel baratro dal calo del 70% dei turisti stranieri che sono anche quelli che spendono di più. E l'anno non è ancora concluso... A fare la fotografia del turismo «sfiancato» dal Covid è Raffaele Rio, presidente dell'Istituto Demoskopika.

«Ben 50mila imprese del comparto turistico - spiega - rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220 mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. Non va dimenticato, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della nati-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso».

Quanto ai flussi il presidente di Demoskopika dice: «Sinceramente il sold out che alcuni speravano per Ferragosto, eccezion fatta per qualche area storicamente più attrattiva di altre, non l'ho

rilevato. Provo a spiegarmi meglio. Lo scorso anno (elaborando i dati di Banca d'Italia) nel solo mese di agosto, sono stati oltre 5 milioni i viaggiatori stranieri che hanno scelto di trascorrere le vacanze in Italia generando oltre 37 milioni di pernottamenti nel sistema alberghiero ed extra-alberghiero del Belpaese con una spesa di circa 4 miliardi di euro. Quest'anno, noi stimiamo, nello stesso periodo, un calo pari a circa il 70%, con un decremento di 3,6 milioni di turisti stranieri e una contrazione della spesa di quasi 2 miliardi di euro. In questa direzione, comprendo perfettamente la reazione delle associazioni degli operatori turistici».

Per quanto riguarda la crisi nera delle città d'arte Rio aggiunge: «Resto dell'opinione che gli italiani siano fortemente tradizionalisti nella scelta di consumo turistico. Dai dati rilevati da Demoskopika emerge che, al netto dell'osservanza del distanziamento sociale tanto ricercata dai turisti quanto poco praticata, circa 6 italiani su 10 di chi ha dichiarato di andare in vacanza, hanno scelto località balneari principalmente in Sicilia, Puglia, Calabria, Emilia-Romagna e Sardegna. A seguire nelle indicazioni dei vacanzieri anche la montagna e le città d'arte. Non vi è dubbio, che, in proporzione le città d'arte hanno subito maggiormente il crollo del settore».

Turismo Bruciati 220 mila posti di lavoro

Un settore «sfiancato» dal Covid. Sono ben 50 mila le imprese che rischiano il fallimento



Pochi turisti a Venezia (Ansa)

■ **ROMA** Ben 220 mila posti in fumo la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. E poi 50 mila imprese che rischiano di chiudere. La crisi nera delle città d'arte trascinate nel baratro dal calo del 70% dei turisti stranieri che sono anche quelli che spendono di più. E l'anno non è ancora concluso. A fare la fotografia del turismo «sfiancato» dal Covid in un'intervista è Raffaele Rio, presidente dell'istitu-

to Demoskopika. «Ben 50 mila imprese del comparto turistico - spiega - rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220 mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. Non

va dimenticato che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della natalità-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso». Quanto ai flussi il presidente di Demoskopika dice: «Sinceramente il sold out che alcuni speravano per Ferragosto, eccezion fatta per qualche area storicamente più attrattiva di altre, non l'ho rilevato. Provo a spiegarvi meglio. Lo scorso anno (elaborando i dati di Banca d'Italia)

nel solo mese di agosto, sono stati oltre 5 milioni i viaggiatori stranieri che hanno scelto di trascorrere le vacanze in Italia generando oltre 37 milioni di pernottamenti nel sistema alberghiero ed extra-alberghiero del Belpaese con una spesa di circa 4 miliardi di euro. Quest'anno, noi stimiamo, nello stesso periodo, un calo pari circa il 70%, con un decremento di 3,6 milioni di turisti stranieri e una contrazione della spesa di quasi 2 miliardi di euro».

Coronavirus
il turismo

Attualità



Giovedì 27 Agosto 2020
www.quotidianodipuglia.it

Meno stranieri e più disoccupati ma la Puglia tiene

Allarme Demoskopika: in meno il 70 per cento di turisti dall'estero
e 220mila posti di lavoro. Però le località balneari del Sud risentono meno



Rita DE BERNART

Una stima di 220mila posti di lavoro perduti e il 70% di turisti stranieri in meno in Italia. A tracciare la fotografia di un turismo messo al tappeto da tutto il comparto a causa del Covid è Raffaele Rio, presidente dell'Istituto Demoskopika. E non è tutto, sempre secondo le dichiarazioni rilasciate ad Ansa da Rio, circa 50mila imprese rischiano di chiudere entro la fine dell'anno. I numeri tuttavia si riferiscono in particolare alla situazione delle città d'arte colpite duramente dalla mancanza del mercato estero, che è anche quello con capacità di spesa più elevata, a partire dai mesi primaverili ad oggi. Discorso in parte differente invece per le località balneari, in particolare quelle del Sud Italia, che in agosto sono state prese d'assalto, come in Puglia, registrando un piccione che in parte ha compensato, soprattutto per le attività stagionali, le perdite dei mesi precedenti.

«Ben 50mila imprese del comparto turistico - ha dichiarato Rio - rischiano il fallimento a causa

della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. Non va dimenticato, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggior bilancio della nati-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso». Ad accusare maggiormente la crisi sono dunque proprio le grandi città d'arte, meta preferita del turismo estero che ha subito una contrazione notevole nel 2020 con l'adozione delle restrizioni e delle limitazioni della mobilità tra i vari paesi. Neanche la fase centrale della stagione estiva ha portato risultati confortanti per questo segmento. «Sinceramente - prosegue Rio - il soldo che alcuni speravano per l'estate, eccezion fatta per qualche area storicamente più attrattiva di altre, non l'ho rilevato. Lo

scorso anno (elaborando i dati di Banca d'Italia) nel solo mese di agosto, sono stati oltre 5 milioni i viaggiatori stranieri che hanno scelto di trascorrere le vacanze in Italia generando oltre 37 milioni di pernottamenti nel sistema alberghiero ed extra-alberghiero del Belpaese con una spesa di circa 4 miliardi di euro. Quest'anno, noi stimiamo, nello stesso periodo, un calo pari a circa il 70%, con un decremento di 3,6 milioni di turisti stranieri e una contrazione della spesa di quasi 2 miliardi

di euro. In questa direzione, comprendo perfettamente la reazione delle associazioni degli operatori turistici».

Una crisi che oggi appare meno nera in regioni come la Puglia dove comunque la percentuale totale dei flussi stranieri non supera mediamente il 20% e dove dalla seconda metà di luglio i numeri hanno iniziato a crescere fino a registrare un livello di occupazione dei posti di letto in agosto vicino al 100%. «Nel mese di agosto - commenta Francesco De

Carlo di Asshotel - la Puglia è andata benissimo. Abbiamo dimostrato di essere una destinazione matura sul prodotto mare. In questo periodo il nostro principale incoming anche per il segmento del lusso è rappresentato da italiani che quest'anno in massa hanno scelto il sud Italia. Ora i problemi nascono per settembre mese in cui tendenzialmente si affacciano gli stranieri e per il quale al momento l'occupazione è ferma al 20%, un dato sicuramente influenzato dalle paure che stanno

crescendo a causa delle notizie dell'incremento dei contagi. La gente richiede preventivi ma è titubante a confermare, speriamo nel last minute». Una ripresa parziale dunque per la nostra regione che certamente non sarà sufficiente a pareggiare il bilancio economico e occupazionale. «Ad agosto - continua - anche il livello di occupazione è salito in Puglia. Tantissimi addetti hanno trovato spazio nelle varie aziende tra ricettività e ristorazione. Il problema più che di quantità di lavoratori impiegati è di periodo. Rispetto agli altri anni i contratti si sono accorciati tantissimo e alcuni addirittura sono passati da 4 o 5 mesi ad un solo mese».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La Giunta regionale

Altri 250mila euro per finanziare le "Ecofeste"

La Giunta Emiliana ha approvato una delibera con la quale vengono stanziati altri 250mila euro per finanziare le «Ecofeste» nei Comuni pugliesi, cioè fiere, sagre e manifestazioni gastronomiche in cui si promuovono buone pratiche di riduzione di rifiuti, l'uso di materiale usa e getta biodegradabile e compostabile, la raccolta differenziata. «Il Governo regionale, ancora una volta, si è mostrato sensibile ad

incentivare azioni che hanno come obiettivo finale quello di ridurre la produzione di rifiuti e l'incremento della raccolta differenziata. E il rifinanziamento delle Ecofeste va proprio in questa direzione», commenta l'assessore all'Ambiente Gianni Stea. «Ci siamo accorti - spiega Stea - che c'è una volontà forte delle amministrazioni comunali di contribuire al rispetto dell'ambiente e ad uno sviluppo sostenibile».

De Carlo (Asshotel):
«Gli italiani in massa
hanno preferito
il Mezzogiorno»
La crisi perlopiù
per le città d'arte

Turismo. Indagine Demoskopica sulle città d'arte In fumo 220mila posti di lavoro

CINZIA CONTI

ROMA. Ben 220 mila posti in fumo, la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. E poi 50 mila imprese che rischiano di chiudere. È la crisi nera delle città d'arte trascinate nel baratro dal calo del 70% dei turisti stranieri, che sono anche quelli che spendono di più. E l'anno non è ancora concluso. A fare la fotografia del turismo "sfiancato" dal Covid in un'intervista a 360 gradi con l'Ansa è Raffaele Rio, presidente dell'istituto Demoskopika.

«Ben 50mila imprese del comparto turistico - spiega - rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria, con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato del lavoro, con una perdita diretta di ben 220 mila posti, la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. Non va dimenticato, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020 si è registrato il peggiore bilancio della nati-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso».

Quanto ai flussi il presidente di Demoskopika dice: «Sinceramente il sold out che alcuni speravano per Ferragosto, eccezion fatta per qualche area storicamente più attrattiva di altre, non l'ho rilevato. Provo a

spiegarmi meglio. Lo scorso anno (elaborando i dati di Banca d'Italia) nel solo mese di agosto sono stati oltre 5 mln i viaggiatori stranieri che hanno scelto di trascorrere le vacanze in Italia generando oltre 37 mln di pernottamenti con una spesa di circa 4 mld. Quest'anno, noi stimiamo, nello stesso periodo, un calo pari a circa il 70%, con un decremento di 3,6 mln di turisti stranieri e una contrazione della spesa di quasi 2 mld. In questa direzione, comprendo perfettamente la reazione delle associazioni degli operatori turistici».

Montagna, è boom di turisti

Per evadere dalle città e dagli assembramenti in spiaggia in molti hanno scelto le cime delle nostre Alpi. Ma è anche allarme clima: dal Monte Bianco alle Dolomiti, le pareti e i ghiacciai si stanno sgretolando

PIEMONTE

Così nelle valli piemontesi hanno vinto i piccoli hotel e i voucher della Regione

ANDREA ZAGHI
Torino

Stagione positiva, nonostante Covid-19 e le previsioni iniziali. È buono il primo bilancio del turismo in montagna tra Piemonte e Valle d'Aosta, pur con problemi e cautele. Merito anche della serie di iniziative messe in campo per attirare turisti. Tanto che in alcuni casi si sono visti veri e propri "assalti" alle vette, mentre una serie di incidenti anche gravi ha ricordato che in montagna occorre sempre fare attenzione. Se per tutto il Piemonte il calo

voucher camere e oltre 1000 per servizi). «La situazione critica determinata dall'emergenza sanitaria ha fatto emergere una maggiore consapevolezza sulla necessità di comprendere i fenomeni turistici, individuando i punti forti e deboli per decidere come adattare le strategie di promozione», spiega l'assessore al turismo del Piemonte, Vittoria Poggio, che aggiunge: «Il risultato ad oggi è molto positivo, soprattutto di prossimità e la montagna quest'anno ha trionfato».

Bene, pur con dati ancora piuttosto incerti, anche in Valle d'Ao-

Ma ora si guarda con timore alla stagione invernale e alle settimane bianche

delle presenze è consistente (a luglio almeno tra il 30 e il 50%), in montagna «i flussi turistici si sono invece evoluti bene e in alcuni casi sono decisamente positivi», spiegano dalla Regione. La possibilità di fruire di spazi aperti e di sconti, ha attirato non solo gli italiani ma anche gli stranieri. «Nonostante un inizio timoroso, possiamo dire che la stagione in corso è ottima ed è possibile prevedere un +20% sul 2019, con italiani e francesi», dice Beppe Carlevaris, Presidente Conitours (consorzio operatori turistici della provincia di Cuneo). Bene anche nei rifugi. «Abbiamo avuto - spiega Paolo Belli, titolare del Rifugio Gardetta in alta valle Maira -, un buon numero di pernottamenti, nonostante le riduzioni di posti letto imposte, e incremento della ristorazione». Bene anche in Valsusa. «A Bardonecchia e in generale nelle Valli olimpiche - dice Fabio Borio, presidente di Federalberghi Torino -, è andata molto bene soprattutto per piccoli hotel, residence e case vacanza mentre hanno stentato i grandi hotel per l'assenza di grandi gruppi di stranieri e di scuole».

A funzionare sono stati i voucher proposti dalla Regione che ha messo a disposizione 5 milioni di euro (per oltre 14.000

sta. Due gli elementi di forza: la percezione della montagna come luogo più sicuro da Covid-19 e una corposo serie di occasioni di svago dalla cultura allo sport. A metà agosto, è stato ampliato anche l'elenco delle attività possibili per i centri termali. Aurelio Marguerettaz, assessore regionale al turismo, sottolinea che l'obiettivo è puntare a fianco dei grandi eventi culturali (e prima di tutto le rassegne musicali), anche «allo sport con proposte valide per tutte le età e tutte le capacità». Così, stando ad una indagine di CNA Turismo la Valle d'Aosta si difende assicurandosi una fetta di affezionati soprattutto da Genova e da Milano che popolano alcune delle località più importanti come Cervinia, Cogne e Courmayeur. Ciò nonostante, questa regione resta fuori dalle prime dieci mete sulla base della reputazione turistica delle regioni italiane stilata da Demoskopika: la valle del Monte Bianco, infatti, si colloca alla 13esima posizione, come lo scorso anno. Mentre Borio per il Piemonte sottolinea: «C'è preoccupazione per la stagione invernale perché nuove ondate della pandemia potrebbero mettere a rischio le settimane bianche».

L'effetto Covid si ripercuote sulle località di montagna. Complici le restrizioni ai viaggi all'estero e il numero limitato dei posti in spiaggia si sta assistendo ad un vero e proprio boom in località montane per molti anni trascurate dal turismo di massa. L'assalto dei turisti soprattutto nella zona delle Dolomiti ha raggiunto livelli mai visti prima. Alpi belle e preziose, fragili e desiderate, quasi contese e prese d'assalto. Alpi buone eppure pericolose e martoriate. È più speciale del solito l'estate 2020 nell'arco di montagne che fa da corona alla Penisola: tra eventi climatici e naturali avversi, la corsa dei turisti alle vette e una viabilità non sempre perfetta, le Alpi italiane resistono come possono. Basta poco per capire. Nel giro di poche settimane, si è colta tutta la fragilità della montagna. Il Monviso si sgretola: il "Re di pietra" pare non riesca a sopportare le temperature troppo elevate e la mancanza di piogge. Sul Monte Bianco, il ghiacciaio di Planpincieux, grande come il Duomo di Milano, sta scivolando a valle colpito inesorabilmente dagli sbalzi termici. Pochi mesi fa è stata la volta delle Dolomiti. Intanto, anche in montagna, è accaduto a Cortina l'altro ieri, le bombe d'acqua trasformano le strade in torrenti. Ed è passato poco tempo dalla strage di abeti in Val di Fiemme. Tutto mentre, a causa di Covid-19, le nostre valli alpine sono state riscoperte da migliaia di turisti (anche stranieri) che hanno intasato le strade e bloccato i treni (è accaduto a Ferragosto in Valsusa), e che spesso non sanno dove stanno andando: la serie impressionante di incidenti accaduti è lì a testimoniare.

(A.Z.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'assalto dei turisti nella zona delle Dolomiti

a cura dell'ufficio stampa

VACANZE LUCANE INDAGINE DI DEMOSKOPIKA ATTRAVERSO L'ANALISI DI 1,1 MILIONI DI PAGINE WEB INDICIZZATE

La Basilicata nella top ten del turismo visto da internet

MARE

Dalle macerie del Covid il turismo lucano cerca di risollevarsi. I segnali positivi non mancano



Recensioni, «like» e «follower» sulle strutture ricettive per stilare la graduatoria

● La Basilicata è entrata nella top Ten 2020 delle regioni italiane per reputazione delle destinazioni turistiche con un punteggio complessivo di 100,7: l'anno scorso, nella stessa classifica, era dodicesima con 97,2 punti. L'indagine è condotta da Demoskopika attraverso l'analisi di oltre 1,1 milioni di pagine web indicizzate, circa 5 milioni di like e recensioni conteggiate e ben 533mila strutture ricettive osservate.

MIOLLA IN IV>>>

IV ATTUALITÀ

VACANZE LUCANE

LA REGIONE PIACE SEMPRE DI PIÙ

VETRINA MONDIALE

Siamo cresciuti di due posizioni rispetto al 2019. Recensioni positive sui principali siti internet del settore

Basilicata nella top ten del gradimento turistico

Indagine Demoskopika sulla reputazione legata al web

PIERO MIOLLA

● La Basilicata è entrata nella top Ten 2020 delle regioni italiane per reputazione delle destinazioni turistiche con un punteggio complessivo di 100,7. L'anno scorso, nella stessa classifica, era dodicesima con 97,2 punti. L'indagine condotta da Demoskopika attraverso l'analisi di oltre 1,1 milioni di pagine web indicizzate, circa 5 milioni di like e recensioni conteggiate e ben 533mila strutture ricettive osservate, ha portato per il quarto anno all'elaborazione del Regional Tourism Reputation Index per il 2020.

Gli indicatori presi in considerazione sono stati la visibilità e l'interesse dei portali turistici istituzionali regionali, il social appeal presso gli stakeholder, popolarità, fiducia e tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale, la reputazione del sistema ricettivo. In buona sostanza, secondo l'Istituto di ricerca, è aumentato il grado di attenzione della comunità turistica verso l'offerta turistica lucana. La regione italiana che più di tutte ha dimostrato di avere una maggiore reputazione turistica è risultata essere il Trentino Alto Adige, con un punteggio di 113,6 punti, che si è qualificata anche come destinazione più social d'Italia. Seguono la Sicilia (110,9) e la Toscana (109,2). Proprio con quest'ultima regione la Basilicata ha duellato al fotofinish per il sistema ricettivo più apprezzato, ricavandone un secondo posto a livello nazionale che sicuramente ci fa onore con 109 punti, rispetto ai 109,2 dei toscani. Un risultato, questo, ottenuto considerando le recensioni positive registrate sui principali siti del settore tra cui Booking, Expedia e Google Travel. Un particolare non da poco, quello relativo alle recensioni perché, secondo Demoskopika, il turista è sempre molto attento ai giudizi altrui e si lascia influenzare da quello che i visitatori, prima di lui, hanno espresso. In particolare i canali Booking



ed Expedia collocano la nostra regione al primo posto per qualità attribuita alle strutture ricettive. In essi, infatti, la percentuale di strutture valutate dagli ospiti con un punteggio pari o superiore a "buono", è la

INTERNET

Gli indicatori presi in considerazione: visibilità e interesse dei portali turistici

più alta: nel caso di Booking precediamo, con un punteggio di 116,6, il Trentino Alto Adige con 116,1: l'anno scorso la situazione era inversa, con il Trentino al primo posto (119,2) e la Basilicata seconda con 116. Nel secondo caso è ancora più evidente il mi-

glioramento della posizione della Basilicata nel 2020 che scala la classifica dal sesto posto del 2019 e, con 116,7 punti, tiene dietro l'Emilia Romagna (116,3). Anche sulla piattaforma Google Travel, che nel rapporto dell'anno scorso non compariva, la Basilicata si fa onore e si piazza, con 108,7 punti, al terzo posto dietro Toscana (126,6) e Trentino Alto Adige (115,9). In tal caso sono state prese in considerazione le strutture con un rating "molto buono e oltre". Nonostante tutto, però, c'è tanto ancora da fare. Lo conferma il dato relativo all'Appeal Tourism Destination, l'indicatore che rileva la scelta e l'intenzione vacanza dei turisti italiani dopo il Covid-19. Il sondaggio realizzato da Demoskopika a fine maggio su un campione di oltre 1500 cittadini ha visto la Basilicata classificarsi al terzo ultimo posto con 90,2 punti: dietro di noi solo Friuli Venezia Giulia (89) e Molise (87,1).



MARE E CITTÀ
A sinistra turisti sulla spiaggia di Maratea. In alto visitatori a Matera. La Basilicata sta reggendo bene il contraccolpo del Covid-19 sul fronte turistico

Ma «like» e «follower» bocciano le reti «social» istituzionali

● Il rapporto di Demoskopika 2020 getta qualche «ombra» sulla promozione dell'offerta turistica regionale lucana sulle reti social istituzionali. Secondo il rapporto, infatti, la visibilità della regione, misurata in termini di like o follower conteggiati dalle pagine social ufficiali (Instagram, Facebook e Twitter) di promozione turistica, susciterebbe un interesse limitato: l'indice ci colloca al quattordicesimo posto con un punteggio di 96,1, ma è un ex aequo con l'Umbria e, dunque, un tredicesimo posto. Inoltre, conteggiando le pagine indicizzate su Google attraverso le parole chiave «Vacanze Basilicata 2020» il risultato non è dei migliori: la Basilicata, difatti, è quattordicesima con 94,6 punti e fa meglio solo di Valle d'Aosta (94,1), Molise (93,9) e Friuli Venezia Giulia (92,7). Questo dato viene considerato come una valutazione approssimativa del volume di offerta online della Basilicata. D'altra parte non è un caso che anche sul fronte dell'indice «popolarità della destinazione» la nostra regione non brilli. In base ai dati di Google Trends siamo, infatti, all'ultimo posto nella ricerca della parola «Basilicata» associata alla sezione «viaggi», a pari merito con il Molise. Esiste, dunque, un gap in termini di «comunicazione» del territorio attraverso i social rispetto alle altre regioni, come confermato dal basso valore dell'indice «Tripadvisor Confidence Destination», che prende in considerazione il numero di recensioni relative a strutture ricettive e a tutti gli elementi dell'offerta turistica territoriale. L'esiguità delle recensioni, infatti, potrebbe influire sul livello di fiducia del turista nella destinazione. In altri termini la Basilicata dovrebbe rafforzare la promozione del suo territorio attraverso il web. [p.mio.]

I COMMENTI IL DIRETTORE APT, ANTONIO NICOLETTI

I contraccolpi del Covid «Sì, ma il settore è riuscito a migliorare»

● «I risultati del rapporto Demoskopika? Sono decisamente positivi». Così Antonio Nicoletti, direttore dell'Azienda di Promozione Turistica di Basilicata di cui ospitiamo un intervento a pagina IX. «Per quel che riguarda il quattordicesimo posto ottenuto dalla Basilicata nell'indice relativo alla social reputation - ha puntualizzato Nicoletti - in realtà si tratta esattamente della stessa posizione ottenuta lo scorso anno, in quanto siamo a pari con l'Umbria, che è tredicesima, e quindi, di fatto, non abbiamo perso posizioni. A ciò si aggiunge il fatto che abbiamo recuperato due posizioni sul risultato dell'indice complessivo (il Regional Tourism Reputation Index, ndr), risultato, questo, molto rilevante, considerando che siamo davanti a regioni ben più grandi e con una tradizione turistica consolidata. L'esito dell'indagine è ancor più significativo

se si considera che siamo entrati nella top ten delle destinazioni turistiche nazionali in un anno difficile come questo, in cui, tra l'altro, regioni che hanno un bilancio economico molto più consistente rispetto a quello lucano, hanno investito ingenti risorse nella promozione». Morale della favola? Per Nicoletti il sistema turistico della Basilicata, invece di subire dei contraccolpi, è riuscito a migliorarsi. Il sondaggio di Demoskopika, quindi, è del tutto soddisfacente per noi.

Gli indicatori sui quali le performance sono minori sono quelli a carattere quantitativo, vale a dire quelli che si basano sulla numerosità delle variabili osservate. In questi casi, naturalmente, considerando la dimensione della nostra regione, è impensabile riuscire a tener dietro a regioni più grandi come Lombardia o Puglia, ha concluso il direttore dell'Apt Basilicata. [p.mio.]

LA SITUAZIONE SULLO JUNIO PERFORMANCE IN CRESCITA NONOSTANTE L'EMERGENZA COVID

Boom di prenotazioni agosto a gonfie vele

● Al di là delle classifiche e dei dati resi noti da Demoskopika, come sta andando la stagione turistica in Basilicata? Lo abbiamo chiesto a due operatori della fascia ionica che gestiscono altrettanti villaggi turistici. Ciro Pinto, dell'Eco-resort dei Sirti di Nova Siri, ha spiegato che abbiamo un numero di prenotazioni per la seconda quindicina di agosto superiore all'anno scorso, mentre per la prima quindicina, in effetti, c'è stato un calo del 15-18% rispetto al 2019.

Il dato relativo al periodo post Ferragosto - ha sottolineato Pinto - è però estremamente interessante. Soprattutto perché, probabilmente, apre le porte a un terzo trimestre dell'anno che potrebbe essere molto interessante sul piano delle presenze, sempre che i mass media la smettano di allarmare gli italiani sulla ripresa dei contagi. Gli italiani, infatti, sono ancora intimoriti dalla pandemia e le vediamo tutti i giorni in struttura». Il Covid-19, dunque, ha mutato anche le abitudini dei

turisti dopo averne limitato la presenza? «Sembrerebbe di sì - ha commentato Pinto - soprattutto in riferimento alle grandi aziende, le quali, evidentemente, hanno deciso di chiudere per un breve periodo in questa fase dell'anno. Ripeto, il dato apre scenari davvero molto interessanti».

Pinto ha però confermato che, fino ad ora, la situazione è stata molto diversa rispetto allo scorso anno. «Voglio precisare che il decremento della prima quindicina di agosto c'è stato, ma è stato probabilmente determinato anche da quei 5 giorni di maltempo che ha inevitabilmente inciso sulle decisioni dei turisti di recarsi a mare in Basilicata. Per quanto riguarda giugno, invece, non si può fare alcuna comparazione con l'anno scorso se non in riferimento ai giorni di apertura. Rispetto a questo, posso dire che il decremento si è aggirato intorno al 60%. A luglio, invece, abbiamo registrato un 25% in meno e anche un calo delle richieste in pensione completa, passate da circa il 66% del 2019 al 50 di



MARE Nova Siri

quest'anno. In tanti, infatti, hanno scelto la mezza pensione». Per Francesco De Santis, del villaggio Giardini d'Oriente, sempre di Nova Siri, il tema è un altro. «Rispetto a quanto temuto, la stagione sta andando bene. Teniamo, insomma. Certo, giugno è saltato completamente mentre a luglio c'è stato un boom di richieste, grazie soprattutto al brand Basilicata sicura sul fronte Covid. Nonostante tutto, a luglio c'è stato il 30% in meno di presenze rispetto al 2019, anche a causa dei limiti che ci siamo imposti per il Covid. Agosto? Non siamo sullo stesso piano del 2019, con un circa 30% in meno, con l'assenza pressoché totale di stranieri». [p.mio.]

DOPO LA VACANZA IN CROAZIA DELL'ASSESSORE

Il Pd ora vuole la testa di Bini «Fedriga lo rimuova dal ruolo»

Lilli Goriup / TRIESTE

Il Pd adesso vuole la testa dell'assessore regionale a Turismo e Attività produttive, Sergio Emidio Bini, "beccato" in vacanza in Croazia. Idem per il direttore di Promoturismo Fvg Lucio Gomiero, accusato dai dem di aver chiuso l'agenzia di promozione turistica regionale proprio durante la settimana di Ferragosto.

Nel frattempo il Friuli Venezia Giulia è al penultimo posto della classifica di De-

moskopika, che analizza la reputazione turistica delle regioni italiane: dietro di noi solo il Molise. Proprio per chiarire il perché del deludente risultato, Bini ha convocato Gomiero a un imminente incontro. A chiedere che il governatore Massimiliano Fedriga estrometta i due dirigenti sono invece il consigliere regionale dem Franco Iacop e il segretario del Pd Fvg Cristiano Shaurli, intervenuti ieri in una conferenza stampa a Udine.

Poco dopo hanno diffuso

un comunicato congiunto: «Il turismo regionale è senza guida, abbandonato a se stesso proprio nel momento di maggiore bisogno – si legge nella nota –. Fedriga faccia una seria riflessione su chi dovrebbe guidare questo settore: tolga le deleghe a Bini, colpevolmente assente, e riconsideri la direzione di Promoturismo Fvg».

Secondo Iacop e Shaurli esistono «elementi più che significativi di come viene gestito da tempo un settore fondamentale per l'economia

regionale: trattasi della chiusura di Promoturismo Fvg proprio nella settimana di Ferragosto, del direttore generale Gomiero in vacanza in pieno agosto nonché dell'assessore Bini che se ne va in ferie in Croazia, nonostante gli appelli a sostenere il nostro sistema turistico frequentando le mete nostrane». Era la vigilia di Ferragosto quando Bini è stato riconosciuto a Rovigno, proprio mentre il governo emanava l'ordinanza che ha imposto il tampone al rientro per chi arriva da oltre i confini di Zagabria. L'assessore ha immediatamente fatto dietrofront verso Lignano, ma ormai la doppia figuraccia era collezionata: non solo non ha speso sul territorio regionale ma ha anche contraddetto le indicazioni della



Sergio Emidio Bini

Intanto nella classifica sulla reputazione turistica il Fvg risulta solo penultimo

sua stessa giunta, dal momento che sia Fedriga sia il suo vice Riccardo Riccardi hanno più volte sconsigliato di andare in Croazia.

Proseguono i dem: «Tutto ciò è inaccettabile, specie nel post Covid, quando mol-

ti operatori della nostra regione hanno rischiato non poter nemmeno riaprire. Se qualcosa ha funzionato, è solo per l'impegno tante realtà locali».

Infine Iacop e Shaurli vendicano «la legge per istituire le cosiddette "arene Covid free", per eventi e spettacoli in sicurezza. Da noi proposta a maggio e votata all'unanimità dal Consiglio regionale a giugno, la legge avrebbe dovuto essere operata da inizio luglio tramite una dotazione da mezzo milione di euro. Così non è stata svuotata finanziariamente e nulla è ancora avvenuto. Ci dovranno essere delle risposte: per questo abbiamo chiesto l'audizione della commissione del direttore generale Gomiero».

di RAFFAELERIO FERRI

Il Pd: togliere la delega a Bini. Ma lui: ho fatto ferie a Lignano

L'ATTACCO

UDINE «Si ritiri la delega al Turismo all'assessore regionale Sergio Bini, per la totale mancanza di regia in cui è lasciato il comparto e l'incapacità di dare risposte tempestive agli operatori, come dimostra il fatto che i 500mila euro stanziati a giugno per le aree Covid Free legate agli eventi dal vivo non sono ancora stati distribuiti». È la bordata lanciata ieri dal Pd Fvg all'indirizzo della Giunta Fedriga. A tirarla, in piena stagione turistica estiva, il segretario e consigliere regionale Cristiano Shaurli insieme al consigliere e già presidente del Consiglio Franco Iacop. L'operazione ha trovato benzina fresca in tre eventi ferragostani: «Gli uffici centrali di Promoturismo Fvg sono rimasti chiusi dal 10 al 16 agosto, nella settimana clou

della maggior stagione turistica - hanno elencato - il suo direttore generale è in ferie per tre settimane e l'assessore Bini, dopo essersi speso per incoraggiare ferie locali, si è saputo essere in Croazia, sebbene in acque internazionali». A tutto ciò, hanno aggiunto, «s'unisce il fatto che gli operatori che si sono adoperati per far offrire anche quest'anno eventi importanti non hanno ancora saputo dalla Regione se e quanti fondi riceveranno per attrezzare le aree Covid Free». Fondi che con l'assessamento di Bilancio la maggioranza ha trasferito a PromoTurismo Fvg per la gestione operativa. «Il responsabile del dipartimento turismo d'Irlanda oggi si è dimesso per essere stato in vacanza in Italia, Bini dovrebbe fare lo stesso», ha rincarato il segretario regionale Dem Shaurli. E Iacop: «Nel cuore della stagione



ASSESSORE Sergio Bini

turistica erano assenti il vertice e politico e gestionale, come se un parroco decidesse di andare a riposare durante la Settimana Santa, notoriamente il fulcro dell'anno liturgico». E non è ancora tutto. I consiglieri democratici hanno richiamato, infatti, anche i risultati non lusinghieri che il Friuli Venezia Giulia ottiene quanto al appeal sui social: penultimo, davanti solo al Molise come ha messo in rilievo la recente indagine di Demoskopika. «Nel 2017 la regione si posizionava a metà classifica - hanno puntualizzato Iacop e Shaurli -. Questi dati sono l'ulteriore conferma che il turismo regionale è abbandonato», hanno concluso, anticipando di attendere PromoTurismo Fvg in audizione in Consiglio a metà settembre. In quell'occasione sarà passata al setaccio anche «la promozione della Regione, am-

bito in cui si stanno moltiplicando i brand senza coordinamento. Vorremo avere i risultati della promozione fatta all'estero e di quella realizzata con le regioni Veneto ed Emilia Romagna».

L'ASSESSORE

«Una politica pretestuosa e inutile, si chiede agli addetti ai lavori come stanno le cose e poi ne riparlano. Quanto ai fondi per le aree covid free, tutti gli interessati sono stati contattati e sanno esattamente della cifra assegnata», ha ribattuto immediatamente l'assessore regionale al Turismo Sergio Bini, ieri operativo nel palazzo della Regione a Udine «dopo aver fatto il tampone e aver ottenuto rapidamente il risultato, negativo», a seguito dei tre giorni in barca in prossimità della costa croata, ancorché in acque internazionali. «Ho fatto

le ferie a Lignano Sabbiadoro - ha precisato - e in quel periodo rientrano i tre giorni in barca». Chiari i contorni vacanzieri, ha ribattuto la palla in campo avversario: «Siamo nel 2020 e non si lavora stando esclusivamente chiusi in un ufficio. Forse questa era la loro modalità di operare», ha detto riferendosi ai consiglieri Dem. «I funzionari di Promoturismo erano tutti operativi». Quanto all'andamento di «una stagione anomala», ci sono «riscontri positivi sulle presenze, in particolare in montagna». Non nasconde, invece, i dati di Demoskopika: «Ho preso atto e la prossima settimana ci sarà incontro con il direttore generale e il direttore marketing di PromoTurismo Fvg per verificare come migliorare la presenza Fvg sui social», ha concluso.

Antonella Lanfrit

© RIPRODUZIONE RISERVATA

■ Il bilancio dopo Ferragosto del direttore generale Nicoletti dell'Apt lucana

Attrazioni turistiche, la Basilicata entra fra le prime 10: scalate due posizioni

POTENZA- «Abbiamo superato il giro di boa del Ferragosto ed è possibile trarre le prime considerazioni sulla stagione turistica lucana in questo strano 2020. È stato da poco reso pubblico il Regional Tourism Reputation Index, l'indagine annuale Demoskopika sull'attrattività delle regioni italiane: la Basilicata è entrata nella top ten nazionale recuperando due posizioni rispetto alla scorsa stagione, posizionandosi quasi ex-aequo con Puglia e Sardegna e superando regioni come Lombardia e Piemonte. È un risultato che testimonia la qualità del nostro sistema turistico e la bontà delle azioni poste in essere in questi mesi difficili». Antonio Nicoletti, Direttore Generale APT Basilicata non nasconde una moderata soddisfazione: invita il comparto ad andare avanti con giudizio.

«Le previsioni fatte nel periodo del lockdown - dice Nicoletti - si sono rivelate perlopiù attendibili, con un avvio lento fino a inizio luglio quando sfiducia, incertezze e timori si sono finalmente diradati, lasciando libero il desiderio di viaggio covato tra le mura delle nostre case. Già nei weekend di giugno i primi gruppi di escursionisti, soprattutto su due ruote, hanno timidamente fatto comparsa sulle strade e nei borghi dell'entroterra. A luglio Matera si confermava, nei sondaggi nazionali, tra le prime città d'arte ad

essere oggetto di interesse da parte dei viaggiatori». Secondo Nicoletti, con luglio, alla riapertura delle strutture costiere, Maratea e il Metapontino hanno iniziato a fare come sempre la loro parte, traghettando la Basilicata turistica verso il tutto esaurito di queste settimane di agosto. «L'info-point di Matera, solo nella prima metà del mese di agosto, ha registrato quasi duemila visitatori, con il 15% di stranieri, e da una nostra indagine a campione le attività turistico-ricettive di tutte le località lucane stanno registrando numeri vicini al tutto esaurito. Se è fuori luogo parlare di stagione "positiva", considerati i traumi che le nostre imprese hanno subito nel periodo di chiusura e considerata la riduzione dei posti letto per rispettare le misure anti-covid, è utile però condividere alcune considerazioni che ci servono a guardare avanti, con la consapevolezza di non dover trascurare ciò che non è ancora del tutto alle nostre spalle (soprattutto nel rischio di recrudescenze del virus).

Innanzitutto possiamo dire, con ottimismo, che siamo di fronte a un sistema turistico maturo e responsabile in tutte le sue componenti, imprenditoriali e istituzionali, pubbliche e private. «Maturo» perché ha saputo rimboccarsi le maniche e adattarsi alle nuove sfide, facendo ciascuno la propria parte».



Turisti su un sentiero naturalistico lucano

Reputazione turistica: in cima alla classifica c'è il Trentino

Lo studio. La nostra provincia, con Bolzano, è la più apprezzata d'Italia secondo lo studio realizzato dall'istituto Demoskopika: sui social la regione incassa oltre 1,2 milioni di like

TRENTO. Tra le regioni italiane il Trentino-Alto Adige non è secondo a nessuno, e non è la prima volta, per "reputazione turistica", anche ai tempi del coronavirus.

Primeggiando nella classifica generale che "somma" una serie di aspetti considerati, elaborati ed incrociati "partendo dal monitoraggio di alcuni parametri essenzialmente quantitativi" per misurare "il grado di attenzione della comunità di fruizione turistica nei confronti dell'offerta promossa dalle regioni italiane". Inoltre, tra gli indicatori presi in esame, risulta anche il territorio "più social, con una dote complessiva di oltre 1,2 milioni di like e follower conteggiati dalle pagine ufficiali di Instagram, Facebook e Twitter di promozione turistica sia del Trentino che dell'Alto Adige".

È quanto emerge dall'ultima indagine di Demoskopika, l'Istituto con sedi a Roma e

Rende (Cosenza), presieduto da Raffaele Rio e che si occupa da anni di ricerca economica e sociale, indagini di mercato e sondaggi di opinione.

Il "Regional tourism reputation index", giunto quest'anno alla quarta edizione, conferma il Trentino-Alto Adige leader tra le 20 regioni dello Stivale secondo un insieme di indicatori presi in esame per realizzare lo studio: "Visibilità e interesse dei portali turistici istituzionali regionali; social appeal presso gli stakeholder (portatori d'interesse); popolarità; fiducia e tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale; reputazione del sistema ricettivo; destinazioni preferite dagli italiani per le vacanze; numero delle strutture alberghiere ed extra-alberghiere sottoposte a valutazione".

Anche nella graduatoria che misura l'apprezzamento del sistema turistico (uno degli indicatori presi in esame da Demoskopika), stilata setacciando le recensioni di TripAdvisor, Booking, Expedia e Google Travel, il Trentino-Alto Adige sale sul podio, dopo Toscana (in cima alla graduatoria) e Basilicata. Ed è al quarto posto, ai piedi del podio, dopo Sicilia, Toscana e Puglia, tra le regioni più gettonate per passare le vacanze.

«Obiettivo principale della



• Reputazione turistica, Trentino al top in Italia

ricerca - è scritto nello studio di Demoskopika - è quello di fornire alcune utili indicazioni circa il livello di reputazione del sistema turistico regionale mediante l'osservazione delle direzioni che qualificano alcuni indicatori ritenuti "sensibili"».

«Il nostro studio - aggiunge poi il presidente di Demosko-

pika, Raffaele Rio - stimola alcune considerazioni su un aspetto che ruota attorno alla costruzione della reputazione turistica delle destinazioni regionali. Cioè la necessità di una strategia integrata e condivisa tra i vari stakeholder del sistema pubblico-privato». **PA.PI.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL NUMERO

1,2milioni

di like

• Trentino e Alto Adige, intesi come territori turistici, contano sui vari social network 1,2 milioni di like secondo lo studio realizzato da Demoskopika

LE STATISTICHE DELLE VACANZE

di **Claudio Zoccheddu**
SASSARI

Se fosse solo una questione di popolarità, l'isola non avrebbe rivali. Le vacanze da sogno sono quella che si passano in Sardegna. Che poi il sogno resti tale, è purtroppo un altro discorso. Il valore della "reputazione turistica" calcolato dall'istituto Demoskopika prende in considerazione oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, quelle raggiungibili tramite i motori di ricerca sul web (come Google, ndr), circa 5 milioni di "like" e recensioni conteggiate e qualcosa come 533 mila strutture ricettive osservate. Per questo la "famosissima" Sardegna non è in testa alla classifica e si deve accontentare del nono posto dietro Trentino Alto Adige, Sicilia e Toscana, solo per citare le prime tre. Ma l'isola porta a casa un altro buon risultato, dato che è la regione italiana che ha guadagnato il maggior numero di posizioni (9) rispetto alla stessa graduatoria stilata dello scorso anno.

I punti di forza. Nella categoria "viaggi" delle tendenze di Google, la Sardegna è la regione più ricercata d'Italia. Tutti vorrebbero farci una vacanza ma alla fine sono relativamente pochi quelli che ci riescono. Tra il dire e il fare, mai come in questo caso, c'è di mezzo il mare e l'isola paga forse le difficoltà del sistema di trasporti che spesso non permette di trasformare i desideri in realtà. La dimostrazione arriva dal se-

Reputazione turistica l'isola scala la classifica

Secondo l'istituto Demoskopika è in cima alla lista dei desideri degli italiani
Ma un sistema ricettivo giudicato "inadeguato" la relega al nono posto



Un "selfie" ricordo per una coppia in vacanza nell'isola

condo posto, alle spalle della Sicilia, ottenuto quando si è trattato di contare le ricerche on line sulle destinazioni turistiche. L'isola può fare affidamento su 219 mila pagine indicizzate sul motore di ricerca

Google raggiungibili con la parola chiave "vacanze" seguita dal "nome" destinazione 2020". L'ultimo punto forza, anche se un po' sbiadito, è la preferenza e l'appeal di ciascuna destinazione secondo le se-

lezioni fatte da un campione di più di 1500 italiani che hanno permesso la rilevazione delle loro scelte o le semplici intenzioni. In questo caso l'isola si piazza ben dentro alla top ten ma "solo" al settimo posto tra le venti regioni italiane.

Le debolezze. La reputazione turistica dell'isola crolla, secondo Demoskopika, quando si passa allo studio delle recensioni, soprattutto quelle relative al sistema turistico. Le valutazioni sono quelle che vengono rilasciate sui siti specializzati, come TripAdvisor, Booking, Expedia e Google Travel, dunque non sono certamente il resoconto di una fotografia accurata e disinteressata ma tramite questi servizi molte persone decidono dove prenotare per trascorrere le vacanze. E scoprire che l'isola occupa il 20esimo posto, l'ultimo, non è certo il miglior biglietto da visita possibile. La storia si ripete quando si indaga "l'indicatore

generato dal rapporto tra le strutture valutate dagli ospiti sul totale delle strutture trovate sul canale Booking". La Sardegna è 19esima ma anche nel gergo dei detective dei migliori "gialli" il secondo indizio viene sempre derubricato a semplice coincidenza. Per fare una prova ce ne vuole un altro, il terzo, che arriva quando si valutano le recensioni depositate dagli utenti sul portale "Expedia" che viene generato dal rapporto tra le strutture valutate dagli ospiti sul totale delle strutture trovate sul canale. E anche in questo caso la Sardegna è penultima. Posto che le strutture ricettive non possono essere tutte poco accoglienti o inadeguate, se non è una bocciatura all'intero sistema, poco ci manca. Anche perché le valutazioni consegnate a Google Travel sono simili, anche se meno drammatiche dato che la Sardegna è 15esima.

ERIPRODUZIONE RISERVATA

Turismo, il Friuli è penultimo per la “reputazione”

LA VICENDA

UDINE (a.l.) In attesa dei numeri veri che certifichino l'andamento della stagione turistica estiva in Friuli Venezia Giulia, per la quale è già scontata la flessione causata dalle conseguenze generate da Covid-19, la società di ricerca Demoskopika ha pubblicato il suo quarto rapporto sulla reputazione nel mondo digitale delle mete turistiche, confermando la prima posizione del Trentino-Alto Adige e la penultima del Friuli Venezia Giulia: la prima a 113,6 punti e la regione a 95 punti, appena sopra il Molise. L'indagine ha indicizzato 1,1 milioni di pagine, visionato circa 5 milioni di like e recensioni

e ha osservato sul web ben 533mila strutture, per giungere alla sintesi del «Regional tourism reputation index per il 2020» che tiene conto di criteri: visibilità e interesse dei portali turistici istituzionali regionali, social appeal presso gli stakeholder, popolarità, fiducia e tendenza di ciascuna destinazione turistica, reputazione del sistema ricettivo, destinazioni preferite. La regione è 15esima per sistema ricettivo, 12esima per la reputazione sui social, ma ultima tra le regioni in cui i turisti cercano un posto per andare in vacanza attraverso Google. Sale comunque di tre posizioni quanto a «popolarità» tra i vacanzieri. A metà classifica per il «Booking media reputa-

tion» e per l'«Expedia hotel reputation». È a partire da questi dati che ieri il segretario del Pd, Cristiano Shauril, ha sostenuto «la fallimentare gestione della promozione turistica» della Giunta di Massimiliano Fedriga e in particolare dell'assessore al Turismo, Sergio Bini. Il penultimo posto nella classifica reputazionale digitale del Turismo,

**SECONDO SHAURLI
LA GESTIONE
DEL COMPARTO
DA PARTE
DELL'ASSESSORE
SAREBBE «FALLIMENTARE»**



SPIAGGIA Un tratto della spiaggia friulana, foto di repertorio tratta dall'archivio

unito «alla inesistenza nelle politiche industriali» dell'assessore, secondo l'esponente Dem dovrebbero «far ripensare la sua permanenza in Giunta. Nel vicino Veneto per molto meno non si viene ricandidati». L'attacco di Shauril dal versante turistico si è spostato a quello sanitario - «ogni giorno riceviamo segnalazioni da cittadini che, al rientro da un viaggio, responsabilmente si rivolgono ai servizi sanitari e non riescono a prendere la linea per ore» -, per giungere a chiedere a Fedriga di «richiamare tutti i suoi assessori in Regione e di iniziare a fare subito qualcosa, quello che può fare lui direttamente con i suoi poteri di presidente».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

In Sicilia **Ferragosto** col fiato sospeso tra voglia di divertimento e la minaccia dei focolai importati

Musumeci: "Non siamo zona rossa ma no alla strafottenza, responsabilità nei comportamenti dovere di tutti"

Dai falò ai focolai (importati) è stato un attimo. In Sicilia sarà un ferragosto col fiato sospeso, con tre fronti "caldissimi" che si fatica parecchio a gestire: movida, turisti e migranti.

Movida selvaggia

Su locali notturni, discoteche e "movida selvaggia", il ministro per gli Affari regionali, Francesco Boccia, è convinto che dopo Ferragosto si arriverà alla chiusura in tutte le Regioni. Intollerabile l'atteggiamento strafottente di molti giovani che in queste ultime settimane hanno scelto di non indossare la mascherina, comportandosi come se l'epidemia fosse solo un brutto ricordo.

"Con i colleghi Speranza e Patuanelli abbiamo fatto un discorso chiaro alle Regioni: le discoteche per noi non andavano proprio riaperte, le linee guida del governo andavano in questa direzione. Come sappiamo le Regioni hanno una loro autonomia, che hanno anche rivendicato, e quindi si stanno muovendo in ordine sparso. Noi gli diciamo: siete autonomi, assumetevi le vostre responsabilità", ha aggiunto Boccia.

Sicilia "invasa" dai turisti

L'altro fronte che impensierisce non poco il Governo Conte, ma soprattutto

Razza: "Stiamo seguendo con molta attenzione il focolaio maltese"

il Presidente della Regione siciliana, Nello Musumeci, è quello dei turisti. L'indagine Demoskopika ha incoronato la Sicilia quale destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020.

Il Coronavirus, dunque, non sembra aver intaccato per niente la reputazione turistica della nostra Isola che in questi giorni è stata letteralmente presa d'assalto dai turisti. Alle isole Eolie gli operatori turistici hanno parlato di una vera e propria invasione di visitatori: "Ancor di più dello scorso anno - hanno detto - anche nel mese di luglio. I porti sono letteralmente invasi in barba all'assembramento vietato. Sia a Lipari che a Stromboli e Panarea, nonostante la nuova ordinanza anti covid del sindaco Marco Giorgianni e i controlli della guardia costiera presente".

Ma in realtà gli assembramenti si sono registrati un po' ovunque nel-



l'Isola e Coldiretti ha fatto sapere che per ferragosto anche gli agriturismi registrano il tutto esaurito in quasi tutta la Sicilia. L'economia isolana respira ma a quale prezzo?

Migranti, l'Asp di Catania: "No a tendopoli a Vizzini"

Ma quello dell'invasione dei turisti non è l'unico fronte "caldo". C'è la questione degli sbarchi, con centri di accoglienza ai limiti del collasso, migranti trovati positivi al tampone e l'appello della Regione rivolto al Governo Conte ma caduto nel vuoto, di adottare un protocollo sanitario ad hoc per scongiurare anche "le pesanti ripercussioni sia sanitarie che in termini di sicurezza". Dall'Asp di Catania, intanto, è arrivato ieri un doppio parere sanitario vincente negativo per la struttura che la la Croce rossa sta realizzando a Vizzini, in un dismesso deposito in disuso dell'Aeronautica Militare, in contrada Salonia, destinato dal ministero dell'Interno ad ospitare migranti posti in quarantena che sbarcano in Sicilia, ritenendo che la struttura non abbia i necessari criteri idonei all'isolamento e alla quarantena dei migranti e che non possa essere espresso parere igienico favorevole.

Musumeci: "Diritto alla salute prioritario"

Il Presidente della Regione siciliana, Nello Musumeci ha fatto ieri il punto della situazione: "Abbiamo pochissimi ricoverati in terapia intensiva - ha spiegato a

marginale di una visita alla Centrale Unica di Risposta del Nue 112 e alla Centrale Operativa 118 Catania-Ragusa-Siracusa dell'ospedale Cannizzaro-, sei a fronte di cinque milioni di abitanti, più un milione tra turisti e forestieri, quindi diciamo che non siamo in 'zona rossa', ma abbiamo il dovere di chiedere a tutti una grande responsabilità nei comportamenti".

"Ci si può divertire e si può fare turismo - ha aggiunto Musumeci -, ma con la dovuta cautela e senza essere strafottenti. Perché il diritto alla salute è prioritario".

"Noi andiamo avanti con la nostra ordinanza - ha proseguito il governatore - Pare che Roma debba rivedere alcune cose. Riteniamo che sia giusto".

"I siciliani che rientrano da quei Paesi dove il dato epidemiologico è particolarmente allarmante - ha concluso - devono sottoporsi alla quarantena e al tampone. Speriamo che il dato nei prossimi giorni ci dia ragione, nel senso che questi provvedimenti possano servire a far calare l'impennata e quindi tornare a goderci le vacanze fino a ottobre in un contesto di assoluta serenità".

Non è dello stesso avviso il deputato regionale del Pd, Nello Dipasquale che ritiene "sbagliata" l'ordinanza. "Il presidente Musumeci ha creato una nuova aberrazione: non solo i residenti in Sicilia che hanno soggiornato all'estero devono sottoporsi a tampone, ma chi viene da alcuni stati in particolare come Malta, Grecia e Spagna dovrà fare due set-



timane di quarantena quando, invece, chi viene in Sicilia per turismo, a prescindere dal luogo di provenienza, deve essere sottoposto solo al tampone. C'è qualcosa che non quadra in quest'ultimo provvedimento. I residenti che tornano dall'estero dovranno fare la quarantena e i turisti invece no. Queste sono le bizzarrie che un governo poco lungimirante è capace di fare".

Il governo regionale difende le scelte fatte e attraverso l'assessore regionale alla Salute, Ruggero Razza ha fatto sapere che sta seguendo con la massima attenzione il focolaio maltese che rappresenta un numero significativo di casi. "Esiste un collegamento diretto tra Sicilia e Malta che fa viaggiare più di mille persone al giorno. Questo sul fronte organizzativo sta impegnando molto l'Asp di Ragusa", ha spiegato Razza.

Testi di
Patrizia Penna

© RIPRODUZIONE AUTORIZZATA

IL RATING DI DEMOSKOPIKA

Turismo regionale, l'Alto Adige resta primo

Il Trentino Alto Adige conferma la prima posizione nella classifica di Demoskopika sulla reputazione turistica delle Regioni italiane. La classifica Regional Tourism Reputation Index, alla sua quarta edizione, si basa sulla combinazione di distinti indicatori derivanti dall'osservazione dell'enorme traffico generato sul web dal sistema turismo (1,1 milioni di pagine indicizzate, 5 milioni di like e follower sulle reti sociali, più di 40 milioni di recensioni e 533 mila strutture ricettive osservate).

Tra gli indicatori spiccano la visibilità e l'interesse dei portali, il social appeal presso gli stakeholder, la popolarità delle destinazioni, la

reputazione del sistema ricettivo, le preferenze e la numerosità delle strutture alberghiere ed extralberghiere.

Il Trentino - Alto Adige, dunque, con 113,6 punti si è confermato al primo posto. La medaglia d'argento nel ranking generale, è toccata alla Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto si è piazzata la Toscana con 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto dopo avere superato il Lazio nella graduatoria. Performance,

quest'ultima, generata dalla media dei punteggi delle graduatorie parziali emerse dai siti di ranking utilizzati e, cioè, con il maggior numero di recensioni totalizzate e di valutazioni positive sul totale delle strutture rilevate.

Tra le migliori performance spicca la Sardegna, infine, con 100,8 punti, che dalla 18esima posizione ottenuta nel 2019 balza alla sesta. A condizionare positivamente la scalata, l'andamento crescente, nell'arco temporale individuato, sia del volume di offerta online sia della popolarità web di cui gode la destinazione isolana.

—R.E.I.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Primo piano • Marche

www.corriereadriatico.it
Scrivi a regione@corriereadriatico.it

LA TOP FIVE

Marche, quanti like così il turismo social promuove la regione

Il quinto posto nella classifica elaborata da Demoskopica conquistato grazie alla strategia per valorizzare il territorio. Anche i portali dedicati ai viaggi rispondono positivamente

Amate sui social e capaci di esercitare il proprio appeal anche dal vivo. La Marche si guadagna un'ottima "reputazione turistica", piazzandosi in quinta posizione nella classifica generale del Regional Tourism Reputation Index 2020 (elaborata da Demoskopika), davanti a regioni ben più blasonate quali Liguria, Sardegna e Puglia. Una conferma rispetto al 2019 ed a trainare il risultato, composto da diversi indicatori, è in particolare il posizionamento sui social - like e follower conteggiati dalle pagine ufficiali Instagram, Facebook e Twitter di promozione turistica istituzionale - con ben 464 mila "seguaci", la nostra regione arriva seconda solo al Trentino-Alto Adige e si accomoda sopra l'Emilia Romagna, che si deve accontentare del terzo posto.

Il podio

Tradotto: le Marche si guadagnano la medaglia d'argento

CON 464 MILA FOLLOWER SECONDI SOLTANTO AL TRENTINO-ALTO ADIGE

quanto a strategia turistica, tra le più incisive d'Italia. E la campagna pubblicitaria per il turismo outdoor che vede protagonista il campione di ciclismo Vincenzo Nibali amplifica il tutto. Ma più in generale, la quinta posizione nella classifica complessiva rappresenta il riconoscimento del fascino di una regione capace di coniugare mare da Bandiera Blu e vacanze ecofriendly, passeggiate in mezzo alla natura, trekking sulle montagne e scoperta di borghi suggestivi.

Il successo

Un mix perfetto che le valse anche il secondo posto tra le destinazioni da non perdere nel 2020 nella classifica Best in Travel stilata dalla Lonely Planet. L'anno in corso, si sa, non è stato come ce lo si aspettava - per usare un eufemismo -, ma le prospettive future sembrano sorridere alle Marche, che continuano a fare incetta di riconoscimenti. Stando al borsino delle destinazioni più ricercate, esercitano un buon appeal sui vacanzieri del Belpaese, batten-

do le vicine Umbria e Lazio, nonostante quest'ultima possa contare su un motore attrattivo come la Città eterna. In ogni caso, sarà principalmente il Sud a trainare la ripresa del settore turistico italiano nella fase post Covid-19. Sul podio delle mete turistiche più ricercate dagli italiani - secondo il sondaggio realizzato a fine maggio da Demoskopika che ha coinvolto un campione oltre 1.500 cittadini - si posizionano, infatti, due destinazioni del Mezzogiorno a forte trazione balneare, Sicilia e Puglia, che hanno totalizzato rispettivamente il 12,7% e l'11,0%.

Le preferenze

Tra loro si colloca la Toscana che si guadagna la medaglia d'argento avendo raccolto l'11,9% delle preferenze. Tra gli indicatori presi in considerazione, c'è anche il puntuale monitoraggio della reputazione sui principali portali di viaggio, da Booking ad Expedia, passando per TripAdvisor e, da quest'anno, per Google Travel, do-

UNA SCALATA CHE CONTINUA ANNO DOPO ANNO

ve le Marche si accaparrano un buon 7° posto, nella parte alta della classifica. Per quanto concerne gli altri tre portali, il posizionamento oscilla tra il 13° ed il 16° posto. Si può fare meglio sull'indicatore riguardante la valutazione del sistema ricettivo, il cui rating ferma la regione al 16° posto. In questo caso, il risultato viene 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.

Gli indicatori

Quanto alla classifica dell'indicatore "Ricerca della destinazione" le Marche arrivano 12esime, sopra ad Umbria, Campania ed Emilia Romagna, tra le altre. Segno che la regione "di nicchia" sta facendo la scalata verso la notorietà. Anche l'indicatore dell'appeal vede le Marche in ascesa.

Martina Marinangeli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

TURISMO Le Marche sempre più in alto

DODICI PUNTI

Classifica generale

- Trentino Alto Adige
- Sicilia
- Toscana
- Emilia Romagna
- Marche



Performance delle Marche per indicatori

2° posto Reputazione social	15° posto Popolarità della destinazione	7° posto Reputazione Google Travel
16° posto Valutazione sistema ricettivo	14° posto Reputazione su Booking	13° posto Valutazione su TripAdvisor
12° posto Ricerca della destinazione	16° posto Reputazione su Expedia	14° posto Appeal della destinazione

Il Regional Tourism Reputation Index

I quattro indicatori del successo

ANCONA Oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, circa 5 milioni di like e recensioni conteggiate e ben 533 mila le strutture ricettive osservate. Sono questi i numeri generati dalle regioni italiane per costruire la reputazione turistica delle destinazioni e sintetizzati dal Regional Tourism Reputation Index per il 2020, giunto al suo quarto anno consecutivo. Agli otto indicatori tradizionalmente osservati - visibilità e interesse dei portali turistici istituzionali regionali, social appeal presso gli stakeholder, popolarità,

fiducia e tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, reputazione del sistema ricettivo - sono stati aggiunti altri due parametri: il primo è mirato a rilevare le destinazioni preferite dagli italiani per le vacanze, mentre il secondo incrementa, con l'aggiunta anche della piattaforma Google Travel, la numerosità delle strutture alberghiere ed extra-alberghiere sottoposte a valutazione. È stato creato uno stimatore ad hoc, il Regional Tourism Reputation Index (Rtr), in

grado di prospettare gli andamenti aggiornati degli orientamenti, dei comportamenti e delle richieste di informazioni online da parte degli utenti. Stando al medagliere di Demoskopika, la regione più social è il Trentino-Alto Adige, mentre quella con il sistema ricettivo più apprezzato è la Toscana. La Sicilia si guadagna il primo posto come regione più "ricercata" sul web e, sempre restando alle isole maggiori, la Sardegna ha rimontato nove posizioni rispetto al 2019, diventando la destinazione turistica con la miglior performance.

Città d'arte, in arrivo 500 milioni

Anche Siena tra le 29 destinatarie delle risorse a fondo perduto per le attività commerciali danneggiate

SIENA

Siena è tra le ventinove città d'arte che risultano destinatarie dei contributi a fondo perduto previsti dal dl agosto per turismo e cultura, annunciato dal ministro Dario Franceschini. Le risorse, 500 milioni dei 3 miliardi complessivi stanziati per il provvedimento, saranno destinate alle attività commerciali aperte al pubblico nei centri storici, per i taxi e gli Ncc. Possono ricevere il contributo le attività che, al mese di giugno 2020, hanno avuto fatturato e corrispettivi inferiori a un terzo di quanto registrato nel giugno 2019. Siena è tra le quattro città toscane coinvolte dal provvedimento, insieme a Firenze, Pisa e Lucca.

A rilanciare la misura, il commento di Simone Bezzini, consigliere regionale uscente e capolista Pd alle elezioni del 20 e 21 settembre. «Accolgo con piacere che il Governo ha previsto una norma che vale 500 milioni e assegna un contributo alle attività di vendita di beni o servizi al pubblico che a giugno abbiano registrato perdite del 50 per cento rispetto allo scorso anno», afferma Bezzini, ricordando che la misura riguarda le «città ad alto flusso turistico», tra cui Venezia, Milano, Padova, Como. E ovviamente Siena, «che



Il ritorno dei turisti in visita al Duomo

quindi – prosegue Bezzini – riceverà una quota delle risorse stanziata dal Governo. Una notizia che non può che darci soddisfazione considerato anche l'impegno della Regione Toscana su questo fronte».

Nella graduatoria Siena è inserita al quinto posto nel rapporto tra presenze turistiche e popolazione residente «segno – prosegue Bezzini – grande fascino e attrazione che la nostra città esercita nel mondo. Adesso non rimane che aspettare di conoscere quali saranno i criteri di suddivisione di tali contributi, ma al momento c'è già un dato di fatto: mentre la destra è dedicata alla propaganda, il Pd, a ogni livello, cerca di dare risposte

concrete alle attività economiche colpite duramente dalla crisi dovuta al lockdown e ai limiti degli spostamenti».

Per il consigliere Pd resta però aperto il fronte dei centri cosiddetti minori ma che comunque registrano un alto tasso di presenze turistiche e che quindi hanno subito molti danni nella fase di lockdown. «Ce ne sono tanti anche nella nostra provincia – conclude Bezzini –, il Go-

BEZZINI (PD)

«Il Governo dà risposte concrete alle attività colpite dalle chiusure»

verno ha previsto alcune forme di compensazione in termini di parziale rimborso della tassa di soggiorno, ma è comunque necessario proseguire il confronto per fare ulteriori passi in avanti anche su questo fronte».

Proprio ieri è stata pubblicata l'indagine annuale dell'Istituto Demoskopika sulla reputazione turistica delle regioni italiane. La Toscana si colloca sul podio alle spalle di Trentino Alto Adige e Sicilia. Indicazione che parzialmente conforta in un anno che i più ottimisti definiscono come durissimo, dopo i mesi di chiusura, il blocco degli arrivi da molte destinazioni estere, la mancanza delle comitive. Qualcosa è tornato a muoversi, ma per il 2020 i numeri del passato resteranno un ricordo. A fianco delle iniziative per gli esercizi commerciali già messe in campo a livello locale (nel capoluogo la concessione gratuita di spazi aggiuntivi e altri interventi), ecco l'atteso provvedimento statale con misure di sostegno a fondo perduto.

Un provvedimento diverso da quella della concessione dei finanziamenti con garanzia statale. Al 9 agosto, in provincia di Siena ne sono stati concessi 5.716 oltre i 30mila euro (per oltre 342 milioni di euro, importo medio poco meno di 60mila) e 5.017 sotto i 30mila euro (per 97,8 milioni, taglio medio 19mila euro).

o.p.

L'indagine. Demoskopica L'Isola in crescita Ira le destinazioni più "social" d'Italia

La Sardegna è tra le regioni più gettonate e popolari sui motori di ricerca della Rete. L'Isola si è infatti aggiudicata la miglior performance dell'anno sul fronte della "reputazione turistica" nella classifica del Regional Tourism Reputation Index stilato dall'istituto Demoskopika.

A spiccare è il grande balzo in avanti fatto in soli dodici mesi: nel 2019 l'Isola occupava un mediocre diciottesimo posto, ma quest'anno si è guadagnata la top ten anche grazie alle centinaia di migliaia di segnalazioni sul web che hanno fatto della nostra regione la seconda più cliccata d'Italia.

Con quasi 300 mila risultati rilevati, la Sicilia invece ottiene il massimo punteggio (133,3 punti) come destinazione turistica «più ricercata» d'Italia seguita da Sardegna (122,6 punti) e Toscana (107,4 punti).

Spostando l'attenzione sul confronto della popolarità delle destinazioni, emerge la Sardegna quasi a pari merito con la Sicilia (122,6 punti) con una media di interesse nel tempo pari a 43 punti.

A stare sul gradino più alto del podio è però il Trentino Alto Adige, confermato anche nel 2020 come destinazione "più social d'Italia". Medaglia d'argento per la Sicilia che ha dimostrato di essere la destinazione turistica più ricercata sul web e anche la meta preferita dai turisti italiani. Nella ricerca di Demoskopika è emerso inoltre che sarà il Sud a trainare la ripresa del settore turistico nella fase post Covid-19, dove Sicilia, Toscana e Puglia sono le più regioni più richieste, seguite da Trentino-Alto Adige, Calabria, Emilia-Romagna e Sardegna.

Francesca Malis

REPRODUZIONE RISERVATA



Nel 2019 l'Isola occupava il diciottesimo posto, ma quest'anno si è guadagnata la top ten anche grazie alle centinaia di migliaia di segnalazioni sul web ai di là della classifica generale la Sardegna è la seconda regione più cliccata d'Italia



9° posto è il piazzamento ottenuto dall'Isola nella classifica delle regioni più amate e condivise sui social

LA CLASSIFICA. Al secondo posto la Sicilia e le città d'arte toscane

IL Trentino Alto Adige è la meta più amata

Prima per reputazione turistica ed è anche la regione «più social»

Cinzia Conti
ROMA

Il Trentino Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika e consultata dall'Ansa. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti.

A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino Alto Adige, il primo posto quale destinazione «più social d'Italia». In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto un'altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più «apprezzato» del Belpaese.

A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio



Una veduta di Bolzano

(102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7). Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso. Per costruire la reputazione turistica delle destinazioni le regioni generano oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, circa 5 milioni di like e follower sulle reti sociali, poco più di 40 milio-

ni le recensioni e ben 533 mila le strutture ricettive osservate. Quanto ai singoli parametri il Trentino Alto Adige, con 128,8 punti e gli oltre 1,2 milioni di like e follower conteggiati dalle pagine social ufficiali (Instagram, Facebook e Twitter), si conferma anche quest'anno la destinazione più social d'Italia, ossia dotata di maggiore capacità di appeal, immediatamente seguita dalle Marche (115,1 punti) e dall'Emilia Romagna (105,6 punti). Con quasi 300 mila risultati rilevati, la Sicilia invece ottiene il massimo punteggio (133,3 punti) come destinazione turistica «più ricercata» d'Italia seguita da Sardegna (122,6 punti) e Toscana (107,4 punti). Spostando l'attenzione sul confronto della popolarità delle destinazioni, emerge la Sardegna quasi a pari merito con la Sicilia (122,6 punti) con una media di interesse nel tempo pari a 43 punti. È la Toscana, con 109,2 punti, invece, a detenere il primato del sistema ricettivo più «apprezzato» d'Italia prevalendo al fotofinish sulla Basilicata (109,0 punti).

Infine Demoskopika realizza il borsino delle destinazioni da cui emerge che sarà principalmente il Sud a trainare la ripresa del settore turistico italiano nella fase post Covid-19. •

Trentino Alto Adige, regione al top per i turisti

Indagine

Demoskopika ha preso in esame il peso social Seguono Sicilia, Toscana e Lazio

ROMA. Il Trentino Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino Alto Adige, il primo posto quale destinazione «più social d'Italia». In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto un'altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio



Da cartolina. Piazza Duomo a Trento

nella graduatoria del sistema ricettivo più «apprezzato» del Belpaese. A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7). Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni. Per costruire la reputazione turistica delle destinazioni le regioni generano oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, circa 5 milioni di like e follower sulle reti sociali, poco più di 40 milioni le recensioni e ben

533 mila le strutture ricettive osservate. Quanto ai singoli parametri il Trentino Alto Adige, con 128,8 punti e gli oltre 1,2 milioni di like e follower conteggiati dalle pagine social ufficiali (Instagram, Facebook e Twitter), si conferma la destinazione più social d'Italia, ossia dotata di maggiore capacità di appeal, immediatamente seguita dalle Marche (115,1 punti) e dall'Emilia Romagna (105,6 punti). Con quasi 300 mila risultati rilevati, la Sicilia invece ottiene il massimo punteggio (133,3 punti) come destinazione turistica «più ricercata» d'Italia seguita da Sardegna (122,6 punti) e Toscana (107,4 punti). Spostando l'attenzione sul confronto della popolarità delle destinazioni, emerge la Sardegna quasi a pari merito con la Sicilia (122,6 punti) con una media di interesse nel tempo pari a 43 punti. È la Toscana, con 109,2 punti, invece, a detenere il primato del sistema ricettivo più «apprezzato» d'Italia. Infine Demoskopika realizza il borsino delle destinazioni da cui emerge che sarà principalmente il Sud a trainare la ripresa del settore turistico italiano nella fase post Covid-19 e Sicilia, Toscana e Puglia sono le più regioni gettonate. A seguire Trentino-Alto Adige, Calabria, Emilia-Romagna e Sardegna. «Il nostro studio - commenta il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio - stimola alcune considerazioni su un aspetto che ruota attorno alla costruzione della reputazione turistica delle destinazioni regionali: la necessità di una strategia integrata e condivisa tra i vari stakeholder del sistema pubblico-privato». //

Nell'annuale rapporto dell'istituto "Demoskopika" la regione si conferma al 16° posto

Il turismo in Calabria è poco social e con una reputazione da migliorare

Con offerta sul web, destinazioni e popolarità i migliori risultati

Giovanni Pastore

COSENZA

La Calabria post lockdown prova a reagire alla crisi. Lo rivelano i diagrammi dell'industria delle vacanze e una importante conferma arriva anche dal rapporto annuale dell'istituto di statistiche "Demoskopika" sulla reputazione turistica delle destinazioni che registra buone performance in tre diverse graduatorie regionali pur conservando un sedicesimo posto nella classifica generale. Diagrammi costruiti studiando oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, circa 5 milioni di like e follower sulle reti sociali, poco più di 40 milioni di recensioni e monitorando ben 533 mila di strutture ricettive. Numeri che hanno definito la reputazione turistica delle destinazioni turistiche. Agli otto indicatori osservati già nei primi tre anni (visibilità e interesse dei portali turistici istituzionali regionali, social appeal presso gli stakeholder, popolarità, fiducia e tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, reputazione del sistema ricettivo), Demoskopika ha deciso di aggiungere altri due parametri: il primo mirato a rilevare le destinazioni preferite dagli italiani per le vacanze mentre il secondo incrementa, con l'aggiunta anche della piattaforma Google Travel, la numerosità delle strutture alberghiere ed extra-alberghiere sottoposte a valutazione.

E il dato osservato per la Calabria è stato incoraggiante, soprattutto, in riferimento ad esempio all'indicatore dell'offerta sul web indicizzato come "Ricerca della destinazione" e ottenuto conteggiando le pagine indicizzate sul motore di ricerca Google della keyword "vacanze" seguita dal "nome destinazione 2020". Quinto posto con un indice di 100,3 punti corrispondente a 59 mila risultati rilevati.

Buone notizie anche per quanto riguarda la popolarità della destinazione. In particolare, digitando il nome di ciascun territorio regionale, quale ter-



mine di ricerca su Google Trends in uno stesso periodo categorizzato per il filtro "viaggi", è stato possibile monitorare la tendenza della destinazione e confrontare il livello medio di popolarità si è ottenuto un quinto posto

nella graduatoria del Regional Tourism Reputation Index con 105,3 punti.

La migliore performance calabrese però è quella realizzata nel borsino delle mete turistiche più ricercate dagli italiani - secondo un sondaggio

realizzato a fine maggio da Demoskopika che ha coinvolto un campione oltre 1.500 cittadini - con l'8,1% delle preferenze dei vacanzieri. Poco incisive, per adesso, le strategie di promozione sulle reti sociali dell'offerta turistica regionale con una posizione nelle retrovie generata dal dato negativo di follower e like (30 mila in tutto).

«Il nostro studio - commenta il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio - stimola alcune considerazioni su un aspetto che ruota attorno alla costruzione della reputazione turistica delle destinazioni regionali: la necessità di una strategia integrata e condivisa tra i vari stakeholder del sistema pubblico-privato. Basta analizzare la recente polemica tra le principali associazioni di rappresentanza degli operatori turistici e l'Enit per comprendere che la governance teorica dei sistemi turistici, tanto decantata nei documenti strategici quanto sfuggente nelle fasi attuative della programmazione, dovrebbe cedere il passo alla governance dinamica incentrata a valorizzare gli orientamenti e le visioni della molteplicità dei soggetti attivi nello sviluppo e nella promozione del turismo italiano».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Sedicesima tra le regioni ma serve una strategia social



Reputazione turistica stabile in Calabria

La Calabria post lockdown prova a reagire alla crisi. Lo rivelano i diagrammi dell'industria delle vacanze e una importante conferma arriva anche dal rapporto annuale dell'istituto di statistiche "Demoskopika" sulla reputa-

zione turistica delle destinazioni che registra buone performance in tre diverse graduatorie regionali pur conservando un sedicesimo posto nella classifica generale.

Pagina 17

«Reputazione turistica», l'Alto Adige è sempre in vetta

La classifica. Lo studio di Demoskopika: seconda la Sicilia, terza la Toscana

BOLZANO. Il Trentino Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino Alto Adige, il primo posto quale destinazione «più social d'Italia».

In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020.

Al terzo posto un'altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più «apprezzato» del Belpaese.

A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1),

Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7).

Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso.

Per costruire la reputazione turistica delle destinazioni le regioni generano oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, circa 5 milioni di like e follower sulle reti sociali, poco più di 40 milioni le recensioni e ben 533 mila le strutture ricet-

tive osservate.

Quanto ai singoli parametri il Trentino Alto Adige, con 128,8 punti e gli oltre 1,2 milioni di like e follower conteggiati dalle pagine social ufficiali (Instagram, Facebook e Twitter), si conferma la destinazione più social d'Italia, immediatamente seguita dalle Marche (115,1 punti) e dall'Emilia Romagna (105,6 punti). Con quasi 300 mila risultati rilevati, la Sicilia invece ottiene il massimo punteggio (133,3 punti) come destinazione turistica «più ricercata» d'Italia seguita da Sardegna (122,6 punti) e Toscana (107,4 punti).

Spostando l'attenzione sul confronto della popolarità delle desti-

nazioni, emerge la Sardegna quasi a pari merito con la Sicilia (122,6 punti) con una media di interesse nel tempo pari a 43 punti. È la Toscana, con 109,2 punti, invece, a detenere il primato del sistema ricettivo più «apprezzato» d'Italia prevalendo al fotofinish sulla Basilicata (109,0 punti).

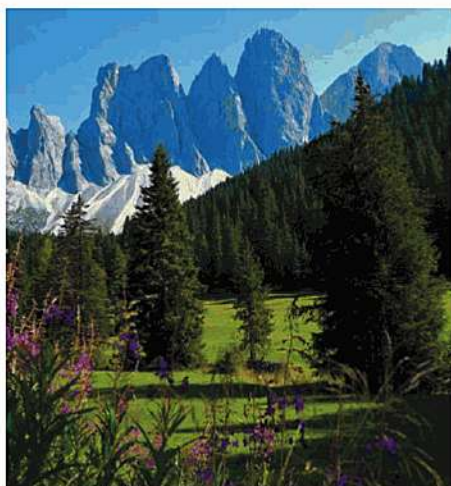
Infine Demoskopika realizza il borsino delle destinazioni da cui emerge che sarà principalmente il Sud a trainare la ripresa del settore turistico italiano nella fase post Covid-19 e Sicilia, Toscana e Puglia sono le più regioni gettonate. A seguire Trentino-Alto Adige, Calabria, Emilia-Romagna e Sardegna.



• L'Alto Adige in vetta sui social

L'indagine Reputazione turistica, primi

• Il Trentino - Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione «più social d'Italia». In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più «apprezzato» del Belpaese. A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7). Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto al 18 / a dell'anno scorso.



Le montagne dell'Alto Adige

Turismo, Trentino Alto Adige in vetta È la destinazione «più social» sul podio anche Sicilia e Toscana

■ **ROMA** Il Trentino Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika e consultata in anteprima dall'ANSA. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino Alto Adige, il primo posto quale destinazione «più social d'Italia». In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la desti-

nazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto un'altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più «apprezzato» del Belpaese.

A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9).

Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7). Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso. Per costruire la reputazione turistica delle destinazioni le regioni generano oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, circa 5 milioni di like e follower sulle reti sociali, poco più di 40 milioni le recensioni e ben 533 mila le strutture ricettive os-

servate. Quanto ai singoli parametri il Trentino Alto Adige, con 128,8 punti e gli oltre 1,2 milioni di like e follower conteggiati dalle pagine sociali ufficiali (Instagram, Facebook e Twitter), si conferma anche quest'anno la destinazione più social d'Italia, ossia dotata di maggiore capacità di appeal, immediatamente seguita dalle Marche (115,1 punti) e dall'Emilia Romagna (105,6 punti).

Con quasi 300 mila risultati rilevati, la Sicilia invece ottiene il massimo punteggio (133,3 punti) come destinazione turistica «più ricercata» d'Italia seguita da Sardegna (122,6 punti) e Toscana (107,4 punti). Spostando l'attenzione sul confronto della popolarità delle destinazioni, emerge la Sardegna quasi a pari merito con la Sicilia (122,6 punti) con una media di interesse nel tempo pari a 43 punti.

INDAGINE DEMOSKOPIKA

Turismo, regione meta preferita

Trentino Alto Adige promosso da Demoskopika. Il sistema di rating turistico dell'Istituto di ricerca pone la regione in cima alla classifica generale per la maggiore reputazione turistica.

a pagina **7 Zamattio**

L'indagine

Turismo, la reputazione tiene Trentino Alto Adige in vetta

Assessori soddisfatti. Schuler: lavoro di anni. Failoni: risultati non scontati

TRENTO In questa estate 2020 tra voglia di libertà e sicurezza con una stagione turistica partita veramente solo ad agosto, il Trentino Alto Adige si conferma come la meta preferita dai vacanzieri, per lo più italiani. La regione rimane in vetta alla classifica della reputazione turistica stilata per il quarto anno consecutivo dall'Istituto Demoskopica con un indice Regional Tourism Reputation della destinazione pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro al Trentino Alto Adige è il primo posto quale destinazione «più social d'Italia», con quasi 1,2 milioni di like e follower.

Seconda in classifica la Sicilia (con 110,9 punti) quale meta più ricercata sul web dai consumatori e preferita dai vacanzieri italiani, al terzo posto la Toscana. A seguire ci sono Emilia Romagna, Lazio, Marche, Veneto e Puglia. Chiudono la top ten Sardegna e Basilicata.

Per costruire la reputazione turistica delle destinazioni le regioni generano oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, circa 5 milioni di like e follower sulle reti sociali, poco più di 40 milioni le recensioni e ben 533 mila le strutture ricettive osservate. Otto gli indicatori osservati: visibilità e interesse dei portali turistici istituzionali regionali, social appeal presso gli stakeholder, popolarità, fiducia e tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, reputazione del sistema ricettivo.

Quanto ai singoli parametri il Trentino Alto Adige, che

1,2

milioni di like e follower su Instagram, Facebook e Twitter

90%

le prenotazioni giunte in questo periodo di ferragosto in regione

43%

i turisti dalla Germania nel 2019 e il 33% dall'Italia, tendenza che si è invertita

conferma la strategia vincente dei portali turistici, con gli oltre 1,2 milioni di like e follower conteggiati dalle pagine social (Instagram, Facebook e Twitter), si conferma anche quest'anno la destinazione più social d'Italia, ossia dotata di maggiore capacità di appeal.

Soddisfatti della prima posizione i due assessori al turismo delle due province, l'altoatesino Arnold Schuler e quello trentino Roberto Failoni. «L'Italia è un territorio straordinario per le vacanze che offre di tutto, dal mare alle montagne — commenta il primo — essere in vetta alla classifica per noi è un aspetto molto positivo, specie per tutti i problemi avuti finora con la pandemia». E poi: «Abbiamo potuto dimostrare che l'Alto Adige è sicuro per passare le vacanze in montagna: eravamo molto preoccupati perché quando c'è stata la riapertura il turismo è ripartito molto lentamente, la gente ha aspettato fino all'ultimo, finalmente a luglio sono partite le prenotazioni». Con un aumento che vede, in questa settimana di ferragosto, oltre il 90% di prenotazioni registrate, quasi sold out.

Gli arrivi? Nel 2019 il turismo era rappresentato per il 43% dai turisti provenienti dalla Germania, seguiti dagli italiani per il 33%, quindi dall'Austria e dalla Svizzera ognuno per il 5% degli arrivi, seguiti dagli altri Paesi. «Que-



In montagna
Sono tanti i turisti che sono stati richiamati dagli ampi spazi delle località turistiche del Trentino Alto Adige anche in questa estate 2020

st'anno più di altre sono le presenze italiane ad aver prenotato, molti meno invece sono gli arrivi dalla Germania e pochissimi quelli dall'Austria», conclude l'assessore Schuler. Che attribuisce il merito del successo turistico altoatesino «al grande lavoro svolto dagli albergatori che da anni hanno investito nell'offerta turistica e hanno fatto di tutto per garantire la qualità, ed ora anche la sicurezza».

Orgoglioso del podio più alto nella classifica anche l'assessore Failoni che, riferendosi al primo posto quale destinazione «più social d'Italia» detenuta dal Trentino Alto Adige dice: «Questo dimostra il buon lavoro di Trentino marketing: da fine

primavera stanno lavorando con un'attività frenetica per comunicare tutte le peculiarità del territorio e del turismo trentino in maniera digitale». E aggiunge, riferendosi ai buoni riscontri di prenotazioni, anche qui come in Alto Adige, che vede una forte presenza del turismo italiano, con oltre il 90% di prenotazioni: «Non era scontato in un periodo del genere, fa piacere che il lavoro fatto in primavera e a inizio estate dia i frutti sperati. Sembra che la stagione vada meglio del previsto. Ma — conclude — attendiamo i dati a fine stagione, con una certa preoccupazione e curiosità per settembre».

Marzia Zamattio
© RIPRODUZIONE RISERVATA

INDAGINE DEMOSKOPIKA

Turismo, regione meta preferita dagli italiani

di **Marzia Zamattio**

Trentino Alto Adige promosso da Demoskopika. Il sistema di rating turistico dell'Istituto di ricerca pone la regione in cima alla classifica generale per la maggiore reputazione turistica. A pesare sulla medaglia d'oro è il primo posto quale destinazione «più social d'Italia», con quasi 1,2 milioni di like e follower.

a pagina **7**

Primo il Trentino

Reputazione turistica, la Sicilia è sul podio

Cinzia Conti

ROMA

Il Trentino Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino Alto Adige, il primo posto quale destinazione «più social d'Italia».

In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020.

Al terzo posto un'altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più «apprezzato» del Belpaese.

A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7).

Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso.

Per costruire la reputazione turistica delle destinazioni le regioni generano oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, circa 5 milioni di like e follower sulle reti sociali, poco più di 40 milioni le recensioni e ben 533 mila le strutture ricettive osservate.



Taormina. Isobella è uno dei luoghi simbolo del turismo siciliano

Reputazione turistica Basilicata decima Bene il sistema ricettivo

IL Trentino Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika: in particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino Alto Adige, il primo posto quale destinazione «più social d'Italia».

In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020.

Al terzo posto un'altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più «apprezzato» del Belpaese.

A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7). Regione che arriva seconda, dietro la Toscana, per 1/5 di punto in fatto di sistema ricettivo più «apprezzato» d'Italia.

RTR INDEX 2020

30/08/2020 Gazzetta del Sud Online Punto-Covid, il presidente di Demoskopika: "Sul turismo la Calabria è riuscita a limitare i danni"	1
30/08/2020 Quotidiano.net PER DEMOSKOPIKA "UNA META SICURA"	2
27/08/2020 Travel Quotidiano Demoskopika: a rischio 220 mila posti di lavoro nel turismo	3
27/08/2020 Gazzetta di Parma.it Turismo: già' persi 220 mila posti piu' l'indotto	4
27/08/2020 GuidaViaggi.it Turismo, 50mila imprese a rischio fallimento	5
27/08/2020 Il Sussidiario.net ULTIME NOTIZIE/ Ultim'ora oggi: Covid-19, cresce la curva dei contagi (27 agosto)	6
27/08/2020 TTG Italia.com Agosto pesante per l'Italia: mancano 3,6 milioni di turisti stranieri	7
27/08/2020 Travelnostop.com Demoskopika: sui dati serve un'unica cabina di regia	8
27/08/2020 Il Sole 24 Ore.com - Stream24 Turismo: già' persi 220 mila posti piu' l'indotto	9
26/08/2020 Corriere della Calabria.it Rio: «Calabria tra le mete preferite. Ma a Ferragosto non c'è stato sold out»	10
26/08/2020 Ansamed.info Turismo: -70% turisti stranieri in Italia persi 2 mld spesa	11
26/08/2020 Bresciaoggi.it Turismo: già' persi 220mila posti più l'indotto	12
26/08/2020 Agenpress Turismo. Rischio fallimento 50mila imprese, già' persi 220mila posti. -70% turisti stranieri	13
26/08/2020 Giornale di Sicilia.it Turismo: già' persi 220mila posti più l'indotto	14
26/08/2020 Ansa.it - ViaggiArt Turismo: già' persi 220mila posti più l'indotto	15
26/08/2020 Il Corriere di Como Turismo: già' persi 220mila posti più l'indotto	17
26/08/2020 Il Giornale di Vicenza.it Turismo: già' persi 220mila posti più l'indotto	18
26/08/2020 L'Unione Sarda.it In Italia persi 2 miliardi di spesa: soffrono le città d'arte, meno le località balneari	19
26/08/2020 Libertà.it Turismo: già' persi 220mila posti più l'indotto	20
26/08/2020 Giornale di Sicilia Turismo in Italia, già' persi 220mila posti: "50 mila imprese rischiano il fallimento"	21
26/08/2020 Ansa.it - PMI Turismo: già' persi 220mila posti più l'indotto	22
26/08/2020 Corriere Quotidiano.it (ed. Nazionale) Turismo: già' persi 220mila posti più l'indotto	23
26/08/2020 L'Arena.it Turismo: già' persi 220mila posti più l'indotto	24
26/08/2020 Il Sole 24 Ore Online In Sardegna ora piovono disdette. L'appello: «Regione sicura». Turismo, in Italia già' persi 220mila	

a cura dell'ufficio stampa

posti -	25
26/08/2020 Il Sole 24 Ore Online	
Turismo, in agosto flessione del 70% degli ospiti stranieri	26
26/08/2020 Tgcom24	
Coronavirus, Demoskopika: nel turismo già persi 220mila posti di lavoro	27
26/08/2020 Affaritaliani.it	
Coronavirus, già persi 220mila posti più l'indotto. Paura per la Sardegna	29
26/08/2020 Corriere dello Sport.it	
Turismo: già persi 220mila posti più l'indotto	31
26/08/2020 La Gazzetta del Mezzogiorno.it	
Turismo: già persi 220mila posti più l'indotto	32
26/08/2020 Tiscali.it - Notizie	
Turismo: già persi 220mila posti più l'indotto	33
26/08/2020 Fanpage.it (ed. Nazionale)	
Turismo in Italia: 220mila posti di lavoro a rischio, la metà al Nord	34
26/08/2020 Giornale di Puglia.com	
Coronavirus, 50mila le imprese italiane che rischiano il fallimento	35
26/08/2020 Globalist 2.0	
Per il Covid già persi 220mila posti di lavoro nel settore turistico	36
26/08/2020 La Prealpina.it	
Turismo: già persi 220mila posti più...	37
26/08/2020 Travelnostop.com	
Turisti stranieri in calo del 70%, persi 2 mld spesa: i dati di Demoskopika	38
26/08/2020 Abruzzo Web	
TURISMO: MENO 70 PER CENTO STRANIERI, PERSI 2 MILIARDI, CALO MAGGIORE CITTA' D'ARTE	39
26/08/2020 Alto Adige.it	
Turismo: già persi 220mila posti più l'indotto	40
21/08/2020 SiViaggia	
Tra natura, mare e monti: ecco le regioni più attraenti per i turisti	41
21/08/2020 La Gazzetta del Mezzogiorno.it	
La Basilicata nella top ten del turismo visto da internet	42
21/08/2020 TTG Italia.com	
Basilicata, l'Atp esulta: "Agosto vicino al tutto esaurito"	43
20/08/2020 TRM network	
Turismo: Apt, Basilicata in agosto va verso tutto esaurito	44
20/08/2020 Il Piccolo.it	
Il Pd ora vuole la testa di Bini: «Fedriga lo rimuova dal ruolo»	45
20/08/2020 Affaritaliani.it	
Turismo lucano, avanti con giudizio. Matera tra le prime città d'arte visitate	46
20/08/2020 La Gazzetta del Mezzogiorno.it	
Turismo Basilicata, ad agosto si va verso il «tutto esaurito»	48
19/08/2020 9Colonne.it	
TURISMO, APT BASILICATA: SEMPRE PIU' ATTRATTIVI ANCHE IN ESTATE COVID 21:00 19/8/2020	
Entra nella news/abbonati»	49
17/08/2020 Idealista News	
Le regioni con la migliore reputazione sul web e sui social	50
15/08/2020 Quotidiano di Sicilia.it	
In Sicilia Ferragosto col fiato sospeso. Musumeci, "Non siamo zona rossa ma no a strafottenza"	52

a cura dell'ufficio stampa

14/08/2020 TriestePrima Assessore al Turismo va in ferie in Croazia, il Pd: "Si metta a lavorare"	55
14/08/2020 Gioconews.it Gioco, non è tempo per conti salati	56
14/08/2020 Dagospia.com IL DEFAULT DELLE CITTÀ D'ARTE: I SOLDI PER L'EMERGENZA COVID VANNO TUTTI AL NORD - NEL DL AGOSTO SONO STATI STANZIATI 500 MILIONI PER CONTRIBUTI A FONDO PERDUTO AGLI OPERATORI DEL	58
14/08/2020 Il Messaggero.it (Ed. Nazionale) Aiuti alle città d'arte, ma non al Sud I soldi del coronavirus tutti al Nord	60
13/08/2020 UdineToday Turismo, il Friuli Venezia Giulia è penultimo nella reputazione nazionale	61
12/08/2020 TriestePrima Turismo, il Friuli Venezia Giulia è penultimo nella reputazione nazionale	62
12/08/2020 Today.it Turismo, ormai è una "questione di reputazione": la classifica delle regioni italiane	64
12/08/2020 Il Valore Italiano Vacanze estive 2020: gli italiani restano in Italia	65
12/08/2020 La Repubblica.it Reputazione: vince il Trentino	67
12/08/2020 Corriere Adriatico.it Quanti like per le Marche: così il turismo social promuove la regione	69
11/08/2020 Sesto Potere.com Reputazione turistica. Pompignoli (Lega): "Emilia Romagna al ribasso, serve riflessione"	71
11/08/2020 ForlìToday Reputazione turistica, Emilia-Romagna in calo. La Lega: "Brand Romagna non valorizzato"	73
11/08/2020 Giornale.sm Reputazione turistica; l'Emilia Romagna perde due posizioni rispetto allo scorso anno e cede il posto a Sicilia e Toscana. L'allarme del consigliere regionale Pompignoli	74
11/08/2020 CesenaToday Reputazione turistica, l'Emilia-Romagna è quarta tra le regioni italiane	75
11/08/2020 RiminiToday Indagine sul turismo: l'Emilia Romagna perde due posizioni e scende dal podio	76
11/08/2020 Prima Pagina News Turismo. Il rating della reputazione di Demoskopika, in testa Trentino Alto Adige, Sicilia e Toscana (1)	77
11/08/2020 ForlìToday Reputazione turistica, l'Emilia-Romagna è quarta tra le regioni italiane	78
11/08/2020 RavennaToday Indagine sul turismo: l'Emilia-Romagna perde due posizioni e manca il podio	79
11/08/2020 24Emilia.com Reputazione turistica, l'Emilia è quarta	80
11/08/2020 Notizie d'Abruzzo Turismo, l'indagine Demoskopika pone l'Abruzzo al 15mo posto	81
11/08/2020 Gazzetta del Sud Online Il turismo in Calabria è poco "social" e con una reputazione da migliorare	83
11/08/2020 Il Secolo XIX.it Trentino Alto Adige, meta prediletta dei turisti flagellata dal maltempo in Val di Genova	84
11/08/2020 TTG Italia.com Web Reputation: Trentino Alto Adige in testa	85

10/08/2020 Il NordEst Quotidiano	
Trentino Alto Adige ancora in vetta alla reputazione turistica	86
10/08/2020 Veneto Economia	
Reputazione turistica: Veneto settimo, in vetta c'è il Trentino-Alto Adige	88
10/08/2020 L'Unione Sarda.it	
La Sardegna nella top ten delle Regioni con la più alta "reputazione turistica"	89
10/08/2020 AgCult	
Demoskopika: Ciacciarelli (Lega): Lazio tra ultime posizioni, investire sul brand	90
10/08/2020 Il Metropolitano.it	
Turismo. Il rating della reputazione di Demoskopika per il 2020	91
10/08/2020 Bresciaoggi.it	
Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta	94
10/08/2020 Italia a Tavola	
Il Trentino è la regione più "social" Ma la più cliccata è la Sicilia - Italia a Tavola	95
10/08/2020 9Colonne.it	
TURISMO, REPUTAZIONE, TRENTINO-ALTO ADIGE IN TESTA (3) 14:28 10/8/2020 Entra nella news/labbonati»	96
10/08/2020 LiveUnict	
Turismo, Sicilia al secondo posto tra le regioni con la migliore reputazione	97
10/08/2020 Il Corriere di Como	
Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta	98
10/08/2020 San Marino RTV	
Reputazione turistica, Emilia-Romagna quarta regione in Italia	99
10/08/2020 Giornale di Sicilia.it	
Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta	100
10/08/2020 Il Giornale di Vicenza.it	
Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta	101
10/08/2020 Libertà.it	
Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta	102
10/08/2020 AostaCronaca.it	
Demoskopika, Valle d'Aosta 'fuori' dalle prime 10 regioni italiane per reputazione turistica	103
10/08/2020 Ansa.it - Trentino	
Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta	104
10/08/2020 Newsrimini.it	
Reputazione turistica. Per Demoskopika l'Emilia Romagna è quarta	105
10/08/2020 La Voce del NordEst.it	
Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta	106
10/08/2020 Ansa.it - ViaggiArt	
Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta	107
10/08/2020 Live Sicilia.it	
Indice di reputazione turistica Sicilia seconda dietro al Trentino	109
10/08/2020 L'Arena.it	
Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta	110
10/08/2020 Corriere dello Sport.it	
Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta	111
10/08/2020 Il Gazzettino.it (ed. Nazionale)	
Turismo, il Trentino Alto Adige in vetta alla classifica delle regioni con la migliore reputazione, bene anche il Veneto	112
10/08/2020 La Gazzetta del Mezzogiorno.it	

a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta	113
10/08/2020 La Sicilia.it	
Reputazione turistica: la Sicilia seconda in Italia, ma è la meta preferita del 2020	114
10/08/2020 Tiscali.it - Notizie	
Reputazione turistica: il Trentino Alto Adige resta in vetta, alla Sardegna la miglior performance	115
10/08/2020 Aise - Agenzia Internazionale Stampa Estero	
DEMOSKOPIKA: IL TRENTINO ALTO-ADIGE LA REGIONE CON LA MIGLIOR REPUTAZIONE TURISTICA	116
10/08/2020 La Prealpina.it	
Reputazione turistica, il Trentino Alto...	118
10/08/2020 Corriere della Calabria.it	
Reputazione turistica, la Calabria migliora (ma è solo sedicesima)	119
10/08/2020 Agenzia giornalistica Opinione	
Link Permanente: DEMOSKOPIKA * TURISMO: " TRENTINO ALTO ADIGE PRIMA REGIONE PER REPUTAZIONE, è LA DESTINAZIONE PIÙ SOCIAL D	122
10/08/2020 Alto Adige.it	
Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta	125
10/08/2020 Le Ultime Notizie.eu	
DEMOSKOPIKA: IL TRENTINO ALTO-ADIGE LA REGIONE CON LA MIGLIOR REPUTAZIONE TURISTICA.	126
10/08/2020 PRIMA PRESS	
Demoskopika: il Tourism Reputation Index 2020 mette sul podio Trentino, Sicilia e Toscana che scalza il Lazio	127
10/08/2020 Playhitmusic	
Turismo, reputazione web e strategie: la Calabria è popolare ma affatto social	128
10/08/2020 Regioni.it	
[ANSA] REPUTAZIONE TURISTICA, IL TRENTINO ALTO ADIGE RESTA IN VETTA	132
10/08/2020 Roma Daily News	
Turismo Lazio. Ciacciarelli (Lega): "Lazio tra le ultime posizioni di preferenza"	133
10/08/2020 Sky TG24	
Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta	134
10/08/2020 Stretto Web.com	
Turismo, la Sicilia risponde alla crisi: è la 2ª regione italiana più gettonata. Pochi "followers" invece per la Calabria [FOTO]	135
10/08/2020 Tusciaweb.eu	
Il Trentino Alto Adige è la regione con la più alta reputazione turistica e la più amata sui social	137
10/08/2020 il Lametino.it	
Primo rating italiano sul turismo di Demoskopika, Calabria al 16esimo posto	138

Punto-Covid, il presidente di Demoskopika: "Sul turismo la Calabria è riuscita a limitare i danni"

Punto-Covid, il presidente di Demoskopika: "Sul turismo la Calabria è" riuscita a limitare i danni"

di Attilio Morabito

Nuovo appuntamento con Punto-Covid. Intervista a Raffaele Rio, presidente dell'Istituto Demoskopika: "Sul fronte del turismo la Calabria, rispetto al livello nazionale, è riuscita a limitare i danni. Quest'estate è stata infatti tra le mete preferite".

© Riproduzione riservata

a cura dell'ufficio stampa

PER DEMOSKOPIKA "UNA META SICURA"

Sempre a Santa Maria della Scala si può ammirare 'Love is BlindBlind for Love' di Caroline Lépinay con una serie di creazioni tattili in forma di 'opera'. Nello specifico si compone di nove momenti ispirati, nella narrazione, al mito di Amore e Psiche celebrato da Apuleio nelle Metamorfosi. Un racconto emozionale attraverso cui l'artista intende farci scoprire un nuovo modo di 'vedere', sensibilizzando le persone sulla necessità di imparare a guardare con tutti i sensi, annullando le differenze.

a cura dell'ufficio stampa

Demoskopika: a rischio 220 mila posti di lavoro nel turismo

[0] 27 agosto 2020 14:51

Sono numeri sconcertanti quelli snocciolati all'Ansa dal presidente dell'istituto Demoskopika, Raffaele Rio, ma che ben rappresentano gli effetti della pandemia sul comparto dei viaggi. Stando alle analisi della società di ricerche statistiche ben 50 mila imprese del turismo rischierebbero oggi la chiusura, mettendo a repentaglio qualcosa come 220 mila posti di lavoro, la metà dei quali concentrata al Nord. E tutto ciò senza considerare l'indotto.

A oggi, spiega sempre Rio, la contrazione del fatturato ammonta almeno a 12 miliardi di euro, mentre nel primo trimestre dell'anno si è registrato il peggior bilancio della nati-mortalità del sistema turistico nazionale degli ultimi 25 anni.

In termini di soli flussi inbound, lo scenario peraltro non cambia con il Ferragosto che, come molti hanno già sottolineato, non è certo riuscito a salvare la stagione. A pesare è stata soprattutto la contrazione degli arrivi internazionali, calati di circa il 70% rispetto al 2019, quando i turisti provenienti da oltre-confine erano stati 5 milioni per un totale di oltre 37 milioni di presenze, capaci di generare un fatturato di 4 miliardi di euro, quest'anno ridottosi praticamente della metà.

L'indagine Demoskopika conferma poi come, a risentire della crisi, sarebbero state soprattutto le città d'arte, dove più elevata è storicamente la componente della domanda internazionale. Ma anche sul fronte del mercato domestico le notizie non sono affatto buone. visto che almeno 8 milioni di italiani avrebbero rinunciato alle vacanze con la propria famiglia a causa di motivazioni economiche.

a cura dell'ufficio stampa

Turismo: gia' persi 220 mila posti piu' l'indotto

27 agosto 2020, 12:55

Demoskopika all'ANSA, 50mila imprese rischiano il fallimento

© RIPRODUZIONE RISERVATA

a cura dell'ufficio stampa

Turismo, 50mila imprese a rischio fallimento

Oltre 100mila posti di lavoro in bilico nel sistema turistico; settembre mese decisivo per decretare eventuali chiusure. Gli ultimi dati Demoskopika ripresi da Ansa e dal Sole 24 Ore non lasciano dubbi sul fatto che la crisi non demorda e stia incidendo profondamente sul comparto dell'ospitalità.

"Cinquantamila imprese del settore rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria, con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro - segnala Raffaele Rio, presidente dell'istituto Demoskopika che svolge ricerche di mercato e sui consumi -. Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord Italia a cui va aggiunto l'intero indotto". Ad agosto, secondo le analisi di Demoskopika, il Belpaese ha perso 3,6 milioni di visitatori provenienti dall'estero con mancati incassi per quasi due miliardi, la metà rispetto a quelli dell'anno precedente.

"La riapertura delle attività economiche e la ripresa della libertà di movimento, anche infraeuropeo, non sono state sufficienti a garantire la sostenibilità economica e finanziaria di gran parte delle imprese turistiche italiane che vivevano di quel 51% di turismo internazionale che quest'anno verrà a mancare", sottolinea Marina Lalli, presidente Federturismo Confindustria.

I numeri, secondo la presidente di Federturismo, sono allarmanti e fanno riflettere sull'urgenza di un sostegno immediato alle imprese. "Questa estate - sottolinea - abbiamo sofferto molto per l'assenza dei turisti stranieri che si stima siano stati 25 milioni in meno rispetto allo stesso periodo del 2019, una battuta d'arresto purtroppo destinata a proseguire anche a settembre, mese decisivo perché a rischio c'è la chiusura definitiva del 30% delle imprese con un danno per l'occupazione ma anche per l'indotto di enormi proporzioni".

Drammatica la situazione nelle città d'arte, che subiscono i maggiori danni a causa del crollo degli arrivi da Usa, Russia, penisola arabica, estremo oriente. "Alcune nostre elaborazioni - su dati di Banca d'Italia - stimano in circa 2,7 milioni gli stranieri che hanno rinunciato ad un soggiorno nelle città d'arte del Belpaese tra luglio e agosto", ricorda Rio.

a cura dell'ufficio stampa

ULTIME NOTIZIE/ Ultim'ora oggi: Covid-19, cresce la curva dei contagi (27 agosto)

Ultime notizie. Ultim'ora oggi: Covid-19, cresce la curva dei contagi in Italia, le regioni maggiormente colpite sono Lombardia, Lazio e Veneto (27 agosto).

Test sui rientri nello scalo romano di Fiumicino (LaPresse)

La curva dei contagi da Covid 19 oggi registra un significativo incremento. Il bollettino della protezione civile riporta infatti 1.367 nuovi positivi nelle ultime 24 ore, in deciso aumento rispetto ai dati di ieri. Le regioni maggiormente colpite sono Lombardia, Lazio e Veneto. Intanto continua il monitoraggio dei turisti rientrati dalle zone a rischio, nonostante i rallentamenti nell'effettuazione dei tamponi.

ULTIME NOTIZIE, DEPRESSIONE DA CORONAVIRUS IN CRESCITA

I medici confermano un altro aspetto allarmante legato alla pandemia: sono in forte crescita ansia, depressione ed insonnia, patologie legate al timore di contrarre la malattia ed alla sensazione di incertezza per il futuro. Il consiglio resta quello di rivolgersi a psicologo o psichiatra nel caso di sintomi gravi. Secondo le stime dell'istituto Demoskopika circa 50mila imprese turistiche italiane rischiano il fallimento a causa della perdita di fatturato seguita alla pandemia da Covid 19.

ULTIME NOTIZIE, GOVERNO E REGIONI, NON C'E' ACCORDO PER SCUOLA E TRASPORTI

Nulla di fatto tra Governo e Regioni sui temi di scuola e trasporti. A meno di 20 giorni dall' inizio delle lezioni restano ancora numerosi nodi da sciogliere, tra cui le norme di distanziamento per gli alunni e le misure da adottare in caso di contagio. Le regioni stanno procedendo in ordine sparso.

ULTIME NOTIZIE, MORTE DI GIOELE, CAUSE ANCORA MISTERIOSE

Non sembra facile dare una spiegazione alla morte del piccolo Gioele, deceduto insieme alla mamma Viviana Parisi. Il corpicino risulta infatti abbastanza compromesso a causa della prolungata esposizione al sole e dei morsi di animali selvatici, rendendo difficile stabilire quando e come il bimbo sia morto.

ULTIME NOTIZIE WISCONSIN, PROTESTE VIBRANTI NEGLI USA

A Kenosha, Wisconsin, la terza notte di proteste contro la polizia si è conclusa con il bilancio di due morti e tre feriti. I disordini sono scoppiati dopo il ferimento di un uomo di colore da parte di un agente di polizia. Secondo la ricostruzione il trentenne Jacob Blake sarebbe stato colpito alle spalle da un poliziotto, rimanendo paralizzato e questo gravissimo episodio ha scatenato la rabbia dei cittadini. Gli investigatori indagano per ricostruire l'esatta dinamica dei fatti.

ULTIME NOTIZIE, MELANIA TRUMP: "TENERE UNITO IL PAESE"

Melania Trump è intervenuta a sostegno del Presidente americano durante la convention repubblicana che si è svolta alla Casa Bianca. La first lady ha definito il Covid come il nemico invisibile che ha stravolto l'America, aggiungendo che il marito non si darà pace fino a quando non avrà combattuto con tutte le sue forze per aiutare le vittime della pandemia. Melania ha commentato le proteste esplose in Wisconsin invitando ad evitare la violenza ed imparando dagli errori del passato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

a cura dell'ufficio stampa

Agosto pesante per l'Italia: mancano 3,6 milioni di turisti stranieri

Anche agosto fa segnare numeri in calo per il turismo incoming in Italia. I dati di Demoskopika non lasciano dubbi sul crollo delle presenze turistiche, in particolare quelle internazionali, che ha colpito ancora una volta in misura maggiore le città d'arte. Secondo le analisi di Demoskopika, la Penisola ha perso 3,6 milioni di visitatori provenienti dall'estero solo nel mese di agosto con mancati incassi per quasi 2 miliardi, la metà rispetto a quelli dell'anno precedente.

"Ben 50mila imprese del settore rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria, con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro - segnala Raffaele Rio, presidente di Demoskopika, sul Sole 24 Ore -. Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord Italia a cui va aggiunto l'intero indotto".

A soffrire di più le città d'arte a causa del crollo degli arrivi da Usa, Russia, Penisola arabica, Estremo Oriente. "Alcune nostre elaborazioni su dati di Banca d'Italia stimano in circa 2,7 milioni gli stranieri che hanno rinunciato ad un soggiorno nelle città d'arte del Belpaese tra luglio e agosto" conclude Rio.

a cura dell'ufficio stampa

Demoskopika: sui dati serve un'unica cabina di regia

27 Agosto 2020, 10:18

Cronaca

Per governare il turismo è determinante avere dati sui flussi (numeri e tipologia) il più "freschi" possibile. E' l'opinione di Raffaele Rio, presidente di Demoskopika in un'intervista all'ANSA spiega: "Dalla governance teorica dei sistemi turistici, tanto decantata nei documenti strategici quanto sfuggente nelle fasi attuative della programmazione, si fa fatica a passare alla governance dinamica incentrata a valorizzare la tendenza del mercato, gli orientamenti e le visioni della molteplicità dei soggetti attivi nello sviluppo e nella promozione del turismo italiano. Esiste addirittura un obiettivo specifico del Piano Strategico del Turismo dedicato all'ampliamento dell'informazione statistica e della disponibilità di dati sul turismo in Italia che aiutino - cito testualmente dal PST - a garantire processi decisionali efficaci e ad affrontare in modo adeguato i trend globali del sistema turistico".

Ma la verità, ad oggi, secondo Rio è che anche sulla produzione dei dati, tra Istat, Enit, Banca d'Italia e altre fonti ufficiali e autorevoli, non esiste un'unica cabina di regia e, soprattutto, manca strutturalmente l'elemento previsionale del dato che potrebbe sicuramente essere di enorme aiuto per gli operatori turistici.

"Non esiste una ricetta unica - dice - ma sicuramente esiste il dovere della scelta da parte della politica forse inconsapevole dell'enorme danno arrecato all'intero comparto dall'assenza di puntuali orientamenti statistici. E così, il Governo imponga all'Istat una riorganizzazione forzata della raccolta degli arrivi e delle presenze facendo scandire, anche sotto una minaccia sanzionatoria di riduzione di contributi agli enti locali, tempi più utili di consegna delle rilevazioni a livello territoriale".

"Oppure si valorizzi l'Enit, - aggiunge - ma non solo a parole o in qualche riga di qualche documento strategico, che con le sue circa 20 sedi in tutto il mondo, poco meno di 70 dipendenti e una dotazione annuale di bilancio per circa 40 milioni di euro potrebbe risultare prezioso nel fornire analisi congiunturali sull'andamento almeno dei paesi top player dell'incoming turistico italiano anche utilizzando, in modo continuativo, l'enorme opportunità predittiva dei big data. In caso contrario, si chiuda l'Agenzia definitivamente senza condannarla alla graduale estinzione", conclude Rio.

a cura dell'ufficio stampa

Turismo: gia' persi 220 mila posti piu' l'indotto

Demoskopika all'ANSA, 50mila imprese rischiano il fallimento

a cura dell'ufficio stampa

Rio: «Calabria tra le mete preferite. Ma a Ferragosto non c'è stato sold out»

Il presidente di Demoskopika commenta i dati di un'indagine svolta dall'istituto di ricerca sul turismo in tempo di Covid: «Le città d'arte hanno subito le maggiori perdite. Circa 2,7 milioni di stranieri hanno rinunciato ad un soggiorno in Italia»

26 agosto 2020, 12:47

ROMA «Il sold out di cui si è parlato per Ferragosto, eccezion fatta per qualche area storicamente più attrattiva di altre, non l'ho rilevato. Provo a spiegarmi meglio. Lo scorso anno - elaborando i dati di Banca d'Italia - nel solo mese di agosto, sono stati oltre 5 milioni i viaggiatori stranieri che hanno scelto di trascorrere le vacanze in Italia generando oltre 37 milioni di pernottamenti nel sistema alberghiero ed extra-alberghiero del Belpaese con una spesa di circa 4 miliardi di euro. Quest'anno, noi stimiamo, nello stesso periodo, un calo pari a circa il 70%, con un decremento di 3,6 milioni di turisti stranieri e una contrazione della spesa di quasi 2 miliardi di euro. In questa direzione, comprendo perfettamente la reazione delle associazioni degli operatori turistici». Lo dice in un'intervista all'Ansa Raffaele Rio, presidente dell'istituto Demoskopika. «Resto dell'opinione che gli italiani - aggiunge Rio - siano fortemente tradizionalisti nella scelta di consumo turistico. Dai dati rilevati da Demoskopika emerge che, al netto dell'osservanza del distanziamento sociale tanto ricercata dai turisti quanto poco praticata, circa 6 italiani su 10 di chi ha dichiarato di andare in vacanza, hanno scelto località balneari principalmente in Sicilia, Puglia, Calabria, Emilia-Romagna e Sardegna. A seguire nelle indicazioni dei vacanzieri anche la montagna e le città d'arte. Non vi è dubbio, che, in proporzione le città d'arte hanno subito maggiormente il crollo del settore soprattutto per la rilevante contrazione del turismo internazionale. Alcune nostre elaborazioni - su dati di Banca d'Italia - stimano in circa 2,7 milioni gli stranieri che hanno rinunciato ad un soggiorno nelle città d'arte del Belpaese tra luglio e agosto».



a cura dell'ufficio stampa

Turismo: -70% turisti stranieri in Italia persi 2 mld spesa

Demoskopika all'ANSA, calo maggiore nelle città d'arte

26 agosto, 16:53

ROMA - "Il sold out di cui si è parlato per Ferragosto, eccezion fatta per qualche area storicamente più area storicamente più attrattiva di altre, non l'ho rilevato. Provo a spiegarvi meglio. Lo scorso anno - elaborando i dati di Banca d'Italia - nel solo mese di agosto, sono stati oltre 5 milioni i viaggiatori stranieri che hanno scelto di trascorrere le vacanze in Italia generando oltre 37 milioni di pernottamenti nel sistema alberghiero ed extra-alberghiero del Belpaese con una spesa di circa 4 miliardi di euro. Quest'anno, noi stimiamo, nello stesso periodo, un calo pari a circa il 70%, con un decremento di 3,6 milioni di turisti stranieri e una contrazione della spesa di quasi 2 miliardi di euro. In questa direzione, comprendo perfettamente la reazione delle associazioni degli operatori turistici". Lo dice in un'intervista all'ANSA Raffaele Rio, presidente dell'istituto Demoskopika.

"Resto dell'opinione che gli italiani - aggiunge Rio - siano fortemente tradizionalisti nella scelta di consumo turistico.

Dai dati rilevati da Demoskopika emerge che, al netto dell'osservanza del distanziamento sociale tanto ricercata dai turisti quanto poco praticata, circa 6 italiani su 10 di chi ha dichiarato di andare in vacanza, hanno scelto località balneari principalmente in Sicilia, Puglia, Calabria, Emilia-Romagna e Sardegna. A seguire nelle indicazioni dei vacanzieri anche la montagna e le città d'arte. Non vi è dubbio, che, in proporzione le città d'arte hanno subito maggiormente il crollo del settore soprattutto per la rilevante contrazione del turismo internazionale. Alcune nostre elaborazioni - su dati di Banca d'Italia - stimano in circa 2,7 milioni gli stranieri che hanno rinunciato ad un soggiorno nelle città d'arte del Belpaese tra luglio e agosto".

© Copyright ANSA - Tutti i diritti riservati

Turismo: già persi 220mila posti più l'indotto

(ANSA) - ROMA, 26 AGO - "Ben 50mila imprese del comparto turistico italiano rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220 mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. Non va dimenticato, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della nati-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso". Lo dice in un'intervista all'ANSA il presidente dell'istituto Demoskopika Raffaele Rio.

(ANSA).

FAS

a cura dell'ufficio stampa

Turismo. Rischio fallimento 50mila imprese, già persi 220mila posti. -70% turisti stranieri

AgenPress - "Ben 50mila imprese del comparto turistico italiano rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro".

E' quanto rileva il presidente dell'istituto Demoskopika Raffaele Rio. "Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220 mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. Non va dimenticato, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della nati-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso".

Rio aggiunge ancora che "il sold out di cui si è parlato per Ferragosto, eccezion fatta per qualche area storicamente più attrattiva di altre, non l'ho rilevato. Provo a spiegarmi meglio. Lo scorso anno nel solo mese di agosto, sono stati oltre 5 milioni i viaggiatori stranieri che hanno scelto di trascorrere le vacanze in Italia generando oltre 37 milioni di pernottamenti nel sistema alberghiero ed extra-alberghiero del Belpaese con una spesa di circa 4 miliardi di euro. Quest'anno, noi stimiamo, nello stesso periodo, un calo pari a circa il 70%, con un decremento di 3,6 milioni di turisti stranieri e una contrazione della spesa di quasi 2 miliardi di euro. In questa direzione, comprendo perfettamente la reazione delle associazioni degli operatori turistici".

a cura dell'ufficio stampa

Turismo: già persi 220mila posti più l'indotto

(ANSA) - ROMA, 26 AGO - "Ben 50mila imprese del comparto turistico italiano rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220 mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. Non va dimenticato, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della nati-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso".

Lo dice in un'intervista all'ANSA il presidente dell'istituto Demoskopika Raffaele Rio. (ANSA).

a cura dell'ufficio stampa

Turismo: già persi 220mila posti più l'indotto

Demoskopika all'ANSA, 50mila imprese rischiano il fallimento

Facebook Twitter LinkedIn Mail

Ottieni il codice embed

© ANSA

(ANSA) - ROMA, 26 AGO - "Ben 50mila imprese del comparto turistico italiano rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220 mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. Non va dimenticato, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della nati-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso".

Lo dice in un'intervista all'ANSA il presidente dell'istituto Demoskopika Raffaele Rio. (ANSA).

Luoghi d'arte nei pressi di "Roma" Mostra altri >

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA



a cura dell'ufficio stampa

Turismo: già persi 220mila posti più l'indotto



a cura dell'ufficio stampa

Turismo: già persi 220mila posti più l'indotto

Turismo: già persi 220mila posti più l'indotto

26 Agosto 2020

(ANSA) - ROMA, 26 AGO - "Ben 50mila imprese del comparto turistico italiano rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220 mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. Non va dimenticato, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della nati-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso". Lo dice in un'intervista all'ANSA il presidente dell'istituto Demoskopika Raffaele Rio. (ANSA).

a cura dell'ufficio stampa

Turismo: già persi 220mila posti più l'indotto

Turismo: già persi 220mila posti più l'indotto

(ANSA) - ROMA, 26 AGO - "Ben 50mila imprese del comparto turistico italiano rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Una mortalità imprenditoriale che non può² non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220 mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. Non va dimenticato, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della nati-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso". Lo dice in un'intervista all'ANSA il presidente dell'istituto Demoskopika Raffaele Rio.

(ANSA).

FAS

a cura dell'ufficio stampa

In Italia persi 2 miliardi di spesa: soffrono le città d'arte, meno le località balneari

A incidere il decremento di circa 3,6 milioni di turisti stranieri

(foto www.pixabay.com)

"Il sold out di cui si è parlato per Ferragosto, eccezion fatta per qualche area storicamente più attrattiva di altre, non l'ho rilevato. Provo a spiegarmi meglio. Lo scorso anno - elaborando i dati di Banca d'Italia - nel solo mese di agosto, sono stati oltre 5 milioni i viaggiatori stranieri che hanno scelto di trascorrere le vacanze in Italia generando oltre 37 milioni di pernottamenti nel sistema alberghiero ed extra-alberghiero del Belpaese con una spesa di circa 4 miliardi di euro. Quest'anno, noi stimiamo, nello stesso periodo, un calo pari a circa il 70%, con un decremento di 3,6 milioni di turisti stranieri e una contrazione della spesa di quasi 2 miliardi di euro. In questa direzione, comprendo perfettamente la reazione delle associazioni degli operatori turistici". Sono le parole di Raffaele Rio, presidente dell'istituto Demoskopika, che tira una riga dopo aver letto i dati relativi all'estate 2020 in Italia.

"Resto dell'opinione che gli italiani - aggiunge Rio - siano fortemente tradizionalisti nella scelta di consumo turistico.

Dai dati rilevati da Demoskopika emerge che, al netto dell'osservanza del distanziamento sociale tanto ricercata dai turisti quanto poco praticata, "circa 6 italiani su 10 di chi ha dichiarato di andare in vacanza - prosegue Rio - hanno scelto località balneari principalmente in Sardegna, Sicilia, Puglia, Calabria, Emilia-Romagna".

A seguire nelle indicazioni dei vacanzieri anche la montagna e le città d'arte.

"Non vi è dubbio - la conclusione - che in proporzione le città d'arte hanno subito maggiormente il crollo del settore soprattutto per la rilevante contrazione del turismo internazionale. Alcune nostre elaborazioni - su dati di Banca d'Italia - stimano in circa 2,7 milioni gli stranieri che hanno rinunciato ad un soggiorno nelle città d'arte del Belpaese tra luglio e agosto".

(Unioneonline/v.l.)

a cura dell'ufficio stampa

Turismo: già persi 220mila posti più l'indotto

(ANSA) - ROMA, 26 AGO - "Ben 50mila imprese del comparto turistico italiano rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220 mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. Non va dimenticato, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della nati-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso". Lo dice in un'intervista all'ANSA il presidente dell'istituto Demoskopika Raffaele Rio. (ANSA).

a cura dell'ufficio stampa

Turismo in Italia, già persi 220mila posti: "50 mila imprese rischiano il fallimento"

«Ben 50mila imprese del comparto turistico italiano rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220 mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. Non va dimenticato, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della nati-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso». Lo dice in un'intervista all'ANSA il presidente dell'istituto Demoskopika Raffaele Rio.

© Riproduzione riservata

Turismo: già persi 220mila posti più l'indotto

Demoskopika all'ANSA, 50mila imprese rischiano il fallimento

Redazione ANSA ROMA

(ANSA) - ROMA, 26 AGO - "Ben 50mila imprese del comparto turistico italiano rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220 mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. Non va dimenticato, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della nati-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso".

Lo dice in un'intervista all'ANSA il presidente dell'istituto Demoskopika Raffaele Rio. (ANSA).

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA

a cura dell'ufficio stampa

Turismo: già persi 220mila posti più l'indotto

(ANSA) - ROMA, 26 AGO - "Ben 50mila imprese del comparto turistico italiano rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220 mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. Non va dimenticato, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della nati-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso".

Lo dice in un'intervista all'ANSA il presidente dell'istituto Demoskopika Raffaele Rio. (ANSA).



a cura dell'ufficio stampa

Turismo: già persi 220mila posti più l'indotto

Turismo: già persi 220mila posti più l'indotto

(ANSA) - ROMA, 26 AGO - "Ben 50mila imprese del comparto turistico italiano rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220 mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. Non va dimenticato, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della nati-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso". Lo dice in un'intervista all'ANSA il presidente dell'istituto Demoskopika Raffaele Rio.

(ANSA).

FAS

a cura dell'ufficio stampa

In Sardegna ora piovono disdette. L'appello: «Regione sicura». Turismo, in Italia già persi 220mila posti -

In Sardegna ora piovono disdette. L'appello: «Regione sicura, i casi sono importati»

Federalberghi e Confindustria Turismo: «La Sardegna è vittima di un attacco. Evitare che settembre e una parte di ottobre finiscano a zero»

di Davide Madeddu

Federalberghi e Confindustria Turismo: «La Sardegna è vittima di un attacco. Evitare che settembre e una parte di ottobre finiscano a zero»

26 agosto 2020

Calano i positivi certificati, aumentano i tamponi, e nonostante i controlli e l'attenzione dei comuni, fioccano le disdette delle prenotazioni turistiche. Per questo motivo Federalberghi e Confindustria turismo lanciano un appello per salvare quello che rimane della stagione turistica. Perché il rischio, come rimarcano i rappresentanti delle due categorie, è che da settembre ci sia il "vuoto assoluto". Per Paolo Manca e Nicola Palomba, rispettivamente presidente di Federalberghi il primo e Confindustria turismo il secondo, "la Sardegna è vittima di un attacco senza precedenti".

Confindustria e Federalberghi: evitare che settembre sia a zero

"Tutti sanno che nei giorni di Ferragosto le visite dell'isola portano il numero di abitanti ad incrementi enormi per milioni di unità - scrivono in una nota congiunta Federalberghi e Confindustria Turismo - e non rapportare questi grandi numeri a qualche decina di contagi non sembra giusto. Sappiamo infatti che altre regioni d'Italia stanno registrando un numero superiore di contagi rispetto all'isola". Per i due imprenditori "non è nemmeno opportuno paragonare i rischi di chi decide di andare nelle poche discoteche disponibili e per qualche giorno aperte nell'isola con la sicurezza di una vacanza nei resort, per la maggior parte caratterizzati da un numero elevatissimo di metri quadrati per camera e tendenzialmente chiusi alle visite dei non alloggiati".

Nella nota rimarcano che "probabilmente si stanno scontando alcuni dissapori politici sui quali non vorremmo esprimerci e con i quali non abbiamo nessun legame o responsabilità". Da qui la necessità di "un'inversione per evitare che settembre e una parte di ottobre finiscano a zero". Situazione che "il settore del turismo non può permettersi".

Nuovi casi in frenata e concentrati nel Nord dell'isola

Intanto l'ultimo bollettino ufficiale, diramato dall'unità di crisi della Regione Sardegna il 25 agosto, parla di 34 nuovi casi certificati nelle ultime 24 ore. Di questi la maggior parte riguarda sempre il nord dell'isola. Dagli amministratori regionali, così come dai sindaci dei diversi territori arrivano le prese di posizione in cui si fa riferimento al fatto che si tratta di contagi "importati". Il sindaco di Arzachena Roberto Ragnedda, il comune turistico della Costa Smeralda, dopo l'incontro con il coordinatore dell'unità di crisi del nord dell'isola cerca di rassicurare: "Chi ha prenotato le vacanze ad Arzachena è al sicuro i contagiati presenti sono originati da casi importati e sono isolati". Poi annuncia che "gesti di irresponsabilità non sono tollerabili, tantomeno gli assembramenti. Le forze dell'ordine e i volontari monitorano il territorio, ma è irrealistico pensare che possano vigilare ovunque 24 ore su 24, e con una media di circa 80mila persone presenti al giorno nel Comune di Arzachena".

Stretta per garantire la sicurezza

Una stretta per garantire "vacanze sicure" arriva anche dai comuni dell'Ogliastra e da altri centri turistici dell'isola. Tra le misure adottate anche l'obbligo della mascherina in strada a tutte le ore. Dalla Regione, intanto, si annuncia un controllo incrociato tra chi è arrivato nell'isola e le dichiarazioni obbligatorie fornite al momento dello sbarco attraverso il portale di registrazione.

Resta, al momento, da definire la questione relativa ai tamponi per chi parte e arriva nell'isola.

26 agosto 2020

Turismo: in Italia già persi 220mila posti

"Ben 50mila imprese del comparto turistico italiano rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220 mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. Non va dimenticato, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della nati-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso". Lo dice in un'intervista all'Ansa il presidente dell'istituto Demoskopika Raffaele Rio.

Per approfondire

Coronavirus, 25 agosto. In Italia 953 nuovi casi e 4 decessi. Sardegna record (91). Tamponi in forte calo

Riproduzione riservata ©

a cura dell'ufficio stampa

Turismo, in agosto flessione del 70% degli ospiti stranieri

Anche agosto si conferma come un mese nero per il turismo con l'incoming che segna un secco - 70% rispetto al 2019
di Enrico Netti

Anche agosto si conferma come un mese nero per il turismo con l'incoming che segna un secco - 70% rispetto al 2019
26 agosto 2020

La crisi non molla e scuote profondamente il comparto dell'ospitalità e la sua filiera. «Ben 50mila imprese del settore rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria, con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro - segnala Raffaele Rio, presidente dell'Istituto Demoskopika che svolge ricerche economiche, di mercato e sui consumi -. Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord Italia a cui va aggiunto l'intero indotto».

Ad agosto, secondo le analisi di Demoskopika, il Belpaese ha perso 3,6 milioni di visitatori provenienti dall'estero con mancati incassi per quasi due miliardi, la metà rispetto a quelli dell'anno precedente. L'ipotizzato "sold out" di Ferragosto previsto dall'Enit suona quasi come una fake news.

«La riapertura delle attività economiche e la ripresa della libertà di movimento, anche infraeuropeo, non sono state sufficienti a garantire la sostenibilità economica e finanziaria di gran parte delle imprese turistiche italiane che vivevano di quel 51% di turismo internazionale che quest'anno verrà a mancare - rimarca Marina Lalli, presidente Federturismo Confindustria -.

I numeri sono allarmanti e fanno riflettere sull'urgenza di un sostegno immediato alle imprese. Questa estate abbiamo sofferto molto per l'assenza dei turisti stranieri che si stima siano stati 25 milioni in meno rispetto allo stesso periodo del 2019, una battuta d'arresto purtroppo destinata a proseguire anche a settembre». La presidente è preoccupata per la tenuta del sistema nel suo complesso. «Settembre sarà decisivo: rischiamo la chiusura definitiva del 30% delle imprese con un danno per l'occupazione ma anche per l'indotto di enormi proporzioni - aggiunge Marina Lalli -. Senza interventi diretti, come finanziamenti a fondo perduto, moratorie consistenti su imposte e tasse, per molte attività non ci sarà futuro».

Drammatica la situazione nelle città d'arte che subiscono i maggiori danni a causa del crollo degli arrivi da Usa, Russia, penisola arabica, estremo oriente. «Alcune nostre elaborazioni - su dati di Banca d'Italia - stimano in circa 2,7 milioni gli stranieri che hanno rinunciato ad un soggiorno nelle città d'arte del Belpaese tra luglio e agosto» ricorda Rio. Da parte sua Dario Nardella, sindaco di Firenze, segnala che dal punto di vista turistico l'estate nella città che amministra «è andata male e nella migliore delle ipotesi siamo arrivati a un -50% di presenze e di volume economico rispetto al 2019. Firenze, come Città metropolitana ha perso più di un miliardo dal punto di vista del turismo. Ma dal punto di vista economico ha perso quasi sette miliardi perché Firenze è il distretto della moda, dell'artigianato e poi ci sono grandi industrie manifatturiere». Il crollo del turismo a Firenze purtroppo ha anche fatto una vittima: Luca Vanni, ristoratore del centro storico che sabato scorso si è tolto la vita per il timore di perdere quanto costruito in anni di lavoro e sacrifici.

26 agosto 2020

a cura dell'ufficio stampa

Coronavirus, Demoskopika: nel turismo già persi 220mila posti di lavoro

Sono "50mila le imprese italiane che rischiano il fallimento a causa di una contrazione del fatturato di 12 miliardi di euro, una mortalità imprenditoriale che si ripercuote sul mercato", spiega l'istituto

"Ben 50mila imprese del comparto turistico italiano rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro". Lo ha detto il presidente dell'istituto Demoskopika, Raffaele Rio, aggiungendo che "questo si ripercuote sul mercato del lavoro con una perdita diretta di 220mila posti a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto".

"Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato", ha spiegato Rio. "Non va dimenticato - ha rammentato -, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della nati-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso".

Bonus vacanze, c'è tempo per richiederlo fino a dicembre Il due agosto era stato superato il milione di domande, per un valore economico pari a 450 milioni di euro. Secondo i dati dell'Agenzia delle Entrate riportati dal Mibact le prime tre regioni in cui si sono concentrate finora le spese sono state l'Emilia Romagna, la Puglia e la Toscana dove, nell'insieme, è stato utilizzato più di un terzo dei bonus erogati. In particolare, in Emilia Romagna è stato speso il 16% dei bonus per un valore di più di 9,5 milioni di euro; in Puglia il 10% per un valore di oltre 6 milioni di euro; in Toscana circa il 7% per un valore di più di 4 milioni di euro. Come spiega Il Corriere della Sera, "al 26 agosto, quasi un mese dopo aver superato la soglia del milione, il numero complessivo dei bonus ricevuti ammonta a 1.340.913, per un controvalore di 601.556.850 euro. E quelli che sono già stati utilizzati presso le strutture ricettive sono 419.679. C'è comunque tempo fino al 31 dicembre 2020 per chiederlo e spenderlo".

Coronavirus, il Manifesto per il turismo in Italia: le richieste del settore al governo

1 di 2



Coronavirus, Demoskopika: nel turismo già persi 220mila posti di lavoro



a cura dell'ufficio stampa

Coronavirus, già persi 220mila posti più l'indotto. Paura per la Sardegna

Mercoledì, 26 agosto 2020 - 13:10:00

Coronavirus, già persi 220mila posti più l'indotto. Paura per la Sardegna

50mila imprese rischiano il fallimento. Rischio settembre nero in Sardegna. Spesa vacanzieri a tavola -30%

Coronavirus, crisi turismo: già persi 220mila posti più l'indotto

"Ben 50mila imprese del comparto turistico italiano rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220 mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto". Questi i dati diffusi oggi dal presidente dell'Istituto Demoskopika Raffaele Rio in un'intervista all'Ansa. "Non va dimenticato, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della natalità-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso".

CORONAVIRUS, COLDIRETTI: SPESA TURISTICA A TAVOLA -30%

L'emergenza Covid fa crollare del 30% la spesa turistica per la tavola a causa dell'assenza dei vacanzieri stranieri e della ridotta disponibilità economica di quelli italiani colpiti dalla crisi con drammatici effetti sulla ristorazione e sull'intera filiera agroalimentare. E' quanto emerge da una stima della COLDIRETTI sulla spesa turistica per il consumo di pasti in ristoranti, pizzerie, trattorie o agriturismi, ma anche per cibo di strada o specialità enogastronomiche, che scende nel 2020 sotto ai 20 miliardi di euro dopo una crescita costante nel corso dell'ultimo decennio. "A pesare è soprattutto il crollo delle presenze dei turisti stranieri - spiega COLDIRETTI - a partire da quelli con elevate capacità di spesa come gli americani, colpiti dal blocco delle frontiere e dalle preoccupazioni per il ritorno della pandemia. Un'assenza che ha un impatto rilevante sulle attività di ristoranti, bar e agriturismi, oltre che sugli acquisti diretti di prodotti agroalimentari. Ad essere colpite sono state soprattutto le città d'arte storiche mete del turismo dall'estero con trattorie, ristoranti e bar praticamente vuoti".

Ma anche per i cittadini del Belpaese l'estate del coronavirus è all'insegna del taglio della spesa, sostiene l'associazione, "con un calo del 13% rispetto all'anno scorso di vacanzieri nazionali a causa della crisi economica o delle necessità di recuperare il lavoro perso con il lockdown, secondo l'indagine COLDIRETTI/Ixe' con solo 34 milioni di italiani che hanno deciso di non rinunciare a un periodo di ferie per almeno qualche giorno. L'Italia quest'anno è di gran lunga la destinazione preferita - continua la COLDIRETTI - ed è scelta come meta dal 93% rispetto all'86% dello scorso anno ma la svolta patriottica non riesce a compensare il calo dovuto alla mancanza di stranieri e al minor numero di italiani in vacanza che hanno anche ridotto il budget". "La spesa media totale destinata dagli italiani alle vacanze estive è crollata complessivamente a 588 euro per persona per effetto di ferie più brevi, meno lontane e dedicate soprattutto al relax familiare con la maggioranza degli italiani in viaggio che - continua la COLDIRETTI - ha scelto di riaprire le seconde case di proprietà, o di alloggiare in quelle di parenti e amici o in affitto, ma nella classifica delle preferenze ci sono nell'ordine anche campeggi con i camper molto gettonati, mentre sono in sofferenza gli alberghi". "Una scelta che ha favorito soluzioni casalinghe anche a tavola - spiega COLDIRETTI - con le regole sul distanziamento sociale e il timore di evitare affollamenti in bar e ristoranti che nell'estate 2020 hanno spinto infatti il ritorno del pranzo al sacco in spiaggia per gli italiani in vacanza, con una maggioranza del 29% che porta insalata di riso, pollo o mare ed appena il 6% le classiche lasagne", secondo l'indagine COLDIRETTI/Ixe' dalla quale emerge che "nell'elenco delle preferenze ci sono anche la semplice macedonia con il 18%, la caprese di mozzarella e pomodoro che è un must per il 16%, la frittata di verdure o pasta (9%), la parmigiana (7%) e le polpette (4%)".

"Ma l'enogastronomia vince tra i souvenir - nota COLDIRETTI - con il 49% dei turisti che sceglie proprio un prodotto tipico da riportare a casa o regalare a parenti e amici come ricordo della propria villeggiatura e tra le specialità più acquistate vincono i formaggi davanti a salumi, vino, olio extravergine d'oliva e liquori. Anche nell'estate della pandemia la ricerca dei prodotti tipici è dunque diventata un ingrediente irrinunciabile delle vacanze in un Paese come l'Italia che è leader mondiale incontrastato nel turismo enogastronomico - conclude la COLDIRETTI - grazie al primato dell'agricoltura più green d'Europa con 305 specialità ad indicazione geografica riconosciute a livello comunitario e 524 vini Dop/Igp, 5155 prodotti tradizionali regionali censiti lungo la Penisola, la leadership nel biologico con oltre 60mila aziende agricole biologiche e la più grande rete mondiale di mercati di agricoltori e fattorie con Campagna Amica, oltre alle numerose iniziative di valorizzazione, dalle sagre alle strade del vino". "L'Italia è il solo Paese al mondo che può contare primati nella qualità, nella sostenibilità ambientale e nella sicurezza della propria produzione agroalimentare che peraltro ha contribuito a mantenere nel tempo un territorio con paesaggi di una bellezza unica", ha affermato il presidente della COLDIRETTI Ettore Prandini nel sottolineare che "il buon cibo insieme al

a cura dell'ufficio stampa

Coronavirus, già persi 220mila posti più l'indotto. Paura per la Sardegna

turismo e alla cultura rappresentano le leve strategiche determinanti per un modello produttivo unico che può essere determinante nel rilancio del Sistema Paese così duramente colpito dalla pandemia".

Coronavirus: paura per 'settembre nero' turismo in Sardegna

Disdette e stop alle prenotazioni per settembre negli alberghi della Sardegna dopo le notizie sui focolai di Coronavirus in Costa Smeralda. Seppure con qualche difficoltà iniziale ad agosto le strutture ricettive stavano registrando numeri soddisfacenti, ma il timore diffuso è che settembre sarà un mese 'nero'. "A causa del trambusto mediatico - spiega all'AGI il presidente di Federalberghi Sardegna Paolo Manca - la richiesta di Sardegna da parte dei turisti è calata". Le notizie sui focolai "purtroppo hanno causato una serie di cancellazioni", con l'avvio delle pratiche per ottenere i rimborsi. "Ma la cosa più grave è che si è arrestato il flusso di prenotazioni. Stava crescendo per le prime settimane di settembre, ora si è cristallizzato". Eppure, ha proseguito Manca, "le strutture sarde hanno un livello di sicurezza altissimo, se guardiamo ad esempio il caso di Santo Stefano, solo una turista è risultata positiva, questo significa che i protocolli di sicurezza nei confronti dei clienti sono rispettati". Sempre sul fronte della sicurezza nelle strutture ricettive, Manca ha ricordato che queste "hanno spazi enormi, che offrono la certezza del distanziamento. Ancora di più a settembre, quando ci sono meno persone e venire in Sardegna diventa un 'doppio affare', perché si spende meno e si ha un pezzo dell'Isola da vivere in solitaria". Se in generale i turisti sono 'frenati' - per adesso - dal scegliere la Sardegna come meta a settembre, non si sono invece registrate 'fughe': "qualcuno ha cercato di anticipare il rientro a casa, ma guardando l'Isola nel suo complesso, si tratta di casi sporadici". Anche nel Sud Sardegna, si è registrato il contraccolpo delle notizie nazionali: "Dopo una partenza della stagione in ritardo i turisti ci hanno dato fiducia - spiega all'AGI Fausto Mura, presidente di Federalberghi Sud Sardegna - e sono arrivati sia quelli abituali, che hanno la Sardegna nel cuore da anni, che 'nuovi acquisti'". C'è quindi stata "una ripresa a luglio e dopo un agosto buono, con dati paragonabili agli anni passati, c'è stato il crollo: per settembre non ci sono prenotazioni". Secondo Mura anche "molte fake news hanno inciso su un tessuto economico già debole". Questo mentre, rimarca, "la Sardegna è sicura: se sono arrivate persone infette, che sono ripartite infette, la colpa non è nostra". Mura rileva anche qualche partenza 'anticipata' dei turisti dalla Sardegna.

Il 'settembre nero' su fronte del turismo nell'isola è confermato anche dalla Federcamping. "La pesante campagna mediatica contro la Sardegna ha danneggiato l'ultimo sprazzo di stagione", ha lamentato Nicola Napolitano presidente di Fita Federcamping Sardegna: "Non si sono registrate partenze anticipate per agosto, ma sono tante le disdette per il mese di settembre che avrebbe dovuto provare a risollevare una stagione pessima". I rientri anticipati dalle vacanze sembrano trovare qualche conferma anche nel settore dei trasporti. Molte compagnie navali non diffondono i dati su arrivi e partenze, aspettando la fine della stagione per fare un bilancio, altre come la Tirrenia comunicano di non aver registrato particolari scostamenti, ma qualcuno non ha difficoltà a confermare molte richieste di partenze anticipate dall'isola. "Le prenotazioni di questi giorni - spiega all'AGI il direttore commerciale per l'Italia della Sardinia Ferries, Raoul Zanelli Bono - sono più che altro anticipi delle partenze mentre, da quando hanno iniziato a circolare le notizie sui contagi, le prenotazioni per la Sardegna sono crollate". Il trend, che fino al 15 agosto era "positivissimo, anche rispetto all'anno scorso, si è piantato" per cui "gli operatori stanno lavorando prevalentemente sugli anticipi dei rientri". In generale, sulle navi della Sardinia Ferries, dal 3 giugno al 24 agosto sono entrati 158mila passeggeri dai porti italiani, a cui si aggiungono 25mila dalla Francia. Tra venerdì e domenica, sui 9 viaggi da Golfo Aranci (verso Livorno e Piombino) 'usciranno' 13.500 passeggeri, mentre nei 15 viaggi dal primo al 6 settembre saranno 18mila. Da Porto Torres verso la Francia, dal 28 agosto al 6 settembre, partiranno 3.400 passeggeri su sei viaggi. "Se non cambia la comunicazione, settembre sarà un mese grigio scuro", spiega il direttore commerciale della compagnia.

Gb: rischia di perdere 22 mld sterline per crisi turismo

L'economia britannica perderà 22 miliardi di sterline nel 2020 a causa dell'impatto della pandemia sul turismo e sui viaggi d'affari, che potrebbe minacciare tre milioni di posti di lavoro. La stima è del World Travel and Travel Council (Wttc). Al Regno Unito mancano la maggior parte dei suoi turisti stranieri che sono riluttanti a viaggiare per paura di contrarre il virus o sono scoraggiati dalla quarantena che prende di mira, ad esempio, i viaggiatori dalla Spagna e della Francia. Per il Wttc la spesa dei visitatori internazionali diminuirà del 78% nel 2020 rispetto al 2019, o 60 milioni di sterline al giorno, 420 milioni a settimana o 22 miliardi sull'anno. Londra è particolarmente vulnerabile poiché circa l'85% della spesa turistica nella capitale è composta da stranieri.

a cura dell'ufficio stampa

Turismo: già persi 220mila posti più l'indotto

Demoskopika all'ANSA, 50mila imprese rischiano il fallimento

mercoledì 26 agosto 2020 11:26

(ANSA) - ROMA, 26 AGO - "Ben 50mila imprese del comparto turistico italiano rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220 mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. Non va dimenticato, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della nati-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso". Lo dice in un'intervista all'ANSA il presidente dell'istituto Demoskopika Raffaele Rio. (ANSA).

a cura dell'ufficio stampa

Turismo: già persi 220mila posti più l'indotto

Demoskopika all'ANSA, 50mila imprese rischiano il fallimento

26 Agosto 2020

ROMA, 26 AGO - "Ben 50mila imprese del comparto turistico italiano rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Una mortalità imprenditoriale che non può² non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220 mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. Non va dimenticato, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della nati-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso". Lo dice in un'intervista all'ANSA il presidente dell'istituto Demoskopika Raffaele Rio. (ANSA).

a cura dell'ufficio stampa

Turismo: già persi 220mila posti più l'indotto

Turismo: già persi 220mila posti più¹ l'indotto

di Ansa

(ANSA) - ROMA, 26 AGO - "Ben 50mila imprese del comparto turistico italiano rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Una mortalità imprenditoriale che non può² non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220 mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. Non va dimenticato, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della nati-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso". Lo dice in un'intervista all'ANSA il presidente dell'istituto Demoskopika Raffaele Rio.

(ANSA).

26 agosto 2020



a cura dell'ufficio stampa

Turismo in Italia: 220mila posti di lavoro a rischio, la metà al Nord

Secondo le parole di Raffaele Rio, presidente dell'istituto Demoskopika, il comparto turistico in Italia vede in crisi più di 12mila aziende, con una perdita di fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Inevitabili, dichiara in un'intervista ad Ansa, le ripercussioni sul mercato del lavoro, le cui perdite ammonterebbero a 220 mila posti.

Cultura

26 agosto 2020 12:58

di Redazione Cultura

Una perdita di 220 mila posti di lavoro nel comparto turistico. È quanto prevede Raffaele Rio, presidente dell'istituto Demoskopika, in un'intervista ad Ansa. Secondo cui ben 50mila imprese del settore nel nostro Paese rischiano il fallimento "a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro". Inevitabili, secondo Rio, le ripercussioni sul mercato del lavoro, le cui perdite ammonterebbero a 220 mila posti. Altra notizia di rilievo: la metà dei posti di lavoro che andranno persi sono concentrati nelle aziende del comparto turistico al Nord del Paese. E questi dati, aggiunge il presidente di Demoskopika nella stessa intervista, non tengono conto di tutto l'indotto.

Numeri da knock out per il turismo in Italia, che arrivano dopo mesi difficilissimi dopo il lockdown e una ripartenza che si è concentrata nelle due settimane centrali di agosto, ma che ha visto la perdita quasi totale dei flussi turistici provenienti dall'estero. "Non va dimenticato, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso" ha dichiarato Rio ad Ansa.

Secondo i dati forniti da Enit a giugno scorso, il turismo internazionale in Italia calerà del 55% nel 2020, con una perdita stimata intorno ai 23 miliardi di euro. In effetti, da Nord a Sud del nostro Paese, le immagini della città d'arte e delle località estive deserte hanno raccontato una crisi economica che è già sociale con la perdita di migliaia di posti di lavoro stagionali. Tendenza che, a quanto pare, non sembra al momento attuale arrestarsi.

Redazione Cultura

a cura dell'ufficio stampa

Coronavirus, 50mila le imprese italiane che rischiano il fallimento

8/26/2020 12:16:00 PM Attualità , LAVORO

"Sono 50mila imprese del comparto turistico italiano che rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro". Lo ha detto il presidente dell'istituto Demoskopika, Raffaele Rio. "C'è una perdita di 220mila posti a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto". Una situazione critica che mette l'Italia dinanzi ad una realtà dura e difficile.

a cura dell'ufficio stampa

Per il Covid già persi 220mila posti di lavoro nel settore turistico

globalist 26 agosto 2020

"Ben 50mila imprese del comparto turistico italiano rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro". Lo ha detto il presidente dell'istituto Demoskopika, Raffaele Rio, aggiungendo che "questo si ripercuote sul mercato del lavoro con una perdita diretta di 220mila posti a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto".

"Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato", ha spiegato Rio. "Non va dimenticato - ha rammentato -, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della nati-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso".

Share

a cura dell'ufficio stampa

Turismo: già persi 220mila posti più...

Turismo: già persi 220mila posti più l'indotto

(ANSA) - ROMA, 26 AGO - "Ben 50mila imprese del comparto turistico italiano rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Una mortalità imprenditoriale che non può non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220 mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. Non va dimenticato, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della nati-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso". Lo dice in un'intervista all'ANSA il presidente dell'istituto Demoskopika Raffaele Rio.

(ANSA).

ANSA

a cura dell'ufficio stampa

Turisti stranieri in calo del 70%, persi 2 mld spesa: i dati di Demoskopika

26 Agosto 2020, 14:17

Turismo

"Il sold out di cui si è parlato per Ferragosto, eccezion fatta per qualche area storicamente più attrattiva di altre, non l'ho rilevato. Provo a spiegarmi meglio. Lo scorso anno - elaborando i dati di Banca d'Italia - nel solo mese di agosto, sono stati oltre 5 milioni i viaggiatori stranieri che hanno scelto di trascorrere le vacanze in Italia generando oltre 37 milioni di pernottamenti nel sistema alberghiero ed extra-alberghiero del Belpaese con una spesa di circa 4 miliardi di euro. Quest'anno, noi stimiamo, nello stesso periodo, un calo pari a circa il 70%, con un decremento di 3,6 milioni di turisti stranieri e una contrazione della spesa di quasi 2 miliardi di euro. In questa direzione, comprendo perfettamente la reazione delle associazioni degli operatori turistici". Lo dice in un'intervista all'ANSA Raffaele Rio, presidente dell'istituto Demoskopika.

"Resto dell'opinione che gli italiani - aggiunge Rio - siano fortemente tradizionalisti nella scelta di consumo turistico. Dai dati rilevati da Demoskopika emerge che, al netto dell'osservanza del distanziamento sociale tanto ricercata dai turisti quanto poco praticata, circa 6 italiani su 10 di chi ha dichiarato di andare in vacanza, hanno scelto località balneari principalmente in Sicilia, Puglia, Calabria, Emilia-Romagna e Sardegna. A seguire nelle indicazioni dei vacanzieri anche la montagna e le città d'arte. Non vi è dubbio, che, in proporzione le città d'arte hanno subito maggiormente il crollo del settore soprattutto per la rilevante contrazione del turismo internazionale. Alcune nostre elaborazioni - su dati di Banca d'Italia - stimano in circa 2,7 milioni gli stranieri che hanno rinunciato ad un soggiorno nelle città d'arte del Belpaese tra luglio e agosto".

a cura dell'ufficio stampa

TURISMO: MENO 70 PER CENTO STRANIERI, PERSI 2 MILIARDI, CALO MAGGIORE CITTÀ D'ARTE

TURISMO: MENO 70 PER CENTO STRANIERI,
PERSI 2 MILIARDI, CALO MAGGIORE CITTÀ D'ARTE

Pubblicazione: 26 agosto 2020 alle ore 17:17

ROMA - "Il sold out di cui si è parlato per Ferragosto, eccezione fatta per qualche area storicamente più attrattiva di altre, non l'ho rilevato. Provo a spiegarmi meglio. Lo scorso anno - elaborando i dati di Banca d'Italia - nel solo mese di agosto, sono stati oltre 5 milioni i viaggiatori stranieri che hanno scelto di trascorrere le vacanze in Italia generando oltre 37 milioni di pernottamenti nel sistema alberghiero ed extra-alberghiero del Belpaese con una spesa di circa 4 miliardi di euro. Quest'anno, noi stimiamo, nello stesso periodo, un calo pari a circa il 70%, con un decremento di 3,6 milioni di turisti stranieri e una contrazione della spesa di quasi 2 miliardi di euro. In questa direzione, comprendo perfettamente la reazione delle associazioni degli operatori turistici".

Lo dice in un'intervista all'Ansa Raffaele Rio, presidente dell'istituto Demoskopika.

"Resto dell'opinione che gli italiani - aggiunge Rio - siano fortemente tradizionalisti nella scelta di consumo turistico. Dai dati rilevati da Demoskopika emerge che, al netto dell'osservanza del distanziamento sociale tanto ricercata dai turisti quanto poco praticata, circa 6 italiani su 10 di chi ha dichiarato di andare in vacanza, hanno scelto località balneari principalmente in Sicilia, Puglia, Calabria, Emilia-Romagna e Sardegna. A seguire nelle indicazioni dei vacanzieri anche la montagna e le città d'arte. Non vi è dubbio, che, in proporzione le città d'arte hanno subito maggiormente il crollo del settore soprattutto per la rilevante contrazione del turismo internazionale. Alcune nostre elaborazioni - su dati di Banca d'Italia - stimano in circa 2,7 milioni gli stranieri che hanno rinunciato ad un soggiorno nelle città d'arte del Belpaese tra luglio e agosto".

© RIPRODUZIONE RISERVATA

a cura dell'ufficio stampa

Turismo: già persi 220mila posti più l'indotto

Diminuire font Ingrandire font Stampa

(ANSA) - ROMA, 26 AGO - "Ben 50mila imprese del comparto turistico italiano rischiano il fallimento a causa della perdita di solidità finanziaria con una contrazione del fatturato di almeno 12 miliardi di euro. Una mortalità imprenditoriale che non può² non ripercuotersi inevitabilmente sul mercato del lavoro con una perdita diretta di ben 220 mila posti la cui metà è concentrata nei sistemi turistici del Nord a cui, ovviamente, va aggiunto l'intero indotto. Non va dimenticato, se a qualcuno fosse sfuggito, che nel primo trimestre del 2020, si è registrato il peggiore bilancio della nati-mortalità del sistema turistico degli ultimi 25 anni. E ancora l'anno non è concluso". Lo dice in un'intervista all'ANSA il presidente dell'istituto Demoskopika Raffaele Rio. (ANSA).

26 agosto 2020

Diminuire font Ingrandire font Stampa

a cura dell'ufficio stampa

Tra natura, mare e monti: ecco le regioni più attraenti per i turisti

Dall'accoglienza all'esperienza turistica, ecco le destinazioni italiane che hanno conquistato i viaggiatori di tutto il mondo editato in: 2020-08-21T10:31:26+02:00 da SiViaggia

21 Agosto 2020

Trentino Alto Adige, Sicilia e Toscana: sono queste le tre regioni più attraenti per i turisti. A rivelarlo un'indagine della società di analisi italiana Demoskopica nel suo annuale rapporto "Regional Tourism Reputation Index 2020".

Destinazioni che si sono distinte non solo per preferenze, ma anche per social appeal, popolarità, fiducia e reputazione del sistema di accoglienza per una ricerca che si è basata su oltre 40 milioni di recensioni di 533 mila strutture ricettive osservate. Il Trentino Alto Adige si è subito distinto per la presenza social. I suoi posti magnifici, tra borghi splendidi, laghi incantati e stupendi monti da percorrere l'hanno decretata come la destinazione italiana dotata di maggiore appeal, capace di attrarre viaggiatori di tutto il mondo. Qui, infatti, non solo si può godere di una vista ed un panorama splendido, ma si possono realizzare foto altamente instagrammabili e vivere preziose esperienze. Dai monti superbi e più noti fino ai posti da favola (come l'Abbazia di Novacella) e ai laghi (come quello di Molveno o di Braies) questa destinazione è davvero magica ed incantata. Inoltre, è la meta preferita anche da chi non solo preferisce la montagna al mare, ma anche da chi viaggia con i bambini.

La Sicilia, invece, è considerata la destinazione turistica più cliccata sui motori di ricerca. Del resto per le vacanze 2020 molti hanno scelto luoghi di prossimità per vivere a pieno le bellezze italiane. Grazie al suo importante mix di spiagge, natura, storia e cultura, questa regione rimane una tra le mete più interessanti in cui viaggiare. Dalle spiagge più selvagge a quelle bellissime della Costa meridionale, dalle bellezze archeologiche come il Tempio di Segesta fino alle terme libere del Lago Specchio di Venere, la Sicilia è uno dei luoghi da scoprire e riscoprire, anche nelle sue città.

La Toscana, infine, è la destinazione turistica di cui i viaggiatori apprezzano maggiormente il sistema ricettivo e che ha totalizzato il numero più alto di recensioni positive. In questa regione, secondo la ricerca di Demoskopica, i paesaggi toscani incantano i turisti e gli albergatori sanno metterli a loro agio completamente. Una terra dove colline, mare e città d'arte sono favolosi, dove il buon vino e la buona cucina possono essere spunti per viaggiare tra le valli più belle, in cui si nascondono posti incredibili come le terme di San Casciano dei Bagni, dove si può passeggiare tra suggestivi ed incantevoli giardini oppure esplorare intere zone, come la Val d'Orcia.

Una classifica preziosa a cui (alle tre città sul podio) seguono subito dopo Emilia Romagna, Marche, Lazio, Veneto, Puglia, Sardegna e Basilicata. Tutti luoghi meravigliosi per iniziare qualche viaggio di prossimità, esplorare luoghi vicini, meravigliosi, incantati, nascosti, caratteristici, alla ricerca di storia, arte, tradizioni, (magari anche sulla tavola) ed ospitalità.

a cura dell'ufficio stampa

La Basilicata nella top ten del turismo visto da internet

Indagine Demoskopika sulla reputazione legata al web

PIERO MIOLLA

La Basilicata è entrata nella top Ten 2020 delle regioni italiane per reputazione delle destinazioni turistiche con un punteggio complessivo di 100,7: l'anno scorso, nella stessa classifica, era dodicesima con 97,2 punti. L'indagine condotta da Demoskopika attraverso l'analisi di oltre 1,1 milioni di pagine web indicizzate, circa 5 milioni di like e recensioni conteggiate e ben 533mila strutture ricettive osservate, ha portato per il quarto anno all'elaborazione del Regional Tourism Reputation Index per il 2020. Gli indicatori presi in considerazione sono stati la visibilità e l'interesse dei portali turistici istituzionali regionali, il social appeal presso gli stakeholder, popolarità, fiducia e tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale, la reputazione del sistema ricettivo. In buona sostanza, secondo l'istituto di ricerca, è aumentato il grado di attenzione della comunità turistica verso l'offerta turistica lucana. La regione italiana che più di tutte ha dimostrato di avere una maggiore reputazione turistica è risultata essere il Trentino Alto Adige, con un punteggio di 113,6 punti, che si è qualificata anche come destinazione più social d'Italia. Seguono la Sicilia (110,9) e la Toscana (109,2). Proprio con quest'ultima regione la Basilicata ha duellato al fotofinish per il sistema ricettivo più apprezzato, ricavandone un secondo posto a livello nazionale che sicuramente ci fa onore con 109 punti, rispetto ai 109,2 dei toscani. Un risultato, questo, ottenuto considerando le recensioni positive registrate sui principali siti del settore tra cui Booking, Expedia e Google Travel. Un particolare non da poco, quello relativo alle recensioni perché, secondo Demoskopika, il turista è sempre molto attento ai giudizi altrui e si lascia influenzare da quello che i visitatori, prima di lui, hanno espresso.

In particolare i canali Booking ed Expedia collocano la nostra regione al primo posto per qualità attribuita alle strutture ricettive. In essi, infatti, la percentuale di strutture valutate dagli ospiti con un punteggio pari o superiore a "buono", è la più alta: nel caso di Booking precediamo, con un punteggio di 116,6, il Trentino Alto Adige con 116,1: l'anno scorso la situazione era inversa, con il Trentino al primo posto (119,2) e la Basilicata seconda con 116. Nel secondo caso è ancora più evidente il miglioramento della posizione della Basilicata nel 2020 che scala la classifica dal sesto posto del 2019 e, con 116,7 punti, tiene dietro l'Emilia Romagna (116,3).

Anche sulla piattaforma Google Travel, che nel rapporto dell'anno scorso non compariva, la Basilicata si fa onore e si piazza, con 108,7 punti, al terzo posto dietro Toscana (126,6) e Trentino Alto Adige (115,9). In tal caso sono state prese in considerazione le strutture con un rating "molto buono e oltre". Nonostante tutto, però, c'è tanto ancora da fare. Lo conferma il dato relativo all'Appeal Tourism Destination, l'indicatore che rileva la scelta e l'intenzione vacanziera dei turisti italiani dopo il Covid-19. Il sondaggio realizzato da Demoskopika a fine maggio su un campione di oltre 1500 cittadini ha visto la Basilicata classificarsi al terz'ultimo posto con 90,2 punti: dietro di noi solo Friuli Venezia Giulia (89) e Molise (87,1).

a cura dell'ufficio stampa

Basilicata, l'Atp esulta: "Agosto vicino al tutto esaurito"

Il mese di agosto sembra avere portato qualche soddisfazione al turismo di casa nostra, l'unico vero candidato a smuovere il settore dopo il lungo lockdown.

Tra le regioni che hanno avuto risultati positivi figura la Basilicata dove, secondo i dati preliminari dell'Atp regionale, si sarebbe sfiorato il tutto esaurito. Nell'analisi fatta dal direttore regionale Antonio Nicoletti riportata dalla Gazzetta del Mezzogiorno, emerge infatti che i dati a campione da alcune delle principali località appaiono tutti positivi, con aree che avrebbero registrato un numero di arrivi superiore al 2019.

Nelle scorse settimane la Basilicata aveva anche incassato un risultato positivo in termini di reputazione, con l'ingresso nella top ten del Regional Tourism Reputation Index, l'indagine annuale Demoskopika.

a cura dell'ufficio stampa

Turismo: Apt, Basilicata in agosto va verso tutto esaurito

Turismo: Apt, Basilicata in agosto va verso tutto esaurito

Dati da un'indagine a campione in tutte le località lucane

(ANSA) - POTENZA, 20 AGO - La "Basilicata turistica" va "verso il tutto esaurito in queste settimane di agosto": lo ha detto il direttore generale dell'Apt Basilicata, Antonio Nicoletti, spiegando che "l'info-point di Matera, solo nella prima metà del mese di agosto, ha registrato quasi duemila visitatori, con il 15 per cento di stranieri, e da una nostra indagine a campione le attività turistico-ricettive di tutte le località lucane stanno registrando numeri vicini al tutto esaurito".

Nicoletti ha sottolineato che "è stato da poco reso pubblico il Regional Tourism Reputation Index, l'indagine annuale Demoskopika sull'attrattività delle regioni italiane: la Basilicata è entrata nella top ten nazionale recuperando due posizioni rispetto alla scorsa stagione, posizionandosi quasi ex aequo con Puglia e Sardegna e superando regioni come Lombardia e Piemonte".

"È ancora presto per fornire numeri attendibili sulle performance del sistema ricettivo, ma le statistiche sugli insight di Facebook ci dicono che siamo terzi a livello nazionale per interazioni, dietro solo a Sicilia e Trentino, e gli operatori di alcune aree, in particolare quelle interne (Pollino, Gallipoli Cognato e Val D'Agri su tutte) registrano in questi giorni addirittura più turisti che nel 2019".

Redazione Web

a cura dell'ufficio stampa

Il Pd ora vuole la testa di Bini: «Fedriga lo rimuova dal ruolo»

Lilli Goriup 20 Agosto 2020

TRIESTE Il Pd adesso vuole la testa dell'assessore regionale a Turismo e Attività produttive, Sergio Emidio Bini, "beccato" in vacanza in Croazia. Idem per il direttore di PromoTurismo Fvg Lucio Gomiero, accusato dai dem di aver chiuso l'agenzia di promozione turistica regionale proprio durante la settimana di Ferragosto.

Bini snobba l'invito a far vacanze in regione e si concede una crociera in acque croate

Nel frattempo il Friuli Venezia Giulia è al penultimo posto della classifica di Demoskopika, che analizza la reputazione turistica delle regioni italiane: dietro di noi solo il Molise. Proprio per chiarire il perché del deludente risultato, Bini ha convocato Gomiero a un imminente incontro. A chiedere che il governatore Massimiliano Fedriga estrometta i due dirigenti sono invece il consigliere regionale dem Franco Iacop e il segretario del Pd Fvg Cristiano Shaurli, intervenuti ieri in una conferenza stampa a Udine.

Poco dopo hanno diffuso un comunicato congiunto: «Il turismo regionale è senza guida, abbandonato a se stesso proprio nel momento di maggiore bisogno – si legge nella nota –. Fedriga faccia una seria riflessione su chi dovrebbe guidare questo settore: tolga le deleghe a Bini, colpevolmente assente, e riconsideri la direzione di Promoturismo Fvg».

Secondo Iacop e Shaurli esistono «elementi più che significativi di come viene gestito da tempo un settore fondamentale per l'economia regionale: trattasi della chiusura di Promoturismo Fvg proprio nella settimana di Ferragosto, del direttore generale Gomiero in vacanza in pieno agosto nonché dell'assessore Bini che se ne va in ferie in Croazia, nonostante gli appelli a sostenere il nostro sistema turistico frequentando le mete nostrane».

Era la vigilia di Ferragosto quando Bini è stato riconosciuto a Rovigno, proprio mentre il governo emanava l'ordinanza che ha imposto il tampone al rientro per chi arriva da oltre i confini di Zagabria. L'assessore ha immediatamente fatto dietrofront verso Lignano, ma ormai la doppia figuraccia era collezionata: non solo non ha speso sul territorio regionale ma ha anche contraddetto le indicazioni della sua stessa giunta, dal momento che sia Fedriga sia il suo vice Riccardo Riccardi hanno più volte sconsigliato di andare in Croazia.

Proseguono i dem: «Tutto ciò è inaccettabile, specie nel post Covid, quando molti operatori della nostra regione hanno rischiato di non poter nemmeno riaprire. Se qualcosa ha funzionato, è solo per l'impegno di tante realtà locali».

Infine Iacop e Shaurli rivendicano «la legge per istituire le cosiddette "arene Covid free", per eventi e spettacoli in sicurezza. Da noi proposta a maggio e votata all'unanimità dal Consiglio regionale a giugno, la legge avrebbe dovuto essere operativa da inizio luglio tramite una dotazione da mezzo milione di euro. Così non è stato: è stata svuotata finanziariamente e nulla è ancora arrivato. Ci dovranno essere delle risposte: per questo abbiamo chiesto l'audizione in commissione del direttore generale Gomiero». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA



a cura dell'ufficio stampa

Turismo lucano, avanti con giudizio. Matera tra le prime città d'arte visitate

Giovedì, 20 agosto 2020 - 09:17:00

Turismo lucano, avanti con giudizio. Matera tra le prime città d'arte visitate

A confermarlo è l'indagine annuale di Demoskopika sull'attrattività delle regioni del Belpaese. Nicoletti: "Il sistema turistico locale è maturo e responsabile"

Eduardo Cagnazzi

La Basilicata entra nella top ten nazionale delle regioni maggiormente attrattive posizionandosi quasi ex-aequo con Puglia e Sardegna, superando questa estate Lombardia e Piemonte. A confermarlo è il Regional Tourism Reputation Index, l'indagine annuale Demoskopika sull'attrattività delle regioni italiane. È un risultato che testimonia la qualità del sistema turistico lucano e la bontà delle azioni poste in essere in questi ultimi mesi. Secondo l'Apt della Basilicata, le previsioni fatte nel periodo del lockdown si sono rivelate perlopiù attendibili, con un avvio lento fino a inizio luglio quando sfiducia, incertezze e timori si sono finalmente diradati, lasciando libero il desiderio di viaggio covato tra le mura delle nostre case. Già nei weekend di giugno i primi gruppi di escursionisti, soprattutto su due ruote, hanno timidamente fatto comparsa sulle strade e nei borghi dell'entroterra. A luglio Matera si confermava, nei sondaggi nazionali, tra le prime città d'arte ad essere oggetto di interesse da parte dei viaggiatori. Con luglio, alla riapertura delle strutture costiere, Maratea e il Metapontino hanno iniziato a fare come sempre la loro parte, traghettando la Basilicata turistica verso il tutto esaurito di queste settimane di agosto. L'info-point di Matera, solo nella prima metà del mese di agosto, ha registrato quasi duemila visitatori, con il 15% di stranieri, e da una nostra indagine a campione le attività turistico-ricettive di tutte le località lucane stanno registrando numeri vicini al tutto esaurito. Se è fuori luogo parlare di stagione "positiva", considerati i traumi che le nostre imprese hanno subito nel periodo di chiusura e considerata la riduzione dei posti letto per rispettare le misure anti-covid, è utile però condividere alcune considerazioni che ci servono a guardare avanti, con la consapevolezza di non dover trascurare ciò che non è ancora del tutto alle nostre spalle (soprattutto nel rischio di recrudescenze del virus).

"Innanzitutto -commenta il direttore generale dell'Apt, Antonio Nicoletti- possiamo dire, con ottimismo, che siamo di fronte a un sistema turistico maturo e responsabile in tutte le sue componenti, imprenditoriali e istituzionali, pubbliche e private. Maturo, perché ha saputo rimboccarsi le maniche e adattarsi alle nuove sfide, facendo ciascuno la propria parte, garantendo la riapertura e attuando, in alcuni casi, interventi di riqualificazione e rinnovamento strutturale per migliorare la qualità dell'offerta.

"Responsabile" perché ha saputo garantire la nostra consueta capacità di accoglienza, raggiungendo, in più, standard elevati di sicurezza, a testimonianza della bontà dell'azione istituzionale e della professionalità dei nostri operatori. La Basilicata è una destinazione turistica sicura non solo per i suoi grandi spazi, ma anche per la responsabilità del governo regionale e di tutti noi, operatori in primis, come abbiamo saputo mostrare finora (davvero poco rilevano le polemiche innescate in alcuni casi)".

Nicoletti spiega che è ancora presto per fornire numeri attendibili sulle performance del sistema ricettivo, "ma se le statistiche sugli insight di Facebook ci dicono che siamo terzi a livello nazionale per interazioni, dietro solo a Sicilia e Trentino, e se gli operatori di alcune aree, in particolare quelle interne (Pollino, Gallipoli Cognato e Val D'Agri su tutte) registrano in questi giorni addirittura più turisti che nel 2019, allora possiamo affermare che le azioni messe in atto stanno dando i loro frutti. Già dal ciclo di webinar di aprile-maggio abbiamo aperto il dibattito sulle potenzialità del turismo dei borghi, della Basilicata verde e dei grandi spazi, con il coinvolgimento di testimoni di rilevanza nazionale e internazionale. Con la riapertura di giugno, la campagna "Basilicata en plein air", dedicata alla vacanza attiva e all'offerta ambiente-paesaggio-cultura, ha veicolato messaggi mirati verso un pubblico selezionato e attento. Solo a titolo di esempio fra le tante iniziative realizzate, scegliere di essere protagonisti con "Italia on the Road" di Lonely Planet è stato coerente con i nostri obiettivi e con il tipo di domanda turistica da intercettare dopo il lockdown. Allo stesso modo insistere in modo mirato, dietro l'iniziativa del Dipartimento Ambiente regionale, sul nuovo format di Rai Uno "Linea Verde Tour" si sta confermando, per ascolti, una scelta che porta grande visibilità alle nostre destinazioni".

Non disponendo ancora di un sistema di raccolta dati che consenta a tutti di costruire informazioni utili all'analisi delle dinamiche in tempo reale, l'Apt trae comunque alcune considerazioni, guardando in modo programmatico al futuro. "L'interesse verso Matera è solido anche dopo il 2019. Nell'attesa del lancio di James Bond "No Time to Die" nelle sale cinematografiche di tutto il mondo, questo dato ci rafforza e deve dare fiducia agli operatori per continuare a migliorare i propri standard, diversificando e intensificando, anche con il nostro aiuto, l'intercettazione di un tipo di turismo di fascia medio-alta, rispettoso dell'identità dei luoghi, disposto a pernottare e a muoversi anche verso altri luoghi. Matera non deve essere solo "recettore" dei flussi pugliesi, ma deve essere "trasmettitore" di flussi verso le altre destinazioni lucane.

a cura dell'ufficio stampa

Turismo lucano, avanti con giudizio. Matera tra le prime città d'arte visitate

I borghi e la Basilicata verde hanno un'attrattiva enorme, che -aggiunge Nicoletti. va organizzata e valorizzata al meglio. L'offerta soffre ancora di troppo spontaneismo. Vanno organizzati e promossi servizi (che consentono di creare reddito) e vanno elevati gli standard di qualità dell'accoglienza. Così come l'offerta "mare" può rafforzarsi ulteriormente, operando in un'ottica di destagionalizzazione e di diversificazione. Con la capacità ricettiva che esprime e con la maturità degli operatori (in alcuni casi già di seconda generazione), va perseguita un'operazione di raccordo e di integrazione su più livelli: sia "geografica" con le destinazioni dell'entroterra, (anche valorizzando i settori del trasporto turistico, che oggi sono tra quelli più penalizzati e in difficoltà), sia "tra filiere" (non solo culturale e creativa, ma anche agro-alimentare, per di più con due patrimoni intangibili Unesco come la dieta mediterranea e la transumanza ancora troppo poco valorizzati qui da noi)". E in questa fase di "fermo" del turismo internazionale, Nicoletti afferma che bisogna consolidare e ampliare l'interesse dei bacini "storici" di domanda, come Usa, Francia, Germania. Ma è anche il momento di esplorare nuovi mercati, per far fronte a possibili inattese dinamiche del turismo post-covid.

La strategia vincente è operare su più livelli per connettere, formare, innovare, creare servizi. Su questa linea l'Apt continuerà a lavorare con le istituzioni, con gli operatori del settore e con le loro rappresentanze.

"Siamo una terra che ha la diversità come valore aggiunto e l'accoglienza come carattere distintivo. Su questo vanno programmate le risorse, su questo vanno innescati i processi di innovazione, su questo va costruito il futuro del turismo lucano".

a cura dell'ufficio stampa

Turismo Basilicata, ad agosto si va verso il «tutto esaurito»

Lo rende noto Apt Basilicata: dati da un'indagine a campione in tutte le località lucane

Redazione online

POTENZA - La «Basilicata turistica» va «verso il tutto esaurito in queste settimane di agosto»: lo ha detto il direttore generale dell'Apt Basilicata, Antonio Nicoletti, spiegando che «l'info-point di Matera, solo nella prima metà del mese di agosto, ha registrato quasi duemila visitatori, con il 15 per cento di stranieri, e da una nostra indagine a campione le attività turistico-ricettive di tutte le località lucane stanno registrando numeri vicini al tutto esaurito».

Nicoletti ha sottolineato che «è stato da poco reso pubblico il Regional Tourism Reputation Index, l'indagine annuale Demoskopika sull'attrattività delle regioni italiane: la Basilicata è entrata nella top ten nazionale recuperando due posizioni rispetto alla scorsa stagione, posizionandosi quasi ex aequo con Puglia e Sardegna e superando regioni come Lombardia e Piemonte».

«è ancora presto per fornire numeri attendibili sulle performance del sistema ricettivo, ma le statistiche sugli insight di Facebook ci dicono che siamo terzi a livello nazionale per interazioni, dietro solo a Sicilia e Trentino, e gli operatori di alcune aree, in particolare quelle interne (Pollino, Gallipoli Cognato e Val D'Agri su tutte) registrano in questi giorni addirittura più turisti che nel 2019».

a cura dell'ufficio stampa

***TURISMO, APT BASILICATA: SEMPRE PIU' ATTRATTIVI ANCHE IN ESTATE COVID
21:00 19/8/2020 Entra nella news/abbonati»***

TURISMO, APT BASILICATA: SEMPRE PIU' ATTRATTIVI ANCHE IN ESTATE COVID

Matera, 19 ago - "I stato da poco reso pubblico il Regional Tourism Reputation Index, l'indagine annuale Demoskopika sull'attrattività delle regioni italiane: la Basilicata è" entrata nella top ten nazionale recuperando due posizioni rispetto alla scorsa stagione, posizionandosi quasi ex-aequo con Pu... (© 9Colonne - citare la fonte)

a cura dell'ufficio stampa

Le regioni con la migliore reputazione sul web e sui social

Le regioni con la migliore reputazione sul web e sui social Via email

Autore: Redazione

17 agosto 2020, 13:33

L'indice studiato da Demoskopika misura la reputazione e il gradimento espresso su web e social network delle regioni italiane. La regione preferita dello Stivale è il Trentino Alto-Adige, seguita da Sicilia e Toscana che completano il podio.

Il Trentino Alto Adige è la miglior regione italiana per "reputazione" / Gtres L'indice Regional Tourism Reputation incorona il Trentino Alto-Adige con 113,6 punti, che è considerata anche la destinazione più social d'Italia. La Sicilia, con 110,9 punti, si aggiudica la seconda oltre a rappresentare la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori.

Riserva dello Zingaro / Gtres Completa il podio la Toscana, con 109,2 punti totalizzati che sono bastati per entrare il top 3 e scalzare il Lazio, merito soprattutto del sistema ricettivo, considerato il più "apprezzato" del Belpaese. Merito della media dei punteggi delle graduatorie parziali emerse dai siti di ranking utilizzati e, cioè, con il maggior numero di recensioni totalizzate e di valutazioni positive sul totale delle strutture rilevate.

Firenze / Gtres Alla Sardegna, infine, con 100,8 punti, spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019 meritando un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18esima dell'anno precedente. A condizionare positivamente la scalata, l'andamento crescente, nell'arco temporale individuato, sia del volume di offerta online che della popolarità web di cui gode la destinazione isolana.

Castelsardo / Gtres

In totale, sono oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, circa 5 milioni di like e follower sulle reti sociali, poco più di 40 milioni le recensioni conteggiate e ben 533 mila le strutture ricettive osservate. Sono questi i numeri generati dalle regioni italiane per costruire la reputazione turistica delle destinazioni e sintetizzati dal Regional Tourism Reputation Index per il 2020, giunto al suo quarto anno consecutivo.

Agli otto indicatori tradizionalmente osservati (visibilità e interesse dei portali turistici istituzionali regionali, social appeal presso gli stakeholder, popolarità, fiducia e tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, reputazione del sistema ricettivo) sono stati aggiunti altri due parametri: il primo mirato a rilevare le destinazioni preferite dagli italiani per le vacanze mentre il secondo incrementa, con l'aggiunta anche della piattaforma Google Travel, la numerosità delle strutture alberghiere ed extra-alberghiere sottoposte a valutazione.



Le regioni con la migliore reputazione sul web e sui social



a cura dell'ufficio stampa

In Sicilia Ferragosto col fiato sospeso. Musumeci, "Non siamo zona rossa ma no a strafottenza"

sabato 15 Agosto 2020 - 00:00

Movida selvaggia, invasione di turisti e gestione migranti tra hotspot al collasso e sbarchi: i tre fronti "caldi". Intensificati i controlli ma si teme che la situazione possa sfuggire di mano. AnciSicilia, "A rischio la nostra salute ma anche la ripresa economica che potrebbe essere pregiudicata irreparabilmente da comportamenti irresponsabili"

Dai falò ai focolai (importati) è stato un attimo. In Sicilia sarà un ferragosto col fiato sospeso, con tre fronti "caldissimi" che si fatica parecchio a gestire: movida, turisti e migranti.

Movida selvaggia

Su locali notturni, discoteche e "movida selvaggia", il ministro per gli Affari regionali, Francesco Boccia, è convinto che dopo Ferragosto si arriverà alla chiusura in tutte le Regioni. Intollerabile l'atteggiamento strafottente di molti giovani che in queste ultime settimane hanno scelto di non indossare la mascherina, comportandosi come se l'epidemia fosse solo un brutto ricordo. "Con i colleghi Speranza e Patuanelli abbiamo fatto un discorso chiaro alle Regioni: le discoteche per noi non andavano proprio riaperte, le linee guida del governo andavano in questa direzione. Come sappiamo le Regioni hanno una loro autonomia, che hanno anche rivendicato, e quindi si stanno muovendo in ordine sparso. Noi gli diciamo: siete autonomi, assumetevi le vostre responsabilità", ha aggiunto Boccia.

Sicilia "invasa" dai turisti

L'altro fronte che impensierisce non poco il Governo Conte, ma soprattutto il Presidente della Regione siciliana, Nello Musumeci, è quello dei turisti. L'indagine Demoskopika ha incoronato la Sicilia quale destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020.

Il Coronavirus, dunque, non sembra aver intaccato per niente la reputazione turistica della nostra Isola che in questi giorni è stata letteralmente presa d'assalto dai turisti. Alle isole Eolie gli operatori turistici hanno parlato di una vera e propria invasione di visitatori: "Ancor di più dello scorso anno - hanno detto - anche nel mese di luglio. I porti sono letteralmente invasi in barba all'assembramento vietato. Sia a Lipari che a Stromboli e Panarea, nonostante la nuova ordinanza anti covid del sindaco Marco Giorgianni e i controlli della guardia costiera presente".

Ma in realtà gli assembramenti si sono registrati un po' ovunque nell'Isola e Coldiretti ha fatto sapere che per ferragosto anche gli agriturismi registrano il tutto esaurito in quasi tutta la Sicilia. L'economia isolana respira ma a quale prezzo?

Migranti, l'Asp di Catania: "No a tendopoli di Vizzini"

Ma quello dell'invasione dei turisti non è l'unico fronte "caldo". C'è la questione degli sbarchi, con centri di accoglienza ai limiti del collasso, migranti trovati positivi al tampone e l'appello della Regione rivolto al Governo Conte ma caduto nel vuoto, di adottare un protocollo sanitario ad hoc per scongiurare anche "le pesanti ripercussioni sia sanitarie che in termini di sicurezza". Dall'Asp di Catania, intanto, è arrivato ieri un doppio parere sanitario vincolante negativo per la struttura che la Croce rossa sta realizzando a Vizzini, in un dismesso deposito in disuso dell'Aeronautica Militare, in contrada Salonia, destinato dal ministero dell'Interno ad ospitare migranti posti in quarantena che sbarcano in Sicilia, ritenendo che la struttura non abbia i necessari criteri idonei all'isolamento e alla quarantena dei migranti e che non possa essere espresso parere igienico favorevole.

Musumeci: "Diritto alla salute prioritario"

Il Presidente della Regione siciliana, Nello Musumeci ha fatto ieri il punto della situazione: "Abbiamo pochissimi ricoverati in terapia intensiva - ha spiegato a margine di una visita alla Centrale Unica di Risposta del Nue 112 e alla Centrale Operativa 118 Catania-Ragusa-Siracusa dell'ospedale Cannizzaro -, sei a fronte di cinque milioni di abitanti, più un milione tra turisti e forestieri, quindi diciamo che non siamo in 'zona rossa', ma abbiamo il dovere di chiedere a tutti una grande responsabilità nei comportamenti".

"Ci si può divertire e si può fare turismo - ha aggiunto Musumeci -, ma con la dovuta cautela e senza essere strafottenti. Perché il diritto alla salute è prioritario".

"Noi andiamo avanti con la nostra ordinanza - ha proseguito il governatore -. Pare che Roma debba rivedere alcune cose. Riteniamo che sia giusto".

"I siciliani che rientrano da quei Paesi dove il dato epidemiologico è particolarmente allarmante - ha concluso - devono sottoporsi alla quarantena e al tampone. Speriamo che il dato nei prossimi giorni ci dia ragione, nel senso che questi provvedimenti possano servire a far calare l'impennata e quindi tornare a goderci le vacanze fino a ottobre in un contesto di assoluta serenità".

Non è dello stesso avviso il deputato regionale del Pd, Nello Dipasquale che ritiene "sbagliata" l'ordinanza. "Il presidente

a cura dell'ufficio stampa

In Sicilia Ferragosto col fiato sospeso. Musumeci, "Non siamo zona rossa ma no a strafottenza"

Musumeci ha creato una nuova aberrazione: non solo i residenti in Sicilia che hanno soggiornato all'estero devono sottoporsi a tampone, ma chi viene da alcuni stati in particolare come Malta, Grecia e Spagna dovrà fare due settimane di quarantena quando, invece, chi viene in Sicilia per turismo, a prescindere dal luogo di provenienza, deve essere sottoposto solo al tampone. C'è qualcosa che non quadra in quest'ultimo provvedimento. I residenti che tornano dall'estero dovranno fare la quarantena e i turisti invece no. Queste sono le bizzarrie che un governo poco lungimirante è capace di fare".

Il governo regionale difende le scelte fatte e attraverso l'assessore regionale alla Salute, Ruggero Razza ha fatto sapere che sta seguendo con la massima attenzione il focolaio maltese che rappresenta un numero significativo di casi. "Esiste un collegamento diretto tra Sicilia e Malta che fa viaggiare più di mille persone al giorno. Questo sul fronte organizzativo sta impegnando molto l'Asp di Ragusa", ha spiegato Razza.

L'Asp Palermo: "Non vanificare gli sforzi fatti"

"La nostra Regione ha dimostrato in questi lunghi mesi grande senso di responsabilità nel contenere il contagio da Covid-19. Non possiamo ora vanificare gli sforzi fatti. Pertanto, l'invito rivolto a tutti i cittadini è di non abbandonare le regole di prudenza, soprattutto, nel mantenimento della distanza interpersonale e nell'utilizzo della mascherina, allontanandosi, ove possibile, da assembramenti che sono, sempre, una fonte di rischio". È l'appello che il direttore generale dell'Azienda sanitaria provinciale di Palermo, Daniela Faraoni, ha rivolto ai siciliani per il Ferragosto.

"C'è la sensazione che l'epidemia sia ormai alle spalle - ha proseguito - ma, purtroppo, il virus è ancora presente e ci rende vulnerabili. L'Asp di Palermo è in questo momento impegnata nel garantire le attività che possano essere di sostegno a tutta la società per contrarre il rischio dei contagi". Da qui l'invito agli esercizi pubblici a "mantenere alto il controllo all'interno delle strutture, affinché queste giornate deputate al divertimento e alla spensieratezza rimangano tali per tutti". L'Asp è chiamata anche ad affiancare le forze dell'ordine per i dovuti controlli che dovranno essere intensificati, tanto da richiamare in servizio tutti i tecnici della Prevenzione che svolgeranno la loro attività incessantemente h24.

Anche l'Asp di Trapani in prima linea. Proprio ieri è scattato l'allarme tra Palermo e Trapani dopo il caso di un uomo risultato positivo al Covid-19 e che ha viaggiato a bordo di un pullman della linea Segesta che collega le due città. Il dipartimento di Prevenzione dell'Azienda sanitaria provinciale di Trapani ha diramato un invito alla quarantena volontaria per quanti abbiano viaggiato sul bus tra il 27 luglio e l'8 agosto scorso. "Si invita a rimanere in isolamento nella propria abitazione - dice l'Asp trapanese -, osservando un distanziamento fisico con i familiari conviventi. I viaggiatori che si trovavano a bordo saranno contattati dal personale sanitario per l'esecuzione del tampone rinofaringeo".

Il "caso Ragusa", da isola felice durante lockdown al boom dei contagi

Cresce il numero dei positivi nel Ragusano. Ieri si sono registrati altri casi raggiungendo così quota 38, 'tetto' non raggiunto neanche ai tempi del lockdown. Tra i nuovi casi contagiati c'è un anziano di Ispica che è ospitato in una casa di riposo a Modica. Le sue condizioni hanno suggerito il trasferimento dal pre-triage dell'ospedale Maggiore di Modica al reparto di malattie infettive dell'ospedale Maria Paternò Arezzo di Ragusa Ibla. Al momento sono quattro i pazienti ricoverati nella divisione di Malattie Infettive di Ragusa, mentre, i positivi in totale sono 38. Tra i comuni iblei, Modica ha il più alto numero di positivi (nove), seguito da Ragusa con otto.

Il direttore dell'Asp di Ragusa, Angelo Aliquò si è detto preoccupato: "Facciamo 200 tamponi al giorno - dice Aliquò - e ci sono contagi che crescono con un ritmo di due e mezzo ogni caso. Pertanto, continuando con questo trend avremo 20 contagi al giorno. Dobbiamo stare attenti e alzare il livello di guardia rispettando le regole e soprattutto mantenere la mascherina in pubblico e il distanziamento fisico".

Nel Trapanese, è scattata la sospensione dell'attività per la discoteca 'Cocos' di Custonaci, in località Cornino. Il blitz dei carabinieri del Nas di Palermo è servito a verificare il mancato rispetto delle norme anti Covid-19. Nel corso del controllo, i carabinieri hanno accertato che nel locale pur essendo rispettato il limite massimo di pubblico presente (circa 800 giovani, a fronte dei 2.000 posti normalmente previsti), gli utenti all'interno non indossavano la mascherina e non osservavano il previsto distanziamento sociale, creando una condizione di assembramento. Un dettagliato sopralluogo, ha inoltre permesso di verificare che un magazzino era stato adibito a deposito di alimenti, in violazione della specifica normativa di settore.

"Non possiamo nascondere la preoccupazione per l'aumento dei casi di Covid-19 in Sicilia - ha commentato Leoluca Orlando, presidente di AnciSicilia - così come in diverse zone del Paese e d'Europa. Di fronte al rischio di nuovi lutti, le autorità stanno facendo quanto necessario per limitare i contagi, ma ancora una volta è essenziale il rispetto delle norme di prevenzione più basilari a partire dall'indossare la mascherina ed evitare gli assembramenti".

a cura dell'ufficio stampa

In Sicilia Ferragosto col fiato sospeso. Musumeci, "Non siamo zona rossa ma no a strafottenza"

"I Sindaci siciliani e le forze dell'ordine con il coordinamento, provincia per provincia, da parte dei Prefetti dell'Isola, sono costantemente impegnati nel prevenire gli assembramenti e nell'aumentare i controlli, soprattutto nei luoghi della movida e dove si verifica il maggior flusso turistico in occasione del ponte di Ferragosto - continua Orlando - ma è assolutamente necessario che ci sia un atto di responsabilità da parte di tutti i cittadini nel rispettare i divieti e nell'usare tutte le precauzioni utili ad evitare il contagio".

"È a rischio il bene supremo della vita - conclude il presidente Orlando - oltre al rischio di compromettere la ripresa economica che potrebbe essere pregiudicata irreparabilmente da comportamenti irresponsabili".

Tag:

coronaviruscoronavirus siciliaferragostonello musumeciSicilia

a cura dell'ufficio stampa

Assessore al Turismo va in ferie in Croazia, il Pd: "Si metta a lavorare"

L'esponente della giunta regionale Sergio Emidio Bini è stato "beccato" in Istria. Il segretario regionale dei dem, Cristiano Shaurli, cita il rapporto Demoskopika e "spara" sul fallimento della reputazione turistica a livello nazionale

Redazione

14 agosto 2020 12:23

Condivisioni

I più letti di oggi

1

Il ministro Speranza ha deciso: tampone obbligatorio per chi torna dalla Croazia

2

Tamponi al rientro dalle vacanze in Croazia: cosa dice l'ordinanza

3

Bonus da 600 euro, anche il consigliere regionale Franco Mattiussi tra i beneficiari

4

Rifiuta le sue avances e lui le sputa addosso: sconcerto in piazza Libertà

Video del giorno

Il tuo browser non può riprodurre il video.

Devi disattivare ad-block per riprodurre il video.

Spot

Il video non può essere riprodotto: riprova più tardi.

Attendi solo un istante, dopo che avrai attivato javascript...

Forse potrebbe interessarti, dopo che avrai attivato javascript...

Devi attivare javascript per riprodurre il video.

Il Partito democratico "spara" contro le ferie croate dell'assessore regionale al Turismo Sergio Emidio Bini e lo fa chiamando in causa il rapporto dell'Istituto Demoskopika che nei giorni scorsi ha "inchiodato" la reputazione turistica del Friuli Venezia Giulia al penultimo posto nella classifica delle regioni italiane.

Le critiche

La notizia, circolante sui social nella giornata di ieri 13 agosto e pubblicata da Il Piccolo questa mattina, non è quindi passata inosservata alla segreteria del Pd che ha puntato il dito contro quello che per le opposizioni rappresenterebbe l'ultimo di una serie di scivoloni in cui sarebbe incappato il titolare dell'assessorato competente. Attraverso critiche pungenti, Shaurli ha ironizzato sulla presenza di Bini in Croazia. "Forse era troppo stanco per il grande lavoro fatto e gli straordinari risultati ottenuti" così il dem che ricorda la "fuga" dell'assessore regionale fatta qualche mese fa alle Maldive.

FVG inchiodato al penultimo posto: leggi il report di Demoskopika

Il commento

"Si poteva quest'anno rimanere nella nostra splendida, perché sì, è splendida, Regione?" si chiede Shaurli. "Certo! ma almeno ora fatta l'obbligatoria quarantena si metta a lavorare. I nostri albergatori, i nostri operatori, le nostre città turistiche e d'arte, tutto il nostro territorio "compendio dell'universo" - conclude il dem citando il rapporto di Demoskopika - merita molto, ma molto di più".

Il tuo browser non può riprodurre il video.

Devi disattivare ad-block per riprodurre il video.

Spot

Il video non può essere riprodotto: riprova più tardi.

Attendi solo un istante, dopo che avrai attivato javascript...

Forse potrebbe interessarti, dopo che avrai attivato javascript...

Devi attivare javascript per riprodurre il video.

a cura dell'ufficio stampa

Gioco, non è tempo per conti salati

Scritto da Anna Maria Rengo

Secondo il sociologo Sergio Brancato l'impatto sul rilancio dei luoghi pubblici dell'intrattenimento dipenderà anche dalla politica dei prezzi praticati dagli esercenti.

L'emergenza Covid-19 ha drasticamente modificato il modo di vivere delle persone. E anche il modo di intrattenersi del prossimo futuro potrebbe subire dei mutamenti. In che modo? A spiegarlo è Sergio Brancato, docente di Sociologia dei processi culturali e comunicativi dell'Università di Napoli Federico II.

"Come ogni evento traumatico, anche la pandemia produrrà effetti a breve e a lunga scadenza. Nell'immediato, direi che il primo effetto sarà di ordine economico, con la messa in crisi del sistema storico dell'entertainment, quello ancora basato sulle strategie e le infrastrutture - per lo più pubbliche - delle comunicazioni di massa: le sale cinematografiche, i teatri, le librerie (soprattutto quelle più piccole), eccetera. Qui vedo molto pesanti gli effetti della crisi, specie se queste realtà non saranno sostenute da interventi istituzionali. Sulla scorta di quanto stiamo vivendo in questo periodo di chiusura, direi che si svilupperà sempre di più il consumo di 'rete' dei prodotti culturali, anche se possiamo prevedere una reazione diffusa a recuperare gli spazi aperti, esterni alla dimora, e le pratiche che coinvolgono il corpo, fin qui penalizzato dal lockdown. In breve, questa crisi ci ha fatto sperimentare le potenzialità del web ma anche, letteralmente, i suoi limiti".

In che misura i luoghi di intrattenimento e svago dovranno rivalutare se stessi?

"Molto dipenderà dalla coda della pandemia, da come sapremo affrontarla sul piano delle strategie scientifiche e dei comportamenti sociali. Credo che per un periodo la paura orienterà abbastanza le pratiche del loisir (tempo libero, Ndr), e forse farà maturare nuove culture dell'interazione sociale basate sul concetto di blended (mescolanza, Ndr)".

Anche il turismo potrebbe subire drastici mutamenti. Nel 2020 - secondo uno studio di Demoskopika - potrebbero andare in fumo 18 miliardi di spesa: 9,2 miliardi per la contrazione dell'incoming e 8,8 miliardi per la rinuncia alla vacanze degli italiani nel Bel Paese. Il 70 per cento, pari a 12,6 miliardi di euro, sarebbe concentrata in sei sistemi regionali: Veneto, Lombardia, Toscana, Lazio, Emilia-Romagna e Trentino-Alto Adige.

Ma è anche vero che quasi sicuramente gli italiani passeranno le vacanze estive in Italia, non potendo permettersi di andare all'estero. A suo avviso questo potrà essere motivo di rilancio per i luoghi di intrattenimento come le sale giochi al mare, i parchi a tema, gli ippodromi o i casinò?

"Probabilmente in molti sceglieranno l'Italia per le vacanze, specie per i prevedibili problemi operativi legati ai viaggi all'estero oltre che per il diffuso sentimento di precarietà che spinge verso ciò che è familiare. Ma l'impatto sul rilancio dei luoghi pubblici dell'intrattenimento dipenderà anche dalla politica dei prezzi praticati dagli esercenti. Il bacino d'utenza potenziale dopo la pandemia si è ristretto, la crisi economica peserà sulla voglia di ritornare ai consumi che definiscono l'esperienza più gratificante dei vissuti. Se gli imprenditori della vacanza e del gioco non comprenderanno questo, compiendo scelte anche radicali sui costi al consumo, potrebbero non godere di buoni risultati. Insomma, non è tempo per conti salati. Almeno, non dappertutto".

In che modo cambierà la socializzazione?

"La socializzazione è già cambiata, attraverso l'accelerazione forzata dei mutamenti in atto da quando la rete ha riformulato l'idea tradizionale di territorio sociale. Ma di qui a pensare che cadremo tutti in un solipsismo disperato, ne corre parecchio. Il corpo ha le sue necessità e racchiude ancora gran parte del nostro esercizio empatico: a parte casi limite, non si può fare a meno della compresenza e della tattilità che ne deriva".

A suo avviso l'intrattenimento domestico (videogiochi, film in streaming e altro) avrà la meglio, oppure con la bella stagione si torneranno a prediligere forme diverse di intrattenimento, seppure con le dovute distanze?

"L'estate 2020 è in equilibrio tra la necessità di essere prudenti e la voglia di libertà. Credo che soprattutto i giovani spingeranno per riaprire i luoghi dell'intrattenimento collettivo, come hanno fatto sin dall'inizio della pandemia. Ma farlo senza regole e cautele sarebbe sconsiderato: chi prenderà le decisioni dovrà tener conto di tutti i fattori in gioco, trovando mediazioni praticabili che non mettano a rischio l'incolumità di tutti. In ogni caso, molti saranno quelli che - magari in maniera più soft - preferiranno restare ancora al sicuro nella propria casa, attrezzandosi con condizionatori d'aria e device digitali per trascorrere il tempo nella maniera più piacevole. Non sottovaluterei, inoltre, il ricorso a quelle forme comunitarie, anche sul versante dei giochi online, che stanno avendo un significativo incremento d'utenza in questo periodo".

Crede che dopo il Covid-19 ci saranno confini anche per l'intrattenimento?

"Il termine 'divertimento' nasce dal verbo 'divergere'. Quando diciamo che vogliamo intendiamo che vogliamo divergere, allontanarci dal tempo del lavoro e delle responsabilità. Cioè da un tempo controllato da altri. Per questo credo che le logiche

a cura dell'ufficio stampa

Gioco, non è tempo per conti salati

dell'intrattenimento assumeranno in sé questa istanza vagamente sovversiva, spingendoci a mediare fra l'esigenza di trasgredire e quella di stare al sicuro. Come sempre accade, alla fine elaboreremo tutti insieme dei protocolli di comportamento accettabili più o meno da tutti, facendo attenzione a ciò che facciamo, ma senza smarrire il desiderio di essere liberamente in connessione con gli altri nella leggerezza assai seria del gioco".

LUI CHI E' - Sergio Brancato insegna all'Università di Napoli Federico II. Da oltre vent'anni si occupa di media, società e cultura di massa, dedicando una particolare attenzione al fumetto. È stato giornalista per Paese Sera, Il manifesto e La Repubblica. Ha scritto per riviste di fumetto come Corto Maltese e Cyborg e collaborato con editori specializzati nel campo dei comics, come Rizzoli, Magic Press e Comma 22, per cui ha diretto la collana Micheluzzi. In radio e in televisione è stato speaker, regista e autore di programmi, nonché consulente scientifico e autore di ricerche sulle nuove tecnologie della comunicazione e sulle forme della serialità sia per Rai che per Mediaset. È stato uno dei più apprezzati sceneggiatori delle soap opera Un posto al sole e Vivere, per le quali ha scritto circa 100 puntate.

a cura dell'ufficio stampa

IL DEFAULT DELLE CITTÀ D'ARTE: I SOLDI PER L'EMERGENZA COVID VANNO TUTTI AL NORD - NEL DL AGOSTO SONO STATI STANZIATI 500 MILIONI PER CONTRIBUTI A FONDO PERDUTO AGLI OPERATORI DEL

14 ago 2020 16:55

IL DEFAULT DELLE CITTÀ D'ARTE: I SOLDI PER L'EMERGENZA COVID VANNO TUTTI AL NORD - NEL DL AGOSTO SONO STATI STANZIATI 500 MILIONI PER CONTRIBUTI A FONDO PERDUTO AGLI OPERATORI DEL TURISMO DEI CENTRI STORICI - SU 29 COMUNI, SOLO 9 SONO NEL MEZZOGIORNO E VERBANIA E' STATA CONSIDERATA PIÙ "MERITEVOLE" DI ROMA, NAPOLI O TAORMINA - ESCLUSE DEL TUTTO UMBRIA, CALABRIA, MOLISE E FRIULI

-
> > >

Barbara Jerkov e Francesco Malfetano per "il Messaggero"

Prima il Nord, anche ad agosto. Appena 9 città meridionali (su un totale di 29) potranno infatti accedere agli oltre 500 milioni di euro di indennizzi a fondo perduto previsti per le attività commerciali delle città d'arte colpite dal calo dei turisti stranieri. A penalizzare il Sud sono i criteri adottati dal ministero per i Beni culturali e il Turismo.

Questi parametri, basandosi su dati statistici, non solo hanno finito per considerare Verbania più meritevole di Roma o Napoli, ma soprattutto per escludere intere Regioni (come Umbria e Calabria) e città che sono un fiore all'occhiello del turismo made in Italy. Ad esempio tra tutti i centri storici pugliesi, l'unico ad essere ammesso tra quelli che hanno diritto al bonus è Bari. Non c'è spazio quindi per gli imprenditori tarantini, né tantomeno per quelli leccesi. Al contrario sono invece ben 20 le città d'arte del centro-Nord che avranno accesso «all'aiuto mirato» voluto dal ministro Dario Franceschini e in dirittura d'arrivo in Gazzetta Ufficiale.

SELEZIONE

A far discutere è dunque il curioso metodo utilizzato dal ministero per selezionare le città d'arte che hanno diritto ai fondi. Nel computo usato dal Mibact, infatti, sono inclusi i capoluoghi di provincia e le città metropolitane che secondo l'Istat hanno registrato nel 2019 presenze turistiche tre volte superiori al numero di residenti oppure i comuni capoluogo di città metropolitane che hanno ospitato un numero di viaggiatori pari a quello dei residenti.

Un sistema complesso che «abbiamo adottato per individuare un certo numero di centri urbani su cui avere degli effetti immediati in termini economici» spiegano con un certo imbarazzo dal ministero, sostenendo che «la misura andava circoscritta e si necessitava di un parametro». «Chiaramente - aggiungono - Verbania in termini di presenze assolute è al di sotto della Capitale mentre in termini percentuali è sopra Roma». A testimonianza che la statistica può ingannare e, soprattutto, penalizzare.

L'INGANNO

Ciò che non si comprende è perché mai questa riflessione non è stata fatta dal ministro. Grazie a questo calcolo e alla decisione di escludere certe tipologie di comuni, un centro come Sassari ad esempio resta tagliato fuori nonostante tra le città della sua provincia abbia Alghero o Arzachena che contano tra i propri turisti circa il 70% di presenze straniere ogni anno, più o meno come Roma e Milano.

E fuori resta anche Messina che, comprendendo Taormina nella sua città Metropolitana, è una delle principali mete raggiunte dai viaggiatori non italiani. A svantaggiarle in questo caso sembra essere il mancato riconoscimento dello status di città metropolitana per quanto Alghero, ad esempio, vanta più residenti e più turisti di Verbania. La classifica realizzata ad hoc dal Mibact è quindi un'evidente semplificazione statistica dello scenario turistico italiano e, in quanto tale, non rispecchia la complessità del settore. Sono ben 6 infatti le regioni ad essere escluse dal contributo che copre fino al 20% del fatturato (tetto di 150 mila euro) per le imprese che hanno subito un calo di almeno un terzo rispetto all'anno prima, e sono Valle d'Aosta, Friuli Venezia Giulia, Umbria, Molise, Abruzzo e Calabria.

Un caso limite è ad esempio rappresentato da Perugia, capoluogo umbro, che stando alle stime effettuate dall'Istituto Demoskopica su dati di Banca Italia e Istat, è la più penalizzata in assoluto di tutta la Penisola in termini di presenze turistiche (circa il 50% in meno). Una specificità che il Mibact però non ritiene danneggi i commercianti: «è vero che alcune città d'arte non avranno accesso al bonus - spiegano - ma ciò non vuol dire che saranno abbandonate perché potranno usufruire di altre misure previste nel decreto Agosto». Statistica permettendo.

> > >

IL DEFAULT DELLE CITTÀ D'ARTE: I SOLDI PER L'EMERGENZA COVID VANNO TUTTI AL NORD - NEL DL AGOSTO SONO STATI STANZIATI 500 MILIONI PER CONTRIBUTI A FONDO PERDUTO AGLI OPERATORI DEL



a cura dell'ufficio stampa

Aiuti alle città d'arte, ma non al Sud I soldi del coronavirus tutti al Nord

Coronavirus, niente Sud: i soldi tutti al Nord. Il default delle città d'arte

Politica

Venerdì - 14 Agosto 2020 di Barbara Jerkov e Francesco Malfetano

Prima il Nord, anche ad agosto. Appena 9 città meridionali (su un totale di 29) potranno infatti accedere agli oltre 500 milioni di euro di indennizzi a fondo perduto previsti per le attività commerciali delle città d'arte colpite dal calo dei turisti stranieri. A penalizzare il Sud sono i criteri adottati dal ministero per i Beni culturali e il Turismo.

o Napoli, ma soprattutto per escludere intere Regioni (come Umbria e Calabria) e città che sono un fiore all'occhiello del turismo made in Italy. Ad esempio tra tutti i centri storici pugliesi, l'unico ad essere ammesso tra quelli che hanno diritto al bonus è Bari. Non c'è spazio quindi per gli imprenditori tarantini, né tantomeno per quelli leccesi. Al contrario sono invece ben 20 le città d'arte del centro-Nord che avranno accesso «all'aiuto mirato» voluto dal ministro Dario Franceschini e in dirittura d'arrivo in Gazzetta Ufficiale.

A far discutere è dunque il curioso metodo utilizzato dal ministero per selezionare le città d'arte che hanno diritto ai fondi. Nel computo usato dal Mibact, infatti, sono inclusi i capoluoghi di provincia e le città metropolitane che secondo l'Istat hanno registrato nel 2019 presenze turistiche tre volte superiori al numero di residenti oppure i comuni capoluogo di città metropolitane che hanno ospitato un numero di viaggiatori pari a quello dei residenti. Un sistema complesso che «abbiamo adottato per individuare un certo numero di centri urbani su cui avere degli effetti immediati in termini economici» spiegano con un certo imbarazzo dal ministero, sostenendo che «la misura andava circoscritta e si necessitava di un parametro».

«Chiaramente - aggiungono - Verbania in termini di presenze assolute è al di sotto della Capitale mentre in termini percentuali è sopra Roma». A testimonianza che la statistica può ingannare e, soprattutto, penalizzare.

Ciò che non si comprende è perché mai questa riflessione non è stata fatta dal ministro. Grazie a questo calcolo e alla decisione di escludere certe tipologie di comuni, un centro come Sassari ad esempio resta tagliato fuori nonostante tra le città della sua provincia abbia Alghero o Arzachena che contano tra i propri turisti circa il 70% di presenze straniere ogni anno, più o meno come Roma e Milano. E fuori resta anche Messina che, comprendendo Taormina nella sua città Metropolitana, è una delle principali mete raggiunte dai viaggiatori non italiani. A svantaggiarle in questo caso sembra essere il mancato riconoscimento dello status di città metropolitana per quanto Alghero, ad esempio, vanta più residenti e più turisti di Verbania. La classifica realizzata ad hoc dal Mibact è quindi un'evidente semplificazione statistica dello scenario turistico italiano e, in quanto tale, non rispecchia la complessità del settore. Sono ben 6 infatti le regioni ad essere escluse dal contributo che copre fino al 20% del fatturato (tetto di 150 mila euro) per le imprese che hanno subito un calo di almeno un terzo rispetto all'anno prima, e sono Valle d'Aosta, Friuli Venezia Giulia, Umbria, Molise, Abruzzo e Calabria.

Un caso limite è ad esempio rappresentato da Perugia, capoluogo umbro, che stando alle stime effettuate dall'istituto Demoskopica su dati di Banca Italia e Istat, è la più penalizzata in assoluto di tutta la Penisola in termini di presenze turistiche (circa il 50% in meno). Una specificità che il Mibact però non ritiene danneggi i commercianti: «è vero che alcune città d'arte non avranno accesso al bonus - spiegano - ma ciò non vuol dire che saranno abbandonate perché potranno usufruire di altre misure previste nel decreto Agosto». Statistica permettendo.

Ultimo aggiornamento: 00:58 © RIPRODUZIONE RISERVATA



a cura dell'ufficio stampa

Turismo, il Friuli Venezia Giulia è penultimo nella reputazione nazionale

L'impetosa fotografia l'ha pubblicata l'Istituto Demoskopika che da cinque anni analizza il comportamento dei vacanzieri attraverso il monitoraggio digitale degli approcci

Redazione

13 agosto 2020 08:40

Il Friuli Venezia Giulia è al penultimo posto in Italia per quanto riguarda la reputazione del proprio panorama turistico. A sostenere la tesi è il report stilato dall'istituto Demoskopika e pubblicato in questi giorni per fotografare la situazione dal luglio 2019 al 24 dello stesso mese di quest'anno. Premettendo che il settore sta vivendo un periodo particolarmente complesso a causa dell'emergenza sanitaria, il quadro che la classifica evidenzia non lascia scampo.

La classifica

Giunto al suo quinto anno consecutivo, lo speciale report delle regioni italiane monitora il comportamento digitale dei vacanzieri analizzando oltre un milione di pagine indicizzate, cinque milioni di like e follower sui social, circa 40 milioni di recensioni e l'osservazione di 533 mila strutture ricettive.

I dati

Incrociando tutti questi risultati, Demoskopika ha creato il Regional Tourism Reputation Index, un indice creato ad hoc e, come descritto dall'Istituto "in grado di prospettare gli andamenti aggiornati degli orientamenti e delle richieste di informazioni online da parte degli utenti del web". Andando a caccia dei potenziali turisti e quelli reali, l'indice si focalizza sui dati forniti da Google, Trip Advisor, Booking ed Expedia. Nel dettaglio, è stato misurato anche il social appeal grazie all'analisi dei like e dei follower rilevabili da Instagram, Facebook e Twitter.

Tutte le posizioni

La diciannovesima posizione in classifica generale è la media di nove indicatori complessivi che "inchiodano" il Friuli Venezia Giulia e la particolare reputazione sostenuta da Demoskopika. Scorrendo dal risultato migliore a quello peggiore, la nostra regione è in decima posizione per la Booking Hotel Reputation, risulta undicesima per il rating legato ad Expedia mentre è dodicesima per il social rating.

Gli altri risultati

Il rating legato alla "valutazione del sistema ricettivo" fa scendere il Friuli Venezia Giulia alla quindicesima posizione e lo porta in zona retrocessione (diciassettesimo posto) per quanto riguarda il rating legato a Google e Trip Advisor. Secondo il report, la nostra regione non sembra possedere destinazioni così popolari nel mercato turistico digitale. L'indice di popolarità infatti fa scattare l'allarme, facendo sprofondare la nostra regione alla diciottesima posizione.

In zona retrocessione

Peggio di questo lo fa il cosiddetto indicatore di appeal, vale a dire l'attrattività del territorio regionale. Misurando la preferenza di ciascuna destinazione regionale fino al 28 maggio e basandosi su un campione di 1539 italiani, l'indice pone il Friuli Venezia Giulia in penultima posizione. Ma secondo Demoskopika, la nostra regione finisce all'ultimo posto nella ricerca della destinazione. In questo caso, l'indicatore è stato ottenuto "conteggiando le pagine indicizzate (risultati) sul motore di ricerca Google della keyword "vacanze" seguita dal "nome destinazione 2020" per ciascuna regione.

L'analisi

Una fotografia impietosa che, se da un lato può essere rappresentativa di un problema di approcci digitali alle vacanze, dall'altro potrebbe altresì portare all'emersione di alcuni leciti interrogativi da parte degli addetti ai lavori. Anche perché i motivi di questo "fallimento", stando all'analisi condotta nel report, non sono riconducibili esclusivamente al Coronavirus. Traducendo i dati, infatti, le ragioni per spiegare questa bocciatura andrebbero ricercate altrove.

a cura dell'ufficio stampa

Turismo, il Friuli Venezia Giulia è penultimo nella reputazione nazionale

L'impetosa fotografia l'ha pubblicata l'Istituto Demoskopika che da cinque anni analizza il comportamento dei vacanzieri attraverso il monitoraggio digitale degli approcci che gli stessi manifestano in via digitale

Redazione

12 agosto 2020 18:46

Condivisioni

I più letti di oggi

1

Bonus da 600 euro, anche il consigliere regionale Franco Mattiussi tra i beneficiari

2

Fotografa i bambini e poi scappa su un'auto blu: la segnalazione parte dal Carso

3

Il ministro Speranza ha deciso: tampone obbligatorio per chi torna dalla Croazia

4

Rifiuta le sue avances e lui le sputa addosso: sconcerto in piazza Libertà

Video del giorno

Il tuo browser non può² riprodurre il video.

Devi disattivare ad-block per riprodurre il video.

Spot

Il video non può² essere riprodotto: riprova più¹ tardi.

Attendi solo un istante, dopo che avrai attivato javascript...

Forse potrebbe interessarti, dopo che avrai attivato javascript...

Devi attivare javascript per riprodurre il video.

Il Friuli Venezia Giulia è al penultimo posto in Italia per quanto riguarda la reputazione del proprio panorama turistico. A sostenere la tesi è il report stilato dall'istituto Demoskopika e pubblicato in questi giorni per fotografare la situazione dal luglio 2019 al 24 dello stesso mese di quest'anno. Premettendo che il settore sta vivendo un periodo particolarmente complesso a causa dell'emergenza sanitaria, il quadro che la classifica evidenzia non lascia scampo.

La classifica

Giunto al suo quinto anno consecutivo, lo speciale report delle regioni italiane monitora il comportamento digitale dei vacanzieri analizzando oltre un milione di pagine indicizzate, cinque milioni di like e follower sui social, circa 40 milioni di recensioni e l'osservazione di 533 mila strutture ricettive.

I dati

Incrociando tutti questi risultati, Demoskopika ha creato il Regional Tourism Reputation Index, un indice creato ad hoc e, come descritto dall'Istituto "in grado di prospettare gli andamenti aggiornati degli orientamenti e delle richieste di informazioni online da parte degli utenti del web". Andando a caccia dei potenziali turisti e quelli reali, l'indice si focalizza sui dati forniti da Google, Trip Advisor, Booking ed Expedia. Nel dettaglio, è stato misurato anche il social appeal grazie all'analisi dei like e dei follower rilevabili da Instagram, Facebook e Twitter.

Tutte le posizioni

La diciannovesima posizione in classifica generale è la media di nove indicatori complessivi che "inchiodano" il Friuli Venezia Giulia e la particolare reputazione sostenuta da Demoskopika. Scorrendo dal risultato migliore a quello peggiore, la nostra regione è in decima posizione per la Booking Hotel Reputation, risulta undicesima per il rating legato ad Expedia mentre è dodicesima per il social rating.

Gli altri risultati

Il rating legato alla "valutazione del sistema ricettivo" fa scendere il Friuli Venezia Giulia alla quindicesima posizione e lo porta in zona retrocessione (diciassettesimo posto) per quanto riguarda il rating legato a Google e Trip Advisor. Secondo il report, la nostra regione non sembra possedere destinazioni così popolari nel mercato turistico digitale. L'indice di popolarità infatti fa scattare l'allarme, facendo sprofondare la nostra regione alla diciottesima posizione.

In zona retrocessione

Peggio di questo lo fa il cosiddetto indicatore di appeal, vale a dire l'attrattività del territorio regionale. Misurando la preferenza

a cura dell'ufficio stampa

Turismo, il Friuli Venezia Giulia è penultimo nella reputazione nazionale

di ciascuna destinazione regionale fino al 28 maggio e basandosi su un campione di 1539 italiani, l'indice pone il Friuli Venezia Giulia in penultima posizione. Ma secondo Demoskopika, la nostra regione finisce all'ultimo posto nella ricerca della destinazione. In questo caso, l'indicatore è stato ottenuto "conteggiando le pagine indicizzate (risultati) sul motore di ricerca Google della keyword "vacanze" seguita dal "nome destinazione 2020" per ciascuna regione.

L'analisi

Una fotografia impietosa che, se da un lato può essere rappresentativa di un problema di approcci digitali alle vacanze, dall'altro potrebbe altresì portare all'emersione di alcuni leciti interrogativi da parte degli addetti ai lavori. Anche perché i motivi di questo "fallimento", stando all'analisi condotta nel report, non sono riconducibili esclusivamente al Coronavirus. Traducendo i dati, infatti, le ragioni per spiegare questa bocciatura andrebbero ricercate altrove.

Il tuo browser non può² riprodurre il video.

Devi disattivare ad-block per riprodurre il video.

Spot

Il video non può² essere riprodotto: riprova più¹ tardi.

Attendi solo un istante, dopo che avrai attivato javascript...

Forse potrebbe interessarti, dopo che avrai attivato javascript...

Devi attivare javascript per riprodurre il video.

a cura dell'ufficio stampa

Turismo, ormai è una "questione di reputazione": la classifica delle regioni italiane

La classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika. Trentino Alto Adige in vetta. Sul podio Sicilia e Toscana, balzo della Sardegna

Andrea Maggiolo

12 agosto 2020 09:46

Un'immagine del 'giardino delle rose', il parco pubblico di rose più alto di Europa a Ronzone in Val di Non. ANSA

C'è sempre il Trentino Alto Adige in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika.

In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati.

Un ingresso nel medagliere di Demoskopika, quello della Toscana, ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7). Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso.

Oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, circa 5 milioni di like e follower sulle reti sociali, poco più di 40 milioni le recensioni conteggiate e ben 533 mila le strutture ricettive osservate. Sono questi i numeri generati dalle regioni italiane per costruire la reputazione turistica delle destinazioni e sintetizzati dal Regional Tourism Reputation Index per il 2020, giunto al suo quarto anno consecutivo.

Il report integrale può essere scaricato a questo indirizzo

Gallery



a cura dell'ufficio stampa

Vacanze estive 2020: gli italiani restano in Italia

Redazione 12 Agosto 2020

1 minuto di lettura

Pubblicati pochi giorni fa i dati di Demoskopica sulla programmazione delle vacanze dopo la crisi dall'emergenza Covid-19. Dallo studio emerge che oltre il 50% degli italiani ha già deciso che andrà in vacanza durante la stagione estiva, sebbene una buona parte non abbia ancora stabilito la meta o riservato una struttura.

Il clima di incertezza economica e sanitaria è riuscito in qualche modo a modificare le tradizionali vacanze degli italiani, ed infatti quest'anno le prenotazioni anticipate che erano storicamente un'abitudine dei nostri connazionali sono ancora basse. Tra tutti coloro che nell'intervista dichiarano di voler mettersi in viaggio quest'estate, solo un risicato 7% è intenzionato a farlo oltre confine. Infatti il 93% degli interpellati progetta spostamenti all'interno del nostro paese, come da tempo auspicato dalle istituzioni.

Una scelta che trova tra le mete più ambite le regioni del Sud, prima tra tutte la Sicilia. Con il suo mare e clima da favola, una tradizione culinaria celebre in tutto il mondo e un'offerta di cultura e tradizioni interminabili, da anni è tra le capofila delle destinazioni per vacanze estive.

Dallo studio è emerso inoltre che il 40% degli intervistati sceglierà di soggiornare in strutture più sicure e meno affollate, come case in affitto o di proprietà, evitando il più possibile anche l'uso di mezzi propri. I timori e le insicurezze che in questi mesi si sono diffusi hanno dunque modificato non solo le destinazioni ma anche il modo di viaggiare degli italiani.

Per non rischiare di imbarcarsi in gite affollate o visitare sempre le solite attrazioni turistiche un valido aiuto può arrivare dal tour operator Tramundi. Sul loro sito si possono trovare itinerari studiati alla perfezione per girare il territorio e scoprirne i segreti più nascosti come un vero autoctono.

Il ritratto che emerge da questo studio, rafforzato anche da quello in uscita a breve da Ansa, è quello di un paese che quest'anno limiterà i suoi spostamenti per evitare sprechi e prevenire i contagi. Sono ancora molti gli italiani che si trovano in condizioni di insicurezza economica, e ce ne sono altrettanti che preferiscono rinunciare alle ferie piuttosto che esporsi a rischi sanitari.

Come sostenuto anche dallo stesso presidente di Demoskopika, era inevitabile e sotto un certo aspetto prevedibile che la crisi seguita alla diffusione della pandemia che ha colpito l'Italia e il mondo avesse ripercussioni anche sul settore turistico. Quello che però rappresenta per tutto il comparto non è solo una sciagura ma è anche un'opportunità per adattarsi alle nuove esigenze del mercato, introducendo nuovi piani di offerta e soluzioni innovative che incontrano le richieste e le esigenze del consumatore.



a cura dell'ufficio stampa

Vacanze estive 2020: gli italiani restano in Italia



a cura dell'ufficio stampa

Reputazione: vince il Trentino

Reputazione turistica: Trentino Alto Adige si conferma prima regione d'Italia

Canazei (Trentino) (ansa)

L'indice dell'istituto Demoskopika misura il gradimento sul web e sui social network indicizzando citazioni, recensioni e "like". Al secondo posto la Sicilia, poi la Toscana, che scalza il Lazio dal podio. La Sardegna registra il miglior progresso, 10 posizioni guadagnate in un anno

abbonati a

Si conferma la prima regione italiana per reputazione turistica, il Trentino Alto Adige nella classifica elaborata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika.

L'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto un'altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con 109,2 punti totalizzati. La Toscana ha scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese.

Agrigento, Valle dei Templi

A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7). Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso.

Per costruire la reputazione turistica delle destinazioni le regioni generano oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, circa 5 milioni di like e follower sulle reti sociali, poco più di 40 milioni le recensioni e ben 533 mila le strutture ricettive osservate. Quanto ai singoli parametri il Trentino Alto Adige, con 128,8 punti e gli oltre 1,2 milioni di like e follower conteggiati dalle pagine social ufficiali (Instagram, Facebook e Twitter), si conferma anche quest'anno la destinazione più social d'Italia, ossia dotata di maggiore capacità di appeal, immediatamente seguita dalle Marche (115,1 punti) e dall'Emilia Romagna (105,6 punti). Con quasi 300 mila risultati rilevati, la Sicilia invece ottiene il massimo punteggio (133,3 punti) come destinazione turistica "più ricercata" d'Italia seguita da Sardegna (122,6 punti) e Toscana (107,4 punti).

Barga, Garfagnana, Toscana (foto Arturo Cocchi)

foto Arturo Cocchi)", "gsTitle": "Reputazione turistica: Trentino Alto Adige si conferma prima regione

d'Italia", "gsUrl": "https://www.repubblica.it/viaggi/2020/08/12/news/reputazione_turistica_in_italia_trentino_alto_adige_prima_regione-264457091/#inline_264457288", "containerID": "share-264457288"}"> Condividi

Spostando l'attenzione sul confronto della popolarità delle destinazioni, emerge la Sardegna quasi a pari merito con la Sicilia (122,6 punti) con una media di interesse nel tempo pari a 43 punti. E' la Toscana, con 109,2 punti, invece, a detenere il primato del sistema ricettivo più "apprezzato" d'Italia prevalendo al fotofinish sulla Basilicata (109,0 punti). Infine Demoskopika realizza il borsino delle destinazioni da cui emerge che sarà principalmente il Sud a trainare la ripresa del settore turistico italiano nella fase post Covid-19 e Sicilia, Toscana e Puglia sono le più regioni gettonate. A seguire Trentino-Alto Adige, Calabria, Emilia-Romagna e Sardegna.

"Il nostro studio - commenta il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio - stimola alcune considerazioni su un aspetto che ruota attorno alla costruzione della reputazione turistica delle destinazioni regionali: la necessità di una strategia integrata e condivisa tra i vari stakeholder del sistema pubblico-privato". "Basta analizzare la recente polemica tra le principali associazioni di rappresentanza degli operatori turistici e l'Enit - aggiunge Rio - per comprendere che la governance teorica dei sistemi turistici, tanto decantata nei documenti strategici quanto sfuggente nelle fasi attuative della programmazione, dovrebbe cedere il passo alla governance dinamica incentrata a valorizzare gli orientamenti e le visioni della molteplicità dei soggetti attivi nello sviluppo e nella promozione del turismo italiano".

trentino-alto adige

Reputazione: vince il Trentino



a cura dell'ufficio stampa

Quanti like per le Marche: così il turismo social promuove la regione

Mercoledì 12 Agosto 2020 di Martina Marinangeli

ANCONA - Amate sui social e capaci di esercitare il proprio appeal anche dal vivo. La Marche si guadagnano un'ottima "reputazione turistica", piazzandosi in quinta posizione nella classifica generale del Regional Tourism Reputation Index 2020 (elaborata da Demoskopika), davanti a regioni ben più blasonate quali Liguria, Sardegna e Puglia.

:

Una conferma rispetto al 2019 ed a trainare il risultato, composto da diversi indicatori, è in particolare il posizionamento sui social - like e follower conteggiati dalle pagine ufficiali Instagram, Facebook e Twitter di promozione turistica istituzionale - con ben 464 mila "seguaci", la nostra regione arriva seconda solo al Trentino-Alto Adige e si accomoda sopra l'Emilia Romagna, che si deve accontentare del terzo posto.

Il podio

Tradotto: le Marche si guadagnano la medaglia d'argento quanto a strategia turistica, tra le più incisive d'Italia. E la campagna pubblicitaria per il turismo outdoor che vede protagonista il campione di ciclismo Vincenzo Nibali amplifica il tutto. Ma più in generale, la quinta posizione nella classifica complessiva rappresenta il riconoscimento del fascino di una regione capace di coniugare mare da Bandiera Blu e vacanze ecofriendly, passeggiate in mezzo alla natura, trekking sulle montagne e scoperta di borghi suggestivi.

Il successo

Un mix perfetto che le valse anche il secondo posto tra le destinazioni da non perdere nel 2020 nella classifica Best in Travel stilata dalla Lonely Planet. L'anno in corso, si sa, non è stato come ce lo si aspettava - per usare un eufemismo -, ma le prospettive future sembrano sorridere alle Marche, che continuano a fare incetta di riconoscimenti. Stando al borsino delle destinazioni più ricercate, esercitano un buon appeal sui vacanzieri del Belpaese, battendo le vicine Umbria e Lazio, nonostante quest'ultima possa contare su un motore attrattivo come la Città eterna. In ogni caso, sarà principalmente il Sud a trainare la ripresa del settore turistico italiano nella fase post Covid-19. Sul podio delle mete turistiche più ricercate dagli italiani - secondo il sondaggio realizzato a fine maggio da Demoskopika che ha coinvolto un campione oltre 1.500 cittadini - si posizionano, infatti, due destinazioni del Mezzogiorno a forte trazione balneare, Sicilia e Puglia, che hanno totalizzato rispettivamente il 12,7% e l'11,0%.

Le preferenze

Tra loro si colloca la Toscana che si guadagna la medaglia d'argento avendo raccolto l'11,9% delle preferenze. Tra gli indicatori presi in considerazione, c'è anche il puntuale monitoraggio della reputazione sui principali portali di viaggio, da Booking ad Expedia, passando per TripAdvisor e, da quest'anno, per Google Travel, dove le Marche si accaparrano un buon 7° posto, nella parte alta della classifica. Per quanto concerne gli altri tre portali, il posizionamento oscilla tra il 13° ed il 16° posto. Si può fare meglio sull'indicatore riguardante la valutazione del sistema ricettivo, il cui rating ferma la regione al 16° posto. In questo caso, il risultato viene 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.

Gli indicatori

Quanto alla classifica dell'indicatore "Ricerca della destinazione" le Marche arrivano 12esime, sopra ad Umbria, Campania ed Emilia Romagna, tra le altre. Segno che la regione "di nicchia" sta facendo la scalata verso la notorietà. Anche l'indicatore dell'appeal vede le Marche in ascesa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Quanti like per le Marche: così il turismo social promuove la regione



a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica. Pompignoli (Lega): "Emilia Romagna al ribasso, serve riflessione"

(Sesto Potere) - Forlì, 11 agosto. Sul podio, al posto dell'Emilia Romagna, quest'anno ci sono Trentino Alto Adige e due new entry. La Sicilia al secondo posto e la Toscana, terza in classifica. A seguire, scende in quarta posizione con 104,2 punti l'Emilia Romagna. Questo secondo la classifica sulla reputazione turistica delle regioni italiane, stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika.

"Un amaro verdetto per l'Emilia Romagna, sempre meno attrattiva. L'anno scorso la nostra regione era al secondo posto, dietro al Trentino e davanti al Veneto, con un punteggio di 109,7 mentre quest'anno, con meno cinque punti di valutazione complessiva rispetto all'indice di valutazione turistica, è addirittura quarta": commenta il consigliere regionale della Lega, Pompignoli.

"Questo può significare due cose: le risorse investite in questi anni da Bonaccini per la promozione del brand Romagna non sono state sufficienti (o peggio ancora sono state spese male). La nostra è una regione bellissima, con un potenziale inespresso e un turismo di qualità che questa Giunta non riesce a vedere né a valorizzare. Alcuni prodotti, come la notte rosa (o pink week), sono vecchi, di scarsa qualità e già riproposti. Tutto ciò si riflette inevitabilmente sugli incassi degli operatori turistici e sullo sviluppo del territorio": aggiunge l'esponente forlivese del Carroccio.

pompignoli

"La cosa che infine non fa ben sperare per il futuro della nostra regione" - aggiunge Pompignoli - è che dal borsino delle destinazioni realizzato da Demoskopika emerge che sarà principalmente il Sud a trainare la ripresa del settore turistico italiano nella fase post Covid-19 e Sicilia, Toscana e Puglia sono le più regioni gettonate. A seguire Trentino-Alto Adige, Calabria, Sardegna e infine Emilia-Romagna."

"Questo studio" - conclude il consigliere regionale della Lega - "stimola una riflessione più complessa attorno alla costruzione della reputazione turistica della nostra regione. È evidente che si pone la necessità, ma anche l'urgenza, di costruire una nuova strategia di promozione del turismo emiliano romagnolo caratterizzata da una governance dinamica e condivisa tra i vari stakeholder del sistema pubblico-privato, che sia in grado di valorizzare il nostro sistema turistico. Solo in questo modo si potrà riportare l'Emilia Romagna tra le mete turistiche preferite dai viaggiatori italiani ed esteri."



Reputazione turistica. Pompignoli (Lega): "Emilia Romagna al ribasso, serve riflessione"



a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica, Emilia-Romagna in calo. La Lega: "Brand Romagna non valorizzato"

"La nostra è una regione bellissima, con un potenziale inespresso e un turismo di qualità che questa Giunta non riesce a vedere né a valorizzare"

Redazione

11 agosto 2020 18:05

Sul podio, al posto dell'Emilia Romagna, quest'anno ci sono Trentino Alto Adige e due new entry. La Sicilia al secondo posto e la Toscana, terza in classifica. A seguire, scende in quarta posizione con 104,2 punti l'Emilia Romagna. È questa la classifica sulla reputazione turistica delle regioni italiane, stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto DEMOSKOPIKA.

Commenta il consigliere regionale Massimiliano Pompignoli: "L'Emilia Romagna è sempre meno attrattiva. L'anno scorso la nostra regione era al secondo posto, dietro al Trentino e davanti al Veneto, con un punteggio di 109,7 mentre quest'anno, con meno cinque punti di valutazione complessiva rispetto all'indice di valutazione turistica, è addirittura quarta. Questo può significare due cose: le risorse investite in questi anni da Bonaccini per la promozione del brand Romagna non sono state sufficienti (o peggio ancora sono state spese male). La nostra è una regione bellissima, con un potenziale inespresso e un turismo di qualità che questa Giunta non riesce a vedere né a valorizzare. Alcuni prodotti, come la notte rosa (o pink week), sono vecchi, di scarsa qualità e già riproposti".

"Tutto ciò si riflette inevitabilmente sugli incassi degli operatori turistici e sullo sviluppo del territorio. La cosa che infine non fa ben sperare per il futuro della nostra regione - aggiunge Pompignoli - è che dal borsino delle destinazioni realizzato da DEMOSKOPIKA emerge che sarà principalmente il Sud a trainare la ripresa del settore turistico italiano nella fase post Covid-19 e Sicilia, Toscana e Puglia sono le più regioni gettonate. A seguire Trentino-Alto Adige, Calabria, Sardegna e infine Emilia-Romagna."

"Questo studio - conclude il consigliere regionale della Lega - stimola una riflessione più complessa attorno alla costruzione della reputazione turistica della nostra regione. È evidente che si pone la necessità, ma anche l'urgenza, di costruire una nuova strategia di promozione del turismo emiliano romagnolo caratterizzata da una governance dinamica e condivisa tra i vari stakeholder del sistema pubblico-privato, che sia in grado di valorizzare il nostro sistema turistico. Solo in questo modo si potrà riportare l'Emilia Romagna tra le mete turistiche preferite dai viaggiatori italiani ed esteri."

a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica; l'Emilia Romagna perde due posizioni rispetto allo scorso anno e cede il posto a Sicilia e Toscana. L'allarme del consigliere regionale Pompignoli

Sul podio, al posto dell'Emilia Romagna, quest'anno ci sono Trentino Alto Adige e due new entry. La Sicilia al secondo posto e la Toscana, terza in classifica. A seguire, scende in quarta posizione con 104,2 punti l'Emilia Romagna. I questo l'amaro verdetto della classifica sulla reputazione turistica delle regioni italiane, stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto DEMOSKOPIKA.

'L'Emilia Romagna è sempre meno attrattiva. L'anno scorso la nostra regione era al secondo posto, dietro al Trentino e davanti al Veneto, con un punteggio di 109,7 mentre quest'anno, con meno cinque punti di valutazione complessiva rispetto all'indice di valutazione turistica, è addirittura quarta. Questo può significare due cose: le risorse investite in questi anni da Bonaccini per la promozione del brand Romagna non sono state sufficienti (o peggio ancora sono state spese male). La nostra è una regione bellissima, con un potenziale inespresso e un turismo di qualità che questa Giunta non riesce a vedere né a valorizzare. Alcuni prodotti, come la notte rosa (o pink week), sono vecchi, di scarsa qualità e già riproposti. Tutto ciò si riflette inevitabilmente sugli incassi degli operatori turistici e sullo sviluppo del territorio. La cosa che infine non fa ben sperare per il futuro della nostra regione' – aggiunge Pompignoli – 'è che dal borsino delle destinazioni realizzato da DEMOSKOPIKA emerge che sarà principalmente il Sud a trainare la ripresa del settore turistico italiano nella fase post Covid-19 e Sicilia, Toscana e Puglia sono le più regioni gettonate. A seguire Trentino-Alto Adige, Calabria, Sardegna e infine Emilia-Romagna.'

'Questo studio' – conclude il consigliere regionale della Lega – 'stimola una riflessione più complessa attorno alla costruzione della reputazione turistica della nostra regione. È evidente che si pone la necessità, ma anche l'urgenza, di costruire una nuova strategia di promozione del turismo emiliano romagnolo caratterizzata da una governance dinamica e condivisa tra i vari stakeholder del sistema pubblico-privato, che sia in grado di valorizzare il nostro sistema turistico. Solo in questo modo si potrà riportare l'Emilia Romagna tra le mete turistiche preferite dai viaggiatori italiani ed esteri.'

Ufficio Stampa Lega Romagna

Precedente Leggi precedente Tennis: Wta Praga, esordio vincente per Simona Halep

Leggi successivo San Marino. Under21: i Biancoazzurri tornano a Serravalle B Successivo

Lascia un commento Annulla risposta

Devi essere connesso per inviare un commento.

San Giovanni. Grave incidente: sul posto elisoccorso e vigili del fuoco

11/08/2020



a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica, l'Emilia-Romagna è quarta tra le regioni italiane

Reputazione turistica, l'Emilia-Romagna è quarta tra le regioni italiane

Classifica stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika, la Regione perde due posizioni

Redazione

11 agosto 2020 15:19

L'Emilia-Romagna manca per un pelo il podio: resta invece il Trentino-Alto Adige in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane, stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika e consultata in anteprima dall'Ansa. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione Trentino è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino-Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020.

Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana, con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. A seguire scende di due posizioni l'Emilia Romagna (104,2 punti): l'anno scorso la nostra regione era al secondo posto, dietro al Trentino e davanti al Veneto, con un punteggio di 109,7.

Poi Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7).

Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18esima dell'anno scorso.

a cura dell'ufficio stampa

Indagine sul turismo: l'Emilia Romagna perde due posizioni e scende dal podio

Indagine sul turismo: l'Emilia Romagna perde due posizioni e scende dal podio

L'anno scorso la nostra regione era al secondo posto, dietro al Trentino e davanti al Veneto, con un punteggio di 109,7, sceso adesso a 104,2

Redazione

11 agosto 2020 15:39

Indagine sul turismo: l'Emilia-Romagna perde due posizioni e manca il podio

LL'Emilia-Romagna manca per un pelo il podio: resta invece il Trentino-Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane, stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika e consultata in anteprima dall'Ansa. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione Trentino è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino-Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020.

Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana, con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. A seguire scende di due posizioni l'Emilia Romagna (104,2 punti): l'anno scorso la nostra regione era al secondo posto, dietro al Trentino e davanti al Veneto, con un punteggio di 109,7.

Indagine sul turismo: l'Emilia-Romagna perde due posizioni e manca il podio

"Poi Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7). Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18esima dell'anno scorso."

Potrebbe interessarti:

<https://www.ravennatoday.it/cronaca/indagine-sul-turismo-l-emilia-romagna-perde-due-posizioni-e-manca-il-podio.html>

a cura dell'ufficio stampa

Turismo. Il rating della reputazione di Demoskopika, in testa Trentino Alto Adige, Sicilia e Toscana (1)

Nel medagliere dell'Istituto di ricerca, la riconferma in vetta del Trentino - Alto Adige e due new entry: Sicilia e Toscana. Alla Sardegna il primato della migliore performance rispetto al 2019. Si amplia il numero degli indicatori scelti per il Regional Tourism Reputation Index di Demoskopika per il 2020.

di Livia Tartarone | Martedì 11 Agosto 2020

di Livia Tartarone

Martedì 11 Agosto 2020

Trento - 11 ago 2020 (Prima Pagina News)

Nel medagliere dell'Istituto di ricerca, la riconferma in vetta del Trentino - Alto Adige e due new entry: Sicilia e Toscana. Alla Sardegna il primato della migliore performance rispetto al 2019. Si amplia il numero degli indicatori scelti per il Regional Tourism Reputation Index di Demoskopika per il 2020.

È il Trentino -Alto Adige a confermare la sua prima posizione nella classifica generale, in quanto risulta essere la regione italiana che più di tutte dimostra di avere una maggiore reputazione turistica. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione, infatti, secondo lo schema metodologico predisposto da Demoskopika, è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". A conquistare la seconda posizione nel ranking generale, inoltre, è la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia. Si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. Performance, quest'ultima, generata dalla media dei punteggi delle graduatorie parziali emerse dai siti di ranking utilizzati e, cioè, con il maggior numero di recensioni totalizzate e di valutazioni positive sul totale delle strutture rilevate. Oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, circa 5 milioni di like e follower sulle reti sociali, poco più di 40 milioni le recensioni conteggiate e ben 533 mila le strutture ricettive osservate. Sono questi i numeri generati dalle regioni italiane per costruire la reputazione turistica delle destinazioni e sintetizzati dal Regional Tourism Reputation Index per il 2020, giunto al suo quarto anno consecutivo. Agli otto indicatori tradizionalmente osservati (visibilità e interesse dei portali turistici istituzionali regionali, social appeal presso gli stakeholder, popolarità, fiducia e tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, reputazione del sistema ricettivo) sono stati aggiunti altri due parametri: il primo mirato a rilevare le destinazioni preferite dagli italiani per le vacanze mentre il secondo incrementa, con l'aggiunta anche della piattaforma Google Travel, la numerosità delle strutture alberghiere ed extra-alberghiere sottoposte a valutazione. L'Istituto Demoskopika, nel tentativo di approfondire l'analisi sulle principali dinamiche che caratterizzano la costruzione della "reputazione turistica" a livello regionale, ha realizzato una ricerca nella quale si è voluto evidenziare, partendo dal monitoraggio di alcuni parametri essenzialmente di natura quantitativa, il grado di attenzione della "comunità di fruizione turistica" nei confronti dell'offerta promossa dalle regioni italiane. Obiettivo principale della ricerca - si legge nello studio di Demoskopika - è quello di fornire alcune utili indicazioni circa il livello di reputazione del sistema turistico regionale, mediante l'osservazione delle direzioni che qualificano alcuni indicatori, ritenuti "sensibili", quali la visibilità e l'interesse dei portali turistici istituzionali regionali e il loro social appeal presso gli stakeholder, la popolarità, la fiducia e le tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, la reputazione del sistema ricettivo. Pertanto, è stato creato uno stimatore ad hoc, il Regional Tourism Reputation Index (Rtr), in grado di prospettare e valutare gli andamenti aggiornati degli orientamenti, dei comportamenti e delle richieste di informazioni online da parte degli utenti del web, turisti potenziali e reali.(1-segue)

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright Prima Pagina News

a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica, l'Emilia-Romagna è quarta tra le regioni italiane

Reputazione turistica, l'Emilia-Romagna è quarta tra le regioni italiane

Classifica stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika, la Regione perde due posizioni

Redazione

11 agosto 2020 15:22

L'Emilia-Romagna manca per un pelo il podio: resta invece il Trentino-Alto Adige in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane, stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika e consultata in anteprima dall'Ansa. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione Trentino è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino-Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020.

Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana, con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. A seguire scende di due posizioni l'Emilia Romagna (104,2 punti): l'anno scorso la nostra regione era al secondo posto, dietro al Trentino e davanti al Veneto, con un punteggio di 109,7.

Poi Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7). Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18esima dell'anno scorso.

a cura dell'ufficio stampa

Indagine sul turismo: l'Emilia-Romagna perde due posizioni e manca il podio

Indagine sul turismo: l'Emilia-Romagna perde due posizioni e manca il podio

Scende di due posizioni l'Emilia Romagna (104,2 punti): l'anno scorso la nostra regione era al secondo posto, dietro al Trentino e davanti al Veneto, con un punteggio di 109,7

Redazione

11 agosto 2020 15:02

L'Emilia-Romagna manca per un pelo il podio: resta invece il Trentino-Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane, stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika e consultata in anteprima dall'Ansa. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione Trentino è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino-Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020.

Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana, con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. A seguire scende di due posizioni l'Emilia Romagna (104,2 punti): l'anno scorso la nostra regione era al secondo posto, dietro al Trentino e davanti al Veneto, con un punteggio di 109,7.

Poi Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7). Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18esima dell'anno scorso.

"L'Emilia Romagna è sempre meno attrattiva - commenta il consigliere regionale della Lega Massimiliano Pompignoli - Questo può significare due cose: le risorse investite in questi anni da Bonaccini per la promozione del brand Romagna non sono state sufficienti o, peggio ancora, sono state spese male. La nostra è una regione bellissima, con un potenziale inespresso e un turismo di qualità che questa Giunta non riesce a vedere né a valorizzare. Alcuni prodotti, come la Notte Rosa, sono vecchi, di scarsa qualità e già riproposti. Tutto ciò si riflette inevitabilmente sugli incassi degli operatori turistici e sullo sviluppo del territorio. La cosa che infine non fa ben sperare per il futuro della nostra regione è che dal borsino delle destinazioni realizzato da Demoskopika emerge che sarà principalmente il sud a trainare la ripresa del settore turistico italiano nella fase post Covid-19 e Sicilia, Toscana e Puglia sono le più regioni gettonate. A seguire Trentino-Alto Adige, Calabria, Sardegna e infine Emilia-Romagna. Questo studio stimola una riflessione più complessa attorno alla costruzione della reputazione turistica della nostra regione. È evidente che si pone la necessità, ma anche l'urgenza, di costruire una nuova strategia di promozione del turismo emiliano romagnolo, caratterizzata da una governance dinamica e condivisa tra i vari stakeholder del sistema pubblico-privato e che sia in grado di valorizzare il nostro sistema turistico. Solo in questo modo si potrà riportare l'Emilia Romagna tra le mete turistiche preferite dai viaggiatori italiani ed esteri".

a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica, l'Emilia è quarta

11 Agosto 2020 alle 9:23

Il Trentino - Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia".

In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020.

Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese.

A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7).

Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso.

a cura dell'ufficio stampa

Turismo, l'indagine Demoskopika pone l'Abruzzo al 15mo posto

Redazione Notizie D'Abruzzo 2 ore ago Economia

Oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, circa 5 milioni di like e follower sulle reti sociali, poco più di 40 milioni le recensioni e ben 533 mila le strutture ricettive: sono questi i numeri generati dalle regioni italiane per costruire la reputazione turistica delle destinazioni e sintetizzati dal Regional Tourism Reputation Index per il 2020, giunto al suo quarto anno consecutivo. Agli otto indicatori tradizionalmente osservati (visibilità e interesse dei portali turistici istituzionali regionali, social appeal presso gli stakeholder, popolarità, fiducia e tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, reputazione del sistema ricettivo) sono stati aggiunti altri due parametri: il primo mirato a rilevare le destinazioni preferite dagli italiani per le vacanze mentre il secondo incrementa, con l'aggiunta anche della piattaforma Google Travel, la numerosità delle strutture alberghiere ed extra-alberghiere sottoposte a valutazione. L'Istituto Demoskopika, nel tentativo di approfondire l'analisi sulle principali dinamiche che caratterizzano la costruzione della 'reputazione turistica' a livello regionale, ha realizzato una ricerca nella quale si è voluto evidenziare, partendo dal monitoraggio di alcuni parametri essenzialmente di natura quantitativa, il grado di attenzione della 'comunità' di fruizione turistica nei confronti dell'offerta promossa dalle regioni italiane.

È il Trentino -Alto Adige a confermare la sua prima posizione nella classifica generale, in quanto risulta essere la regione italiana che più di tutte dimostra di avere una maggiore reputazione turistica. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione, infatti, secondo lo schema metodologico predisposto da Demoskopika, è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione 'più social d'Italia'. A conquistare la seconda posizione nel ranking generale è la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia. Si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più 'apprezzato' del Belpaese. Performance, quest'ultima, generata dalla media dei punteggi delle graduatorie parziali emerse dai siti di ranking utilizzati e, cioè, con il maggior numero di recensioni totalizzate e di valutazioni positive sul totale delle strutture rilevate.

Alla Sardegna, infine, con 100,8 punti, spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019 meritando un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18esima dell'anno precedente. A condizionare positivamente la scalata, l'andamento crescente, nell'arco temporale individuato, sia del volume di offerta online che della popolarità web di cui gode la destinazione isolana. Appeal dei portali turistici: la strategia del Trentino - Alto Adige si conferma vincente. È il Trentino-Alto Adige, con 128,8 punti, a confermarsi, anche per il 2020, la destinazione più social d'Italia, ossia dotata di maggiore capacità di appeal, immediatamente seguita dalle Marche (115,1 punti) e dall'Emilia Romagna (105,6 punti). In particolare, il Trentino-Alto Adige ottiene, infatti, la visibilità più rilevante, con una dote complessiva di oltre 1,2 milioni di like e follower conteggiati dalle pagine social ufficiali (instagram, facebook e twitter) di promozione turistica del Trentino e dell'Alto Adige. Più che meritevole di attenzione anche l'interesse suscitato dalle pagine istituzionali delle Marche (115,1 punti) con ben 464 mila 'seguaci' e dell'Emilia Romagna (105,6 punti) con circa 230 mila 'apprezzamenti'. Fin qui, le destinazioni che hanno messo in campo una strategia più incisiva.

Tre le realtà non premiate dall'indice di Demoskopika: si va dalla Campania (90,9 punti) con 2,7 mila 'like e follower', ultima destinazione in classifica, alla Calabria (91,9 punti) con 30 mila 'like e follower' passando per il Molise (91,0 punti) con circa 5 mila 'mi piace e seguaci' sulla rete sociale istituzionale. Posizionamento online: è la Sicilia, la destinazione turistica 'più ricercata' d'Italia. Con quasi 300 mila risultati rilevati, il territorio isolano ottiene il massimo punteggio (133,3 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 2020?' per ciascuna regione, capace di offrire una valutazione preliminare del volume di offerta online di ciascuna destinazione turistica. Sul podio anche Sardegna (122,6 punti) e Toscana (107,4 punti) rispettivamente con 219 mila e 110 mila pagine indicizzate. Piazzamento al di sopra dei 100 punti anche per Puglia (102,5 punti) con 75 mila risultati e Calabria (100,3 punti) con 59 mila risultati. Popolarità sul web: medaglia d'oro alla Sardegna.

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: Sardegna, Sicilia, Toscana, Calabria, Puglia 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

a cura dell'ufficio stampa

Turismo, l'indagine Demoskopika pone l'Abruzzo al 15mo posto

monitorare la tendenza della destinazione e confrontarne il livello medio di popolarità. Il dettaglio dei risultati colloca la Sardegna, con una media di interesse nel tempo pari a 44 punti, in vetta alla classifica dell'indicatore ottenendo il punteggio più alto nel ranking parziale della popolarità (122,7 punti). Quasi a pari merito, la Sicilia (122,6 punti) con una media di interesse nel tempo pari a 43 punti. Seguono, con risultati rilevanti tra loro, altre quattro destinazioni: Toscana (121,2 punti), Calabria (105,3 punti), Puglia (104,6 punti) e Liguria (101,0 punti). Valutazioni: in Toscana il sistema ricettivo 'più apprezzato'. Complessivamente, è la Toscana, con 109,2 punti, a detenere il primato del sistema ricettivo più 'apprezzato' d'Italia che prevale al fotofinish sulla Basilicata (109,0 punti).

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. Distanze significative dal resto delle realtà regionali anche per il Trentino-Alto Adige con 108,9 punti, per il Lazio con 108,2 punti e per l'Emilia Romagna con 107,4 punti. 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 significa, con molta probabilità, più attenzione verso un determinato luogo o territorio. Il borsino delle destinazioni: Sicilia, Toscana e Puglia le più gettonate. Sarà principalmente il Sud a trainare la ripresa del settore turistico italiano nella fase post Covid-19. Sul podio delle mete turistiche più ricercate dagli italiani - secondo un sondaggio realizzato a fine maggio da Demoskopika che ha coinvolto un campione oltre 1.500 cittadini - si posizionano, infatti, due destinazioni del Mezzogiorno a forte trazione balneare, Sicilia e Puglia che hanno totalizzato rispettivamente il 12,7% e l'11,0%.

Tra loro si colloca la Toscana che si guadagna la 'medaglia d'argento' avendo raccolto l'11,9% delle preferenze dei turisti italiani. Decisamente rilevanti anche le indicazioni espresse per altre quattro destinazioni turistiche: Trentino-Alto Adige (8,3%), Calabria (8,1%), Emilia-Romagna (6,3%) e Sardegna (6,2%). Seguono, in un'area di appeal intermedio, Liguria (4,3%), Campania (4,0%), Veneto (3,9%), Abruzzo (3,6%), Lombardia (3,4%), Marche (3,3%) e Piemonte (3,3%). A chiudere la classifica delle preferenze degli italiani le rimanenti destinazioni turistiche: Lazio e Valle d'Aosta (2,3%), Umbria (1,9%), Basilicata (1,5%), Friuli Venezia Giulia (1,1%) e Molise (0,4%).

Di Redazione Notizie D'Abruzzo

a cura dell'ufficio stampa

Il turismo in Calabria è poco "social" e con una reputazione da migliorare

Il turismo in Calabria è poco "social" e con una reputazione da migliorare

di Giovanni Pastore -

11 Agosto 2020

La Calabria post lockdown prova a reagire alla crisi. Lo rivelano i diagrammi dell'industria delle vacanze e una importante conferma arriva anche dal rapporto annuale dell'istituto di statistiche “Demoskopika” sulla reputazione turistica delle destinazioni che registra buone performance in tre diverse graduatorie regionali pur conservando un sedicesimo posto nella classifica generale.

Poco incisive, per adesso, le strategie di promozione sulle reti sociali dell'offerta turistica regionale con una posizione nelle retrovie generata dal dato negativo di follower e like (30mila in tutto).

L'edizione integrale dell'articolo è disponibile sull'edizione cartacea della Gazzetta del Sud - edizione Calabria.

Scopri di più¹ nell'edizione digitale

Dalla Gazzetta del Sud in edicola. Per leggere tutto acquista il quotidiano o scarica la versione digitale

a cura dell'ufficio stampa

Trentino Alto Adige, meta prediletta dei turisti flagellata dal maltempo in Val di Genova

Trento - Forti temporali, frane, smottamenti e abitazioni evacuate nella notte in Trentino Alto Adige. A seguito della violenta ondata di maltempo che nella notte ha colpito alcune zone della regione più settentrionale d'Italia, a Vigo di Fassa causa uno smottamento, cinque abitazioni sono state evacuate. Nessuna persona è rimasta ferita ma, data l'instabilità complessiva della zona minacciata da una colata di fango e sassi, è stato preferito isolarla.

Paura in Val di Genova nel Trentino Occidentale dove due diverse frane e l'ingente quantità d'acqua facendo rigonfiare il corso d'acqua hanno bloccato a 1.300 metri in un rifugio una sessantina di persone che nel corso della serata sono state riportate a valle dalla macchina dei soccorsi.

In Alto Adige il temporale ha colpito in particolare la Bassa Pusteria, la zona di Bressanone e parte della Val Badia. Circa cento gli interventi da parte dei vigili del fuoco per rami ed alberi caduti, appartamenti, garage e scantinai allagati. Alcuni torrenti di montagna sono esondanti.

La strada provinciale 40 (Strada del Sole della Val Pusteria) tra Vandoies di Sotto e Terento è chiusa dopo una frana.

Giornate di preoccupazione per una delle mete più ambite d'Italia: l'Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'Istituto Demoskopika e consultata in anteprima dall'ANSA.

In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia".

In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020.

Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese.

A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7).

Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso.

a cura dell'ufficio stampa

Web Reputation: Trentino Alto Adige in testa

Il Trentino Alto Adige è la regione italiana che risulta avere la reputazione turistica più alta (113,6 punti) e, soprattutto, la migliore social reputation: è quanto emerge dal Regional Tourism Reputation Index per il 2020 realizzato per il quarto anno consecutivo da Demoskopika.

I numeri, ripresi da [ansa.it](https://www.ansa.it) parlano chiaro: con oltre 1,2 milioni di like e follower conteggiati tra le varie pagine social ufficiali (Instagram, Facebook e Twitter) di promozione turistica del Trentino e dell'Alto Adige, anche per quest'anno il Trentino Alto Adige si conferma essere la destinazione più social d'Italia.

A seguire sul podio le Marche (115,1 punti e 464mila "seguaci") e l'Emilia Romagna (105,6 punti e 230mila "apprezzamenti").

Lo studio completo può essere consultato a [questo link](#).

Livia Fabietti

a cura dell'ufficio stampa

Trentino Alto Adige ancora in vetta alla reputazione turistica

Analisi dell'Istituto Demoskopika su oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, 5 milioni di like e follower e 40 milioni di recensioni di 533.000 strutture ricettive.

By

Istituto Demoskopika ha diffuso i risultati della IV edizione del "Regional Tourism Reputation Index" per il 2020, la reputazione turistica delle varie realtà basata su oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, circa 5 milioni di "like" e "follower" sulle reti sociali, poco più di 40 milioni le recensioni e ben 533.000 strutture ricettive.

Agli otto indicatori tradizionalmente osservati (visibilità e interesse dei portali turistici istituzionali regionali, social appeal presso gli i portatori di pubblico interesse, popolarità, fiducia e tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, reputazione del sistema ricettivo) sono stati aggiunti altri due parametri: il primo mirato a rilevare le destinazioni preferite dagli italiani per le vacanze mentre il secondo incrementa, con l'aggiunta anche della piattaforma Google Travel, la numerosità delle strutture alberghiere ed extra-alberghiere sottoposte a valutazione.

L'Istituto Demoskopika, nel tentativo di approfondire l'analisi sulle principali dinamiche che caratterizzano la costruzione della reputazione turistica a livello regionale, ha realizzato una ricerca nella quale si è voluto evidenziare, partendo dal monitoraggio di alcuni parametri essenzialmente di natura quantitativa, il grado di attenzione della "comunità di fruizione turistica" nei confronti dell'offerta promossa dalle regioni italiane.

Il Trentino Alto Adige conferma la sua prima posizione nella classifica generale, in quanto risulta essere la regione italiana che più di tutte dimostra di avere una maggiore reputazione turistica. In particolare, il "Regional Tourism Reputation Index" della destinazione, secondo lo schema metodologico predisposto da Demoskopika, è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". A conquistare la seconda posizione nella classifica generale è la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra novità dopo la Sicilia: si tratta della Toscana, con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più apprezzato del Belpaese grazie alla media dei punteggi delle graduatorie parziali emerse dai siti di ranking utilizzati ovvero quelli con il maggior numero di recensioni totalizzate e di valutazioni positive sul totale delle strutture rilevate.

Alla Sardegna con 100,8 punti, spetta il primato della destinazione regionale con i migliori risultati rispetto al 2019 meritando un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel "Regional Tourism Reputation Index": per lei la VI posizione rispetto alla IXX dell'anno precedente. A condizionare positivamente la scalata, l'andamento crescente, nell'arco temporale individuato, sia del volume di offerta online che della popolarità web di cui gode la destinazione isolana.

Entrando nel dettaglio delle varie voci dell'indice, in fatto di attrattività dei portali turistici la strategia del Trentino Alto Adige si conferma vincente che con 128,8 punti si conferma anche per il 2020, la destinazione più social d'Italia, immediatamente seguita dalle Marche (115,1 punti) e dall'Emilia Romagna (105,6 punti). In particolare, il Trentino Alto Adige ottiene la visibilità più rilevante, con una dote complessiva di oltre 1,2 milioni di "like" e "follower" conteggiati dalle pagine social ufficiali (instagram, facebook e twitter) di promozione turistica del Trentino e dell'Alto Adige. Più che meritevole di attenzione anche l'interesse suscitato dalle pagine istituzionali delle Marche (115,1 punti) con ben 464.000 "follower" e dell'Emilia Romagna (105,6 punti) con circa 230.000 "like".

Tre le realtà non premiate dall'indice di Demoskopika: si va dalla Campania (90,9 punti) con 27.000 "like" e "follower", ultima destinazione in classifica, alla Calabria (91,9 punti) con 30.000 "like" e "follower", passando per il Molise (91,0 punti) con circa 50.000 "like" e "follower" sulla rete sociale istituzionale.

Alla voce "Posizionamento online", la Sicilia è la destinazione turistica "più ricercata" d'Italia. Con quasi 300.000 risultati rilevati, il territorio isolano ottiene il massimo punteggio (133,3 punti) nella classifica dell'indicatore "Ricerca della destinazione" ottenuto conteggiando le pagine indicizzate sul motore di ricerca Google della parola chiave "vacanze" seguita dal "nome destinazione 2020" per ciascuna regione, capace di offrire una valutazione preliminare del volume di offerta online di ciascuna destinazione turistica.

Sul podio anche Sardegna (122,6 punti) e Toscana (107,4 punti) rispettivamente con 219.000 e 110.000 pagine indicizzate. Piazzamento al di sopra dei 100 punti anche per Puglia (102,5 punti) con 75.000 risultati e Calabria (100,3 punti) con 59.000 risultati.

Spostando l'attenzione sul confronto della popolarità delle destinazioni oggetto dello studio, emergono alcuni andamenti

a cura dell'ufficio stampa

Trentino Alto Adige ancora in vetta alla reputazione turistica

caratterizzanti, nelle primissime posizioni con sei realtà: Sardegna, Sicilia, Toscana, Calabria, Puglia 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 Sardegna, con una media di interesse nel tempo pari a 44 punti, in vetta alla classifica dell'indicatore ottenendo il punteggio più alto nella classifica parziale della popolarità (122,7 punti). Quasi a pari merito, la Sicilia (122,6 punti) con una media di interesse nel tempo pari a 43 punti. Seguono, con risultati rilevanti tra loro, altre quattro destinazioni: Toscana (121,2 punti), Calabria (105,3 punti), Puglia (104,6 punti) e Liguria (101,0 punti).

Quanto alle valutazioni della reputazione turistica, in Toscana è il sistema ricettivo "più apprezzato" con 109,2 punti, che prevale per un'inezia sulla Basilicata (109,0 punti). Risultato ottenuto riparametrando le performance dei punteggi delle graduatorie parziali emerse dai siti di ranking utilizzati e con il maggior numero di recensioni totalizzate su TripAdvisor e di valutazioni positive sul totale delle strutture rilevate su Booking, Expedia e Google Travel.

Distanze significative dal resto delle realtà regionali anche per il Trentino Alto Adige con 108,9 punti, per il Lazio con 108,2 punti e per l'Emilia Romagna con 107,4 punti. 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 significa, con molta probabilità, più attenzione verso un determinato luogo o territorio.

Le destinazioni più gettonate dell'estate 2020 sono due realtà del Mezzogiorno a forte trazione balneare, Sicilia e Puglia, che hanno totalizzato rispettivamente il 12,7% e l'11,0. Tra loro si colloca la Toscana che si guadagna la "medaglia d'argento" avendo raccolto l'11,9% delle preferenze dei turisti italiani. Decisamente rilevanti anche le indicazioni espresse per altre quattro destinazioni turistiche: Trentino Alto Adige (8,3%), Calabria (8,1%), Emilia Romagna (6,3%) e Sardegna (6,2%). Seguono, in un'area di attrattività intermedia, Liguria (4,3%), Campania (4,0%), Veneto (3,9%), Abruzzo (3,6%), Lombardia (3,4%), Marche (3,3%) e Piemonte (3,3%). A chiudere la classifica delle preferenze degli italiani le rimanenti destinazioni turistiche: Lazio e Valle d'Aosta (2,3%), Umbria (1,9%), Basilicata (1,5%), Friuli Venezia Giulia (1,1%) e Molise (0,4%).

a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica: Veneto settimo, in vetta c'è il Trentino-Alto Adige

Veneto in settima posizione, il Trentino-Alto Adige in vetta: sorride al Nordest la classifica della reputazione turistica stilata dall'istituto Demoskopika con riferimento all'estate 2020. Oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, circa 5 milioni di like e follower sulle reti sociali, poco più di 40 milioni le recensioni conteggiate e ben 533 mila le strutture ricettive osservate. Sono questi i numeri generati dalle regioni italiane per costruire la reputazione turistica delle destinazioni e sintetizzati dal Regional Tourism Reputation Index per il 2020, giunto al suo quarto anno consecutivo.

Sono otto gli indicatori tradizionalmente osservati dalla ricerca: visibilità e interesse dei portali turistici istituzionali regionali, social appeal presso gli stakeholder, popolarità, fiducia e tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, reputazione del sistema ricettivo.

A questi, ne sono stati aggiunti altri due: il primo mirato a rilevare le destinazioni preferite dagli italiani per le vacanze mentre il secondo incrementa, con l'aggiunta anche della piattaforma Google Travel, la numerosità delle strutture alberghiere ed extra-alberghiere sottoposte a valutazione.

Sul podio della reputazione turistica Sicilia e Toscana

Il Trentino-Alto Adige conferma la sua prima posizione nella classifica generale, in quanto risulta essere la regione italiana che più di tutte dimostra di avere una maggiore reputazione turistica. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia".

A conquistare la seconda posizione nel ranking generale è la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020.

Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: la Toscana con 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. Performance, quest'ultima, generata dalla media dei punteggi delle graduatorie parziali emerse dai siti di ranking utilizzati e, cioè, con il maggior numero di recensioni totalizzate e di valutazioni positive sul totale delle strutture rilevate. A seguire, secondo quanto rivela l'Ansa, ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1) e Marche (101,8). In settima posizione ecco il Veneto (101,6) che sopravanza Puglia (100,9), Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7) a chiudere la top ten. Borsino delle destinazioni: il 3,9% preferisce il Veneto

Demoskopika ha inoltre calcolato il borsino delle destinazioni dell'estate 2020. Sicilia, Toscana e Puglia le più gettonate. Sarà principalmente il Sud a trainare la ripresa del settore turistico italiano nella fase post Covid-19. Sul podio delle mete turistiche più ricercate dagli italiani - secondo un sondaggio realizzato a fine maggio da Demoskopika che ha coinvolto un campione oltre 1.500 cittadini - si posizionano, infatti, due destinazioni del Mezzogiorno a forte trazione balneare, Sicilia e Puglia che hanno totalizzato rispettivamente il 12,7% e l'11,0%.

Tra loro si colloca la Toscana che si guadagna la "medaglia d'argento" avendo raccolto l'11,9% delle preferenze dei turisti italiani. Decisamente rilevanti anche le indicazioni espresse per altre quattro destinazioni turistiche: Trentino-Alto Adige (8,3%), Calabria (8,1%), Emilia-Romagna (6,3%) e Sardegna (6,2%).

Seguono, in un'area di appeal intermedio, Liguria (4,3%), Campania (4,0%), Veneto (3,9%), Abruzzo (3,6%), Lombardia (3,4%), Marche (3,3%) e Piemonte (3,3%). A chiudere la classifica delle preferenze degli italiani le rimanenti destinazioni turistiche: Lazio e Valle d'Aosta (2,3%), Umbria (1,9%), Basilicata (1,5%), Friuli Venezia Giulia (1,1%) e Molise (0,4%).

a cura dell'ufficio stampa

La Sardegna nella top ten delle Regioni con la più alta "reputazione turistica"

L'Isola in un anno ha guadagnato ben nove posti

(Archivio L'Unione Sarda - Solinas)

Ottima performance della Sardegna in termini di "reputazione turistica", vale a dire la capacità di intercettare i turisti attraverso social e web in generale: rispetto al 2019, l'Isola ha fatto con un balzo in avanti di ben nove posizioni nel Regional Tourism Reputation Index, da 18esima a sesta.

Nella classifica stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika, risulta in vetta il Trentino Alto Adige che sfoggia un indice Regional Tourism Reputation della destinazione pari a 113,6 punti.

In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020.

Al terzo posto la Toscana con ben 109,2 punti totalizzati.

A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten appunto Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7).

COME FUNZIONA - Per costruire la reputazione turistica delle destinazioni le Regioni generano oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, circa 5 milioni di like e follower sulle reti sociali, poco più di 40 milioni le recensioni e ben 533mila le strutture ricettive osservate.

Il Trentino Alto Adige, con 128,8 punti e gli oltre 1,2 milioni di like e follower conteggiati dalle pagine social ufficiali, si conferma anche quest'anno la destinazione più social d'Italia, immediatamente seguita dalle Marche (115,1 punti) e dall'Emilia Romagna (105,6 punti).

Con quasi 300mila risultati rilevati, la Sicilia invece ottiene il massimo punteggio (133,3 punti) come destinazione turistica "più ricercata" d'Italia seguita da Sardegna (122,6 punti) e Toscana (107,4 punti).

Quanto alla popolarità delle destinazioni, emerge ancora la Sardegna quasi a pari merito con la Sicilia (122,6 punti) con una media di interesse nel tempo pari a 43 punti. E' la Toscana, con 109,2 punti, invece, a detenere il primato del sistema ricettivo più "apprezzato" d'Italia prevalendo al fotofinish sulla Basilicata (109,0 punti).

"Il nostro studio - commenta il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio - stimola alcune considerazioni su un aspetto che ruota attorno alla costruzione della reputazione turistica delle destinazioni regionali: la necessità di una strategia integrata e condivisa tra i vari stakeholder del sistema pubblico-privato".

"Basta analizzare la recente polemica tra le principali associazioni di rappresentanza degli operatori turistici e l'Enit - aggiunge Rio - per comprendere che la governance teorica dei sistemi turistici, tanto decantata nei documenti strategici quanto sfuggente nelle fasi attuative della programmazione, dovrebbe cedere il passo alla governance dinamica incentrata a valorizzare gli orientamenti e le visioni della molteplicità dei soggetti attivi nello sviluppo e nella promozione del turismo italiano".

(Unioneonline/D)

a cura dell'ufficio stampa

Demoskopika: Ciacciarelli (Lega): Lazio tra ultime posizioni, investire sul brand

Per visualizzare l'articolo integrale bisogna essere abbonati.

Per sottoscrivere un abbonamento contatta gli uffici commerciali all'indirizzo marketing@agcult.it.

Se invece vuoi ricevere settimanalmente una selezione delle notizie pubblicate da AgCult registrati alla Newsletter settimanale gratuita.

a cura dell'ufficio stampa

Turismo. Il rating della reputazione di Demoskopika per il 2020

PrM 1 -- 10 Agosto 2020

Nel medagliere dell'Istituto di ricerca, la riconferma in vetta del Trentino - Alto Adige e due new entry: Sicilia e Toscana. Alla Sardegna il primato della migliore performance rispetto al 2019. Si amplia il numero degli indicatori scelti per il Regional Tourism Reputation Index di Demoskopika per il 2020.

Oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, circa 5 milioni di like e follower sulle reti sociali, poco più di 40 milioni le recensioni conteggiate e ben 533 mila le strutture ricettive osservate. Sono questi i numeri generati dalle regioni italiane per costruire la reputazione turistica delle destinazioni e sintetizzati dal Regional Tourism Reputation Index per il 2020, giunto al suo quarto anno consecutivo. Agli otto indicatori tradizionalmente osservati (visibilità e interesse dei portali turistici istituzionali regionali, social appeal presso gli stakeholder, popolarità, fiducia e tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, reputazione del sistema ricettivo) sono stati aggiunti altri due parametri: il primo mirato a rilevare le destinazioni preferite dagli italiani per le vacanze mentre il secondo incrementa, con l'aggiunta anche della piattaforma Google Travel, la numerosità delle strutture alberghiere ed extra-alberghiere sottoposte a valutazione.

L'Istituto Demoskopika, nel tentativo di approfondire l'analisi sulle principali dinamiche che caratterizzano la costruzione della "reputazione turistica" a livello regionale, ha realizzato una ricerca nella quale si è voluto evidenziare, partendo dal monitoraggio di alcuni parametri essenzialmente di natura quantitativa, il grado di attenzione della "comunità di fruizione turistica" nei confronti dell'offerta promossa dalle regioni italiane.

Obiettivo principale della ricerca - si legge nello studio di Demoskopika - è quello di fornire alcune utili indicazioni circa il livello di reputazione del sistema turistico regionale, mediante l'osservazione delle direzioni che qualificano alcuni indicatori, ritenuti "sensibili", quali la visibilità e l'interesse dei portali turistici istituzionali regionali e il loro social appeal presso gli stakeholder, la popolarità, la fiducia e le tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, la reputazione del sistema ricettivo. Pertanto, è stato creato uno stimatore ad hoc, il Regional Tourism Reputation Index (Rtr), in grado di prospettare e valutare gli andamenti aggiornati degli orientamenti, dei comportamenti e delle richieste di informazioni online da parte degli utenti del web, turisti potenziali e reali.

E' il Trentino -Alto Adige a confermare la sua prima posizione nella classifica generale, in quanto risulta essere la regione italiana che più di tutte dimostra di avere una maggiore reputazione turistica. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione, infatti, secondo lo schema metodologico predisposto da Demoskopika, è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". A conquistare la seconda posizione nel ranking generale, inoltre, è la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia. Si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. Performance, quest'ultima, generata dalla media dei punteggi delle graduatorie parziali emerse dai siti di ranking utilizzati e, cioè, con il maggior numero di recensioni totalizzate e di valutazioni positive sul totale delle strutture rilevate.

Alla Sardegna, infine, con 100,8 punti, spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019 meritando un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18esima dell'anno precedente. A condizionare positivamente la scalata, l'andamento crescente, nell'arco temporale individuato, sia del volume di offerta online che della popolarità web di cui gode la destinazione isolana.

«Il nostro studio - commenta il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio - stimola alcune considerazioni su un aspetto che ruota attorno alla costruzione della reputazione turistica delle destinazioni regionali: la necessità di una strategia integrata e condivisa tra i vari stakeholder del sistema pubblico-privato. Basta analizzare la recente polemica tra le principali associazioni di rappresentanza degli operatori turistici e l'Enit - precisa Raffaele Rio - per comprendere che la governance teorica dei sistemi turistici, tanto decantata nei documenti strategici quanto sfuggente nelle fasi attuative della programmazione, dovrebbe cedere il passo alla governance dinamica incentrata a valorizzare gli orientamenti e le visioni della molteplicità dei soggetti attivi nello sviluppo e nella promozione del turismo italiano. L'offerta turistica di una destinazione - conclude il presidente dell'Istituto Demoskopika - deve essere, quindi, messa a punto in collaborazione con tutti i soggetti interessati del settore pubblico e privato. Una strategia simile potrebbe produrre evidenti benefici, contribuendo a un impiego più incisivo e ottimale delle risorse comunitarie oltre a caratterizzare di maggiore consapevolezza gli obiettivi della programmazione turistica territoriale».

a cura dell'ufficio stampa

Turismo. Il rating della reputazione di Demoskopika per il 2020

Appeal dei portali turistici: la strategia del Trentino - Alto Adige si conferma vincente. È il Trentino-Alto Adige, con 128,8 punti, a confermarsi, anche per il 2020, la destinazione più social d'Italia, ossia dotata di maggiore capacità di appeal, immediatamente seguita dalle Marche (115,1 punti) e dall'Emilia Romagna (105,6 punti). In particolare, il Trentino-Alto Adige ottiene, infatti, la visibilità più rilevante, con una dote complessiva di oltre 1,2 milioni di like e follower conteggiati dalle pagine social ufficiali (instagram, facebook e twitter) di promozione turistica del Trentino e dell'Alto Adige. Più che meritevole di attenzione anche l'interesse suscitato dalle pagine istituzionali delle Marche (115,1 punti) con ben 464 mila "seguaci" e dell'Emilia Romagna (105,6 punti) con circa 230 mila "apprezzamenti".

Fin qui, le destinazioni che hanno messo in campo una strategia più incisiva. Ma quelle più deludenti nella promozione sulle reti sociali dell'offerta turistica regionale? Tre, senza alcun dubbio, le realtà non premiate dall'indice di Demoskopika: si va dalla Campania (90,9 punti) con appena 2,7 mila "like e follower", ultima destinazione in classifica, alla Calabria (91,9 punti) con 30 mila "like e follower" passando per il Molise (91,0 punti) con circa 5 mila "mi piace e seguaci" sulla rete sociale istituzionale. Posizionamento online: è la Sicilia, la destinazione turistica "più ricercata" d'Italia. Con quasi 300 mila risultati rilevati, il territorio isolano ottiene il massimo punteggio (133,3 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 2020" per ciascuna regione, capace di offrire una valutazione preliminare del volume di offerta online di ciascuna destinazione turistica. Sul podio anche Sardegna (122,6 punti) e Toscana (107,4 punti) rispettivamente con 219 mila e 110 mila pagine indicizzate. Piazzamento al di sopra dei 100 punti anche per Puglia (102,5 punti) con 75 mila risultati e Calabria (100,3 punti) con 59 mila risultati.

Popolarità sul web: medaglia d'oro alla Sardegna. 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: Sardegna, Sicilia, Toscana, Calabria, Puglia 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 Sardegna, con una media di interesse nel tempo pari a 44 punti, in vetta alla classifica dell'indicatore ottenendo il punteggio più alto nel ranking parziale della popolarità (122,7 punti). Quasi a pari merito, la Sicilia (122,6 punti) con una media di interesse nel tempo pari a 43 punti. Seguono, con risultati rilevanti tra loro, altre quattro destinazioni: Toscana (121,2 punti), Calabria (105,3 punti), Puglia (104,6 punti) e Liguria (101,0 punti).

Valutazioni: in Toscana il sistema ricettivo "più apprezzato". Complessivamente, è la Toscana, con 109,2 punti, a detenere il primato del sistema ricettivo più "apprezzato" d'Italia che prevale al fotofinish sulla Basilicata (109,0 punti). 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. Distanze significative dal resto delle realtà regionali anche per il Trentino-Alto Adige con 108,9 punti, per il Lazio con 108,2 punti e per l'Emilia Romagna con 107,4 punti. 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 significa, con molta probabilità, più attenzione verso un determinato luogo o territorio.

Il borsino delle destinazioni: Sicilia, Toscana e Puglia le più gettonate. Sarà principalmente il Sud a trainare la ripresa del settore turistico italiano nella fase post Covid-19. Sul podio delle mete turistiche più ricercate dagli italiani - secondo un sondaggio realizzato a fine maggio da Demoskopika che ha coinvolto un campione oltre 1.500 cittadini - si posizionano, infatti, due destinazioni del Mezzogiorno a forte trazione balneare, Sicilia e Puglia che hanno totalizzato rispettivamente il 12,7% e l'11,0%. Tra loro si colloca la Toscana che si guadagna la "medaglia d'argento" avendo raccolto l'11,9% delle preferenze dei turisti italiani. Decisamente rilevanti anche le indicazioni espresse per altre quattro destinazioni turistiche: Trentino-Alto Adige (8,3%), Calabria (8,1%), Emilia-Romagna (6,3%) e Sardegna (6,2%). Seguono, in un'area di appeal intermedio, Liguria (4,3%), Campania (4,0%), Veneto (3,9%), Abruzzo (3,6%), Lombardia (3,4%), Marche (3,3%) e Piemonte (3,3%). A chiudere la classifica delle preferenze degli italiani le rimanenti destinazioni turistiche: Lazio e Valle d'Aosta (2,3%), Umbria (1,9%), Basilicata (1,5%), Friuli Venezia Giulia (1,1%) e Molise (0,4%).

a cura dell'ufficio stampa

Turismo. Il rating della reputazione di Demoskopika per il 2020



a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta

(ANSA) - ROMA, 10 AGO - Il Trentino - Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika e consultata in anteprima dall'ANSA. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7). Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso. (ANSA).

CNZ

a cura dell'ufficio stampa

Il Trentino è la regione più "social" Ma la più cliccata è la Sicilia - Italia a Tavola

Trentino Alto Adige, Sicilia e Toscana in testa alle preferenze dei vacanzieri italiani. Non solo per le loro località turistiche, ma grazie soprattutto al loro sistema di accoglienza, apprezzato sul web ancor prima che sul posto.

Un suggestivo paesaggio dolomitico

Tra conferme e novità, il nuovo report dell'istituto Demoskopika sulla reputazione turistica delle regioni italiane, ha decretato il Trentino Alto Adige alla testa della classifica per il quarto anno consecutivo. I dati della ricerca, anticipati poco fa dall'Ansa, raccontano di due regioni nuove tra le prime tre posizioni. Alle spalle del Trentino spiccano infatti la Sicilia e la Toscana.

A pesare più che positivamente sul primo posto del Trentino Alto Adige, oltre ai suoi paesaggi dolomitici, è stato il risultato ottenuto da questa regione come destinazione "più social d'Italia". Alle sue spalle la Sicilia, che ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020.

Sul terzo gradino del podio, un'altra new entry, la Toscana che ha scalato posizioni rispetto al 2019 per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. A seguire ci sono Emilia Romagna, Lazio, Marche, Veneto e Puglia. Al nono posto si è posizionata la Sardegna (davanti alla Basilicata, ultima della top ten) cui spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index.

© Riproduzione riservata

a cura dell'ufficio stampa

***TURISMO, REPUTAZIONE, TRENTINO-ALTO ADIGE IN TESTA (3) 14:28 10/8/2020
Entra nella news/abbonati»***

TURISMO, REPUTAZIONE, TRENTINO-ALTO ADIGE IN TESTA (3)

Roma 10 ago - «Il nostro studio - commenta il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio - stimola alcune considerazioni su un aspetto che ruota attorno alla costruzione della reputazione turistica delle destinazioni regionali: la necessità di una strategia integrata e condivisa tra i vari stakeholde... (© 9Colonne - citare la fonte)

a cura dell'ufficio stampa

Turismo, Sicilia al secondo posto tra le regioni con la migliore reputazione

2 minuti di lettura

L'Istituto Demoskopika ha stilato la classifica 2020 della reputazione turistica delle regioni italiane: la Sicilia si trova i gradini più alti.

Torna la classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata dall'Istituto Demoskopika e consultata in anticipo dall'ANSA. Il Trentino-Alto Adige resta in vetta alla classifica. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino-Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia".

Secondo posto per la Sicilia

In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020.

Al terzo posto altra new-entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese.

Seguono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7).

Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso.

a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta

Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta

10 Agosto 2020

(ANSA) - ROMA, 10 AGO - Il Trentino - Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika e consultata in anteprima dall'ANSA. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7). Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso. (ANSA).

a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica, Emilia-Romagna quarta regione in Italia

Sono i dati della classifica Demoskopika. Sul podio anche Sicilia e Toscana
10 ago 2020

Prima regione italiana per la reputazione turistica è il Trentino - Alto Adige, che è anche destinazione "più social d'Italia". A dirlo è la classifica stilata dall'Istituto Demoskopika. A seguire, sul podio, la Sicilia che ha dimostrato di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e di essere anche la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto la Toscana, che ha scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. L'Emilia- Romagna è quarta. Nella classifica dello scorso anno era seconda, preceduta soltanto dal Trentino - Alto Adige. Seguono Lazio, Marche, Veneto, Puglia. Chiudono la top ten Sardegna e Basilicata. Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso.

a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta

(ANSA) - ROMA, 10 AGO - Il Trentino - Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika e consultata in anteprima dall'ANSA. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia".

In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020.

Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese.

A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9).

Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7).

Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso. (ANSA).

a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta

(ANSA) - ROMA, 10 AGO - Il Trentino - Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika e consultata in anteprima dall'ANSA. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7). Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso. (ANSA).

CNZ

a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta

(ANSA) - ROMA, 10 AGO - Il Trentino - Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika e consultata in anteprima dall'ANSA. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7). Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso. (ANSA).

a cura dell'ufficio stampa

Demoskopika, Valle d'Aosta 'fuori' dalle prime 10 regioni italiane per reputazione turistica

Turisti assistono a una désarpa (foto Enrico Romanzi)

Come nel 2019 anche quest'anno, pur segnato dall'emergenza Covid-19, la Valle d'Aosta resta fuori dalla 'top ten' della classifica sulla reputazione turistica delle regioni italiane stilata da Demoskopika. In attesa di conoscere la posizione in classifica della nostra regione per il 2020 (lo scorso anno era 13esima), l'agenzia Ansa di Roma ha anticipato che il Trentino-Alto Adige resta in vetta alla classifica delle regioni italiane più apprezzate per offerta e gestione turistica. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation del Trentino è pari a 113,6 punti; a pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro della regione del e, il primo posto quale destinazione 'più social d'Italia'.

In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020.

Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese.

A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7).

Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18esima dell'anno scorso.

i.d



a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta

Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta

Demoskopika, sul podio Sicilia e Toscana, balzo della Sardegna

Redazione ANSA ROMA

Stampa Scrivi alla redazione

(ANSA) - ROMA, 10 AGO - Il Trentino - Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika e consultata in anteprima dall'ANSA. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7). Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso. (ANSA).

Ottieni il codice embed

a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica. Per Demoskopika l'Emilia Romagna è quarta

In foto: credits ph © Luca Lucchesi
di Redazione

lun 10 ago 2020 12:32

Non sul podio, ma comunque un buon risultato per la regione Emilia Romagna che è quarta nella classifica della reputazione turistica delle regioni italiane, stilata per il quarto anno consecutivi dall'istituto Demoskopika. Alcune anticipazioni sono state rese note da Ansa. In vitta resta il Trentino - Alto Adige con l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7).



a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta

Demoskopika, sul podio Sicilia e Toscana, balzo della Sardegna

NordEst - Il Trentino - Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika.

In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia".

In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020.

Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese.

A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7).

Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso.

a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta

Demoskopika, sul podio Sicilia e Toscana, balzo della Sardegna

Facebook Twitter LinkedIn Mail

Ottieni il codice embed

© ANSA/

(ANSA) - ROMA, 10 AGO - Il Trentino - Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika e consultata in anteprima dall'ANSA. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia".

In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020.

Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese.

A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9).

Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7).

Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso.

(ANSA).

Luoghi d'arte nei pressi di "Roma" Mostra altri >

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA



a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta



a cura dell'ufficio stampa

Indice di reputazione turistica Sicilia seconda dietro al Trentino

Indice di reputazione turistica

Sicilia seconda dietro al Trentino

L'indagine condotta per il quarto anno da Demoskopika

LA CLASSIFICA

ROMA - Il Trentino - Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika e consultata in anteprima dall'ANSA. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia".

In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati.

Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7). Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso. (ANSA).

Pubblicato il

10 Agosto 2020, 11:26

a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta

(ANSA) - ROMA, 10 AGO - Il Trentino - Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika e consultata in anteprima dall'ANSA. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7). Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso. (ANSA).

CNZ

a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta

Demoskopika, sul podio Sicilia e Toscana, balzo della Sardegna

lunedì 10 agosto 2020 11:20

(ANSA) - ROMA, 10 AGO - Il Trentino - Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika e consultata in anteprima dall'ANSA. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7). Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso. (ANSA).

a cura dell'ufficio stampa

Turismo, il Trentino Alto Adige in vetta alla classifica delle regioni con la migliore reputazione, bene anche il Veneto

Nordest > Primo Piano

Lunedì 10 Agosto 2020

Il Trentino Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika e consultata in anteprima dall'ANSA. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino Alto Adige, il primo posto quale destinazione «più social d'Italia».

In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più «apprezzato» del Belpaese. A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7). Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso.

a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta

Demoskopika, sul podio Sicilia e Toscana, balzo della Sardegna

10 Agosto 2020

ROMA, 10 AGO - Il Trentino - Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika e consultata in anteprima dall'ANSA. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7). Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso. (ANSA).

a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica: la Sicilia seconda in Italia, ma è la meta preferita del 2020

La speciale classifica stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika

ROMA - Il Trentino - Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika e consultata in anteprima dall'ANSA. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione «più social d'Italia».

In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020.

Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese.

A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7).

Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18ª dell'anno scorso.

COPYRIGHT LASICILIA.IT © RIPRODUZIONE RISERVATA

a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica: il Trentino Alto Adige resta in vetta, alla Sardegna la miglior performance

A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". In seconda posizione la Sicilia.

di Ansa

Il Trentino - Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika e consultata in anteprima dall'ANSA. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia".

In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese.

A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7). Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso.

10 agosto 2020



a cura dell'ufficio stampa

DEMOSKOPIKA: IL TRENTINO ALTO-ADIGE LA REGIONE CON LA MIGLIOR REPUTAZIONE TURISTICA

ROMA\ aise\ - Oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, circa 5 milioni di like e follower sulle reti sociali, poco più di 40 milioni le recensioni conteggiate e ben 533 mila le strutture ricettive osservate. Sono questi i numeri generati dalle regioni italiane per costruire la reputazione turistica delle destinazioni e sintetizzati dal Regional Tourism Reputation Index per il 2020, indice dell'Istituto Demoskopika che vuole approfondire l'analisi sulle principali dinamiche che caratterizzano la costruzione della "reputazione turistica" a livello regionale. Prima posizione in classifica generale è il Trentino-Alto Adige, che conferma il suo primato in quanto risulta essere la ragione italiana che più di tutte dimostra avere una maggiore reputazione turistica.

Obiettivo principale della ricerca - si legge nello studio di Demoskopika - è quello di fornire alcune utili indicazioni circa il livello di reputazione del sistema turistico regionale, mediante l'osservazione delle direzioni che qualificano alcuni indicatori, ritenuti "sensibili", quali la visibilità e l'interesse dei portali turistici istituzionali regionali e il loro social appeal presso gli stakeholder, la popolarità, la fiducia e le tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, la reputazione del sistema ricettivo. Pertanto, è stato creato uno stimatore ad hoc, il Regional Tourism Reputation Index (Rtr), in grado di prospettare e valutare gli andamenti aggiornati degli orientamenti, dei comportamenti e delle richieste di informazioni online da parte degli utenti del web, turisti potenziali e reali.

In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione, infatti, secondo lo schema metodologico predisposto da Demoskopika, è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". A conquistare la seconda posizione nel ranking generale, inoltre, è la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia. Si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. Performance, quest'ultima, generata dalla media dei punteggi delle graduatorie parziali emerse dai siti di ranking utilizzati e, cioè, con il maggior numero di recensioni totalizzate e di valutazioni positive sul totale delle strutture rilevate.

Alla Sardegna, infine, con 100,8 punti, spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019 meritando un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18esima dell'anno precedente. A condizionare positivamente la scalata, l'andamento crescente, nell'arco temporale individuato, sia del volume di offerta online che della popolarità web di cui gode la destinazione isolana.

"Il nostro studio - commenta il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio - stimola alcune considerazioni su un aspetto che ruota attorno alla costruzione della reputazione turistica delle destinazioni regionali: la necessità di una strategia integrata e condivisa tra i vari stakeholder del sistema pubblico-privato. Basta analizzare la recente polemica tra le principali associazioni di rappresentanza degli operatori turistici e l'Enit - precisa Raffaele Rio - per comprendere che la governance teorica dei sistemi turistici, tanto decantata nei documenti strategici quanto sfuggente nelle fasi attuative della programmazione, dovrebbe cedere il passo alla governance dinamica incentrata a valorizzare gli orientamenti e le visioni della molteplicità dei soggetti attivi nello sviluppo e nella promozione del turismo italiano. L'offerta turistica di una destinazione - conclude il presidente dell'Istituto Demoskopika - deve essere, quindi, messa a punto in collaborazione con tutti i soggetti interessati del settore pubblico e privato. Una strategia simile potrebbe produrre evidenti benefici, contribuendo a un impiego più incisivo e ottimale delle risorse comunitarie oltre a caratterizzare di maggiore consapevolezza gli obiettivi della programmazione turistica territoriale".

Appeal dei portali turistici: la strategia del Trentino-Alto Adige si conferma vincente. È il Trentino-Alto Adige, infatti, che con 128,8 punti, si conferma, anche per il 2020, la destinazione più social d'Italia, ossia dotata di maggiore capacità di appeal, immediatamente seguita dalle Marche (115,1 punti) e dall'Emilia Romagna (105,6 punti). In particolare, il Trentino-Alto Adige ottiene, infatti, la visibilità più rilevante, con una dote complessiva di oltre 1,2 milioni di like e follower conteggiati dalle pagine social ufficiali (instagram, facebook e twitter) di promozione turistica del Trentino e dell'Alto Adige. Più che meritevole di attenzione anche l'interesse suscitato dalle pagine istituzionali delle Marche (115,1 punti) con ben 464 mila "seguaci" e dell'Emilia Romagna (105,6 punti) con circa 230 mila "apprezzamenti".

Fin qui, le destinazioni che hanno messo in campo una strategia più incisiva. Ma quelle più deludenti nella promozione sulle reti sociali dell'offerta turistica regionale? Tre, senza alcun dubbio, le realtà non premiate dall'indice di Demoskopika: si va dalla Campania (90,9 punti) con appena 2,7 mila "like e follower", ultima destinazione in classifica, alla Calabria (91,9 punti) con 30 mila "like e follower" passando per il Molise (91,0 punti) con circa 5 mila "mi piace e seguaci" sulla rete sociale istituzionale. Posizionamento online: è la Sicilia, la destinazione turistica "più ricercata" d'Italia. Con quasi 300 mila risultati rilevati, il

a cura dell'ufficio stampa

DEMOSKOPIKA: IL TRENTINO ALTO-ADIGE LA REGIONE CON LA MIGLIOR REPUTAZIONE TURISTICA

territorio isolano ottiene il massimo punteggio (133,3 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 2020" per ciascuna regione, capace di offrire una valutazione preliminare del volume di offerta online di ciascuna destinazione turistica. Sul podio anche Sardegna (122,6 punti) e Toscana (107,4 punti) rispettivamente con 219 mila e 110 mila pagine indicizzate. Piazzamento al di sopra dei 100 punti anche per Puglia (102,5 punti) con 75 mila risultati e Calabria (100,3 punti) con 59 mila risultati.

Popolarità sul web: medaglia d'oro alla Sardegna. 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: Sardegna, Sicilia, Toscana, Calabria, Puglia 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 Sardegna, con una media di interesse nel tempo pari a 44 punti, in vetta alla classifica dell'indicatore ottenendo il punteggio più alto nel ranking parziale della popolarità (122,7 punti). Quasi a pari merito, la Sicilia (122,6 punti) con una media di interesse nel tempo pari a 43 punti. Seguono, con risultati rilevanti tra loro, altre quattro destinazioni: Toscana (121,2 punti), Calabria (105,3 punti), Puglia (104,6 punti) e Liguria (101,0 punti).

Valutazioni: in Toscana il sistema ricettivo "più apprezzato". Complessivamente, è la Toscana, con 109,2 punti, a detenere il primato del sistema ricettivo più "apprezzato" d'Italia che prevale al fotofinish sulla Basilicata (109,0 punti). 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. Distanze significative dal resto delle realtà regionali anche per il Trentino-Alto Adige con 108,9 punti, per il Lazio con 108,2 punti e per l'Emilia Romagna con 107,4 punti. 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 significa, con molta probabilità, più attenzione verso un determinato luogo o territorio.

Il borsino delle destinazioni: Sicilia, Toscana e Puglia le più gettonate. Sarà principalmente il Sud a trainare la ripresa del settore turistico italiano nella fase post Covid-19. Sul podio delle mete turistiche più ricercate dagli italiani - secondo un sondaggio realizzato a fine maggio da Demoskopika che ha coinvolto un campione oltre 1.500 cittadini - si posizionano, infatti, due destinazioni del Mezzogiorno a forte trazione balneare, Sicilia e Puglia che hanno totalizzato rispettivamente il 12,7% e l'11,0%. Tra loro si colloca la Toscana che si guadagna la "medaglia d'argento" avendo raccolto l'11,9% delle preferenze dei turisti italiani. Decisamente rilevanti anche le indicazioni espresse per altre quattro destinazioni turistiche: Trentino-Alto Adige (8,3%), Calabria (8,1%), Emilia-Romagna (6,3%) e Sardegna (6,2%). Seguono, in un'area di appeal intermedio, Liguria (4,3%), Campania (4,0%), Veneto (3,9%), Abruzzo (3,6%), Lombardia (3,4%), Marche (3,3%) e Piemonte (3,3%). A chiudere la classifica delle preferenze degli italiani le rimanenti destinazioni turistiche: Lazio e Valle d'Aosta (2,3%), Umbria (1,9%), Basilicata (1,5%), Friuli Venezia Giulia (1,1%) e Molise (0,4%). (aise)

a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica, il Trentino Alto...

Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta

(ANSA) - ROMA, 10 AGO - Il Trentino - Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika e consultata in anteprima dall'ANSA. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7). Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso. (ANSA).

ANSA

a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica, la Calabria migliora (ma è solo sedicesima)

Il rating di Demoskopika per il 2020. Nel medagliere dell'Istituto di ricerca, la riconferma in vetta del Trentino - Alto Adige e due new entry: Sicilia e Toscana. Alla Sardegna il primato della migliore performance rispetto al 2019. Il presidente Rio sulla performance della regione: «Bene il volume di offerta online, utilizzo inadeguato dell'attività di promozione istituzionale nelle reti sociali»

10 agosto 2020, 12:39

COSENZA Oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, circa 5 milioni di like e follower sulle reti sociali, poco più di 40 milioni le recensioni conteggiate e ben 533 mila le strutture ricettive osservate. Sono questi i numeri generati dalle regioni italiane per costruire la reputazione turistica delle destinazioni e sintetizzati dal Regional Tourism Reputation Index per il 2020 (QUI IL REPORT), giunto al suo quarto anno consecutivo. Agli otto indicatori tradizionalmente osservati (visibilità e interesse dei portali turistici istituzionali regionali, social appeal presso gli stakeholder, popolarità, fiducia e tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, reputazione del sistema ricettivo) sono stati aggiunti altri due parametri: il primo mirato a rilevare le destinazioni preferite dagli italiani per le vacanze mentre il secondo incrementa, con l'aggiunta anche della piattaforma Google Travel, la numerosità delle strutture alberghiere ed extra-alberghiere sottoposte a valutazione. L'Istituto Demoskopika, nel tentativo di approfondire l'analisi sulle principali dinamiche che caratterizzano la costruzione della "reputazione turistica" a livello regionale, ha realizzato una ricerca nella quale si è voluto evidenziare, partendo dal monitoraggio di alcuni parametri essenzialmente di natura quantitativa, il grado di attenzione della "comunità di fruizione turistica" nei confronti dell'offerta promossa dalle regioni italiane.

Obiettivo principale della ricerca - si legge nello studio di Demoskopika - è quello di fornire alcune utili indicazioni circa il livello di reputazione del sistema turistico regionale, mediante l'osservazione delle direzioni che qualificano alcuni indicatori, ritenuti "sensibili", quali la visibilità e l'interesse dei portali turistici istituzionali regionali e il loro social appeal presso gli stakeholder, la popolarità, la fiducia e le tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, la reputazione del sistema ricettivo. Pertanto, è stato creato uno stimatore ad hoc, il Regional Tourism Reputation Index (Rtr), in grado di prospettare e valutare gli andamenti aggiornati degli orientamenti, dei comportamenti e delle richieste di informazioni online da parte degli utenti del web, turisti potenziali e reali.

È il Trentino -Alto Adige a confermare la sua prima posizione nella classifica generale, in quanto risulta essere la regione italiana che più di tutte dimostra di avere una maggiore reputazione turistica. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione, infatti, secondo lo schema metodologico predisposto da Demoskopika, è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". A conquistare la seconda posizione nel ranking generale, inoltre, è la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia. Si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. Performance, quest'ultima, generata dalla media dei punteggi delle graduatorie parziali emerse dai siti di ranking utilizzati e, cioè, con il maggior numero di recensioni totalizzate e di valutazioni positive sul totale delle strutture rilevate.

Alla Sardegna, con 100,8 punti, spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019 meritando un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18esima dell'anno precedente. A condizionare positivamente la scalata, l'andamento crescente, nell'arco temporale individuato, sia del volume di offerta online che della popolarità web di cui gode la destinazione isolana.

Raffaele Rio

Il dato calabrese. La Calabria, infine, con 96,8 punti, pur collocandosi ancora in 16esima posizione nel ranking dell'Istituto di ricerca, fa un balzo in avanti di tre postazioni rispetto al 2019. Per il presidente di Demoskopika Raffaele Rio, raggiunto telefonicamente dal Corriere della Calabria, «a trainare la performance positiva della destinazione regionale tre indicatori: il buon volume di offerta online (5° posto con 100,3 punti), la popolarità online della query "Calabria" categorizzata per viaggi (4° posto con 105,3 punti) e la rilevante condizione di essere tra le mete preferite dai turisti italiani per il 2020 come evidenziato dall'indicatore "Appeal tourism destination" (5° posto con 105,3 punti)». Sul versante opposto, a condizionare negativamente il rango della destinazione regionale, emerge principalmente un utilizzo inadeguato dell'attività di promozione istituzionale nelle reti sociali, con la Calabria, nel dettaglio, che con 91,9 punti, scivola in 18esima posizione. Ma quali numeri ha generati dal

a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica, la Calabria migliora (ma è solo sedicesima)

Regional Tourim Reputation Index per la Calabria? «Circa 60mila pagine indicizzate - spiega Rio -, quasi 30mila tra like e follower sulle reti sociali, ben 760mila le recensioni conteggiate e poco meno di 12mila le strutture ricettive monitorate». Necessaria una strategia integrata. «Il nostro studio - commenta il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio - stimola alcune considerazioni su un aspetto che ruota attorno alla costruzione della reputazione turistica delle destinazioni regionali: la necessità di una strategia integrata e condivisa tra i vari stakeholder del sistema pubblico-privato. Basta analizzare la recente polemica tra le principali associazioni di rappresentanza degli operatori turistici e l'Enit - precisa Raffaele Rio - per comprendere che la governance teorica dei sistemi turistici, tanto decantata nei documenti strategici quanto sfuggente nelle fasi attuative della programmazione, dovrebbe cedere il passo alla governance dinamica incentrata a valorizzare gli orientamenti e le visioni della molteplicità dei soggetti attivi nello sviluppo e nella promozione del turismo italiano. L'offerta turistica di una destinazione - conclude il presidente dell'Istituto Demoskopika - deve essere, quindi, messa a punto in collaborazione con tutti i soggetti interessati del settore pubblico e privato. Una strategia simile potrebbe produrre evidenti benefici, contribuendo a un impiego più incisivo e ottimale delle risorse comunitarie oltre a caratterizzare di maggiore consapevolezza gli obiettivi della programmazione turistica territoriale».

Appeal dei portali turistici: la strategia del Trentino - Alto Adige si conferma vincente. È il Trentino-Alto Adige, con 128,8 punti, a confermarsi, anche per il 2020, la destinazione più social d'Italia, ossia dotata di maggiore capacità di appeal, immediatamente seguita dalle Marche (115,1 punti) e dall'Emilia Romagna (105,6 punti). In particolare, il Trentino-Alto Adige ottiene, infatti, la visibilità più rilevante, con una dote complessiva di oltre 1,2 milioni di like e follower conteggiati dalle pagine social ufficiali (instagram, facebook e twitter) di promozione turistica del Trentino e dell'Alto Adige. Più che meritevole di attenzione anche l'interesse suscitato dalle pagine istituzionali delle Marche (115,1 punti) con ben 464 mila "seguaci" e dell'Emilia Romagna (105,6 punti) con circa 230 mila "apprezzamenti".

Fin qui, le destinazioni che hanno messo in campo una strategia più incisiva. Ma quelle più deludenti nella promozione sulle reti sociali dell'offerta turistica regionale? Tre, senza alcun dubbio, le realtà non premiate dall'indice di Demoskopika: si va dalla Campania (90,9 punti) con appena 2,7 mila "like e follower", ultima destinazione in classifica, alla Calabria (91,9 punti) con 30 mila "like e follower" passando per il Molise (91,0 punti) con circa 5 mila "mi piace e seguaci" sulla rete sociale istituzionale. Posizionamento online: è la Sicilia, la destinazione turistica "più ricercata" d'Italia. Con quasi 300 mila risultati rilevati, il territorio isolano ottiene il massimo punteggio (133,3 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 2020" per ciascuna regione, capace di offrire una valutazione preliminare del volume di offerta online di ciascuna destinazione turistica. Sul podio anche Sardegna (122,6 punti) e Toscana (107,4 punti) rispettivamente con 219 mila e 110 mila pagine indicizzate. Piazzamento al di sopra dei 100 punti anche per Puglia (102,5 punti) con 75 mila risultati e Calabria (100,3 punti) con 59 mila risultati.

Popolarità sul web: medaglia d'oro alla Sardegna. 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: Sardegna, Sicilia, Toscana, Calabria, Puglia 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 Sardegna, con una media di interesse nel tempo pari a 44 punti, in vetta alla classifica dell'indicatore ottenendo il punteggio più alto nel ranking parziale della popolarità (122,7 punti). Quasi a pari merito, la Sicilia (122,6 punti) con una media di interesse nel tempo pari a 43 punti. Seguono, con risultati rilevanti tra loro, altre quattro destinazioni: Toscana (121,2 punti), Calabria (105,3 punti), Puglia (104,6 punti) e Liguria (101,0 punti).

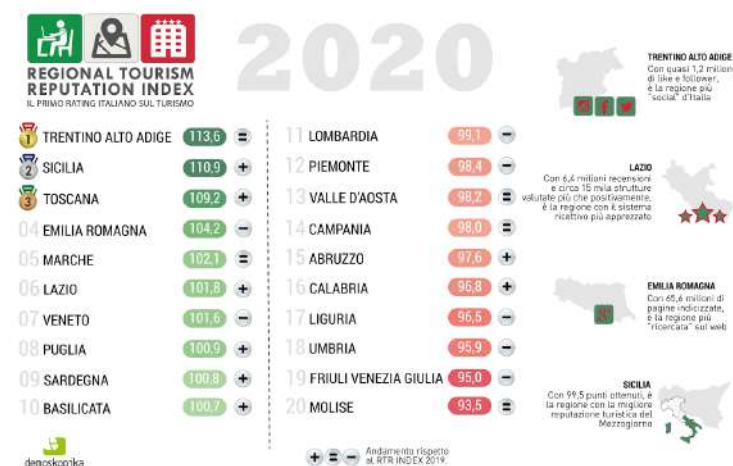
Valutazioni: in Toscana il sistema ricettivo "più apprezzato". Complessivamente, è la Toscana, con 109,2 punti, a detenere il primato del sistema ricettivo più "apprezzato" d'Italia che prevale al fotofinish sulla Basilicata (109,0 punti). Risultato ottenuto riparametrando le performance dei punteggi 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. Distanze significative dal resto delle realtà regionali anche per il Trentino-Alto Adige con 108,9 punti, per il Lazio con 108,2 punti e per l'Emilia Romagna con 107,4 punti. 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 significa, con molta

a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica, la Calabria migliora (ma è solo sedicesima)

probabilità, più attenzione verso un determinato luogo o territorio.

Il borsino delle destinazioni: Sicilia, Toscana e Puglia le più gettonate. Sarà principalmente il Sud a trainare la ripresa del settore turistico italiano nella fase post Covid-19. Sul podio delle mete turistiche più ricercate dagli italiani - secondo un sondaggio realizzato a fine maggio da Demoskopika che ha coinvolto un campione oltre 1.500 cittadini - si posizionano, infatti, due destinazioni del Mezzogiorno a forte trazione balneare, Sicilia e Puglia che hanno totalizzato rispettivamente il 12,7% e l'11,0%. Tra loro si colloca la Toscana che si guadagna la "medaglia d'argento" avendo raccolto l'11,9% delle preferenze dei turisti italiani. Decisamente rilevanti anche le indicazioni espresse per altre quattro destinazioni turistiche: Trentino-Alto Adige (8,3%), Calabria (8,1%), Emilia-Romagna (6,3%) e Sardegna (6,2%). Seguono, in un'area di appeal intermedio, Liguria (4,3%), Campania (4,0%), Veneto (3,9%), Abruzzo (3,6%), Lombardia (3,4%), Marche (3,3%) e Piemonte (3,3%). A chiudere la classifica delle preferenze degli italiani le rimanenti destinazioni turistiche: Lazio e Valle d'Aosta (2,3%), Umbria (1,9%), Basilicata (1,5%), Friuli Venezia Giulia (1,1%) e Molise (0,4%).



a cura dell'ufficio stampa

Link Permanente: DEMOSKOPIKA * TURISMO: " TRENTINO ALTO ADIGE PRIMA REGIONE PER REPUTAZIONE, è LA DESTINAZIONE PIÙ SOCIAL D

DEMOSKOPIKA * TURISMO: " TRENTINO ALTO ADIGE PRIMA REGIONE PER REPUTAZIONE, è LA DESTINAZIONE PIÙ SOCIAL D'ITALIA "

Turismo. Il rating della reputazione di Demoskopika per il 2020.

Nel medagliere dell'Istituto di ricerca, la riconferma in vetta del Trentino - Alto Adige e due new entry: Sicilia e Toscana. Alla Sardegna il primato della migliore performance rispetto al 2019. Si amplia il numero degli indicatori scelti per il Regional TourismReputation Index di Demoskopika per il 2020.

Oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, circa 5 milioni di like e follower sulle reti sociali, poco più di 40 milioni le recensioni conteggiate e ben 533 mila le strutture ricettive osservate. Sono questi i numeri generati dalle regioni italiane per costruire la reputazione turistica delle destinazioni e sintetizzati dal Regional TourismReputation Index per il 2020, giunto al suo quarto anno consecutivo. Agli otto indicatori tradizionalmente osservati (visibilità e interesse dei portali turistici istituzionali regionali, social appeal presso gli stakeholder, popolarità, fiducia e tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, reputazione del sistema ricettivo) sono stati aggiunti altri due parametri: il primo mirato a rilevare le destinazioni preferite dagli italiani per le vacanze mentre il secondo incrementa, con l'aggiunta anche della piattaforma Google Travel, la numerosità delle strutture alberghiere ed extra-alberghiere sottoposte a valutazione.

L'Istituto Demoskopika, nel tentativo di approfondire l'analisi sulle principali dinamiche che caratterizzano la costruzione della "reputazione turistica" a livello regionale, ha realizzato una ricerca nella quale si è voluto evidenziare, partendo dal monitoraggio di alcuni parametri essenzialmente di natura quantitativa, il grado di attenzione della "comunità di fruizione turistica" nei confronti dell'offerta promossa dalle regioni italiane.

Obiettivo principale della ricerca - si legge nello studio di Demoskopika - è quello di fornire alcune utili indicazioni circa il livello di reputazione del sistema turistico regionale, mediante l'osservazione delle direzioni che qualificano alcuni indicatori, ritenuti "sensibili", quali la visibilità e l'interesse dei portali turistici istituzionali regionali e il loro social appeal presso gli stakeholder, la popolarità, la fiducia e le tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, la reputazione del sistema ricettivo. Pertanto, è stato creato uno stimatore ad hoc, il Regional TourismReputation Index (Rtr), in grado di prospettare e valutare gli andamenti aggiornati degli orientamenti, dei comportamenti e delle richieste di informazioni online da parte degli utenti del web, turisti potenziali e reali.

È il Trentino -Alto Adige a confermare la sua prima posizione nella classifica generale, in quanto risulta essere la regione italiana che più di tutte dimostra di avere una maggiore reputazione turistica. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione, infatti, secondo lo schema metodologico predisposto da Demoskopika, è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". A conquistare la seconda posizione nel ranking generale, inoltre, è la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia. Si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. Performance, quest'ultima, generata dalla media dei punteggi delle graduatorie parziali emerse dai siti di ranking utilizzati e, cioè, con il maggior numero di recensioni totalizzate e di valutazioni positive sul totale delle strutture rilevate.

Alla Sardegna, infine, con 100,8 punti, spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019 meritando un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional TourismReputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18esima dell'anno precedente. A condizionare positivamente la scalata, l'andamento crescente, nell'arco temporale individuato, sia del volume di offerta online che della popolarità web di cui gode la destinazione isolana.

«Il nostro studio - commenta il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio - stimola alcune considerazioni su un aspetto che ruota attorno alla costruzione della reputazione turistica delle destinazioni regionali: la necessità di una strategia integrata e condivisa tra i vari stakeholder del sistema pubblico-privato. Basta analizzare la recente polemica tra le principali associazioni di rappresentanza degli operatori turistici e l'Enit - precisa Raffaele Rio - per comprendere che la governance teorica dei sistemi turistici, tanto decantata nei documenti strategici quanto sfuggente nelle fasi attuative della programmazione, dovrebbe cedere il passo alla governance dinamica incentrata a valorizzare gli orientamenti e le visioni della molteplicità dei soggetti attivi nello sviluppo e nella promozione del turismo italiano. L'offerta turistica di una destinazione - conclude il presidente dell'Istituto Demoskopika - deve essere, quindi, messa a punto in collaborazione con tutti i soggetti interessati del settore pubblico e privato.

a cura dell'ufficio stampa

Link Permanente: DEMOSKOPIKA * TURISMO: " TRENTINO ALTO ADIGE PRIMA REGIONE PER REPUTAZIONE, è LA DESTINAZIONE PIÙ SOCIAL D

Una strategia simile potrebbe produrre evidenti benefici, contribuendo a un impiego più incisivo e ottimale delle risorse comunitarie oltre a caratterizzare di maggiore consapevolezza gli obiettivi della programmazione turistica territoriale».

Appeal dei portali turistici: la strategia del Trentino - Alto Adige si conferma vincente. È il Trentino-Alto Adige, con 128,8 punti, a confermarsi, anche per il 2020, la destinazione più social d'Italia, ossia dotata di maggiore capacità di appeal, immediatamente seguita dalle Marche (115,1 punti) e dall'Emilia Romagna (105,6 punti). In particolare, il Trentino-Alto Adige ottiene, infatti, la visibilità più rilevante, con una dote complessiva di oltre 1,2 milioni di like e follower conteggiati dalle pagine social ufficiali (instagram, facebook, twitter) di promozione turistica del Trentino e dell'Alto Adige. Più che meritevole di attenzione anche l'interesse suscitato dalle pagine istituzionali delle Marche (115,1 punti) con ben 464 mila "seguaci" e dell'Emilia Romagna (105,6 punti) con circa 230 mila "apprezzamenti".

Fin qui, le destinazioni che hanno messo in campo una strategia più incisiva. Ma quelle più deludenti nella promozione sulle reti sociali dell'offerta turistica regionale? Tre, senza alcun dubbio, le realtà non premiate dall'indice di Demoskopika: si va dalla Campania (90,9 punti) con appena 2,7 mila "like e follower", ultima destinazione in classifica, alla Calabria (91,9 punti) con 30 mila "like e follower" passando per il Molise (91,0 punti) con circa 5 mila "mi piace e seguaci" sulla rete sociale istituzionale. Posizionamento online: è la Sicilia, la destinazione turistica "più ricercata" d'Italia. Con quasi 300 mila risultati rilevati, il territorio isolano ottiene il massimo punteggio (133,3 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 2020" per ciascuna regione, capace di offrire una valutazione preliminare del volume di offerta online di ciascuna destinazione turistica. Sul podio anche Sardegna (122,6 punti) e Toscana (107,4 punti) rispettivamente con 219 mila e 110 mila pagine indicizzate. Piazzamento al di sopra dei 100 punti anche per Puglia (102,5 punti) con 75 mila risultati e Calabria (100,3 punti) con 59 mila risultati.

Popolarità sul web: medaglia d'oro alla Sardegna. 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: Sardegna, Sicilia, Toscana, Calabria, Puglia 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 Sardegna, con una media di interesse nel tempo pari a 44 punti, in vetta alla classifica dell'indicatore ottenendo il punteggio più alto nel ranking parziale della popolarità (122,7 punti). Quasi a pari merito, la Sicilia (122,6 punti) con una media di interesse nel tempo pari a 43 punti. Seguono, con risultati rilevanti tra loro, altre quattro destinazioni: Toscana (121,2 punti), Calabria (105,3 punti), Puglia (104,6 punti) e Liguria (101,0 punti).

Valutazioni: in Toscana il sistema ricettivo "più apprezzato". Complessivamente, è la Toscana, con 109,2 punti, a detenere il primato del sistema ricettivo più "apprezzato" d'Italia che prevale al fotofinish sulla Basilicata (109,0 punti). 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. Distanze significative dal resto delle realtà regionali anche per il Trentino-Alto Adige con 108,9 punti, per il Lazio con 108,2 punti e per l'Emilia Romagna con 107,4 punti. 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 significa, con molta probabilità, più attenzione verso un determinato luogo o territorio.

Il borsino delle destinazioni: Sicilia, Toscana e Puglia le più gettonate. Sarà principalmente il Sud a trainare la ripresa del settore turistico italiano nella fase post Covid-19. Sul podio delle mete turistiche più ricercate dagli italiani - secondo un sondaggio realizzato a fine maggio da Demoskopika che ha coinvolto un campione oltre 1.500 cittadini - si posizionano, infatti, due destinazioni del Mezzogiorno a forte trazione balneare, Sicilia e Puglia che hanno totalizzato rispettivamente il 12,7% e l'11,0%. Tra loro si colloca la Toscana che si guadagna la "medaglia d'argento" avendo raccolto l'11,9% delle preferenze dei turisti italiani. Decisamente rilevanti anche le indicazioni espresse per altre quattro destinazioni turistiche: Trentino-Alto Adige (8,3%), Calabria (8,1%), Emilia-Romagna (6,3%) e Sardegna (6,2%). Seguono, in un'area di appeal intermedio, Liguria (4,3%), Campania (4,0%), Veneto (3,9%), Abruzzo (3,6%), Lombardia (3,4%), Marche (3,3%) e Piemonte (3,3%). A chiudere la classifica delle preferenze degli italiani le rimanenti destinazioni turistiche: Lazio e Valle d'Aosta (2,3%), Umbria (1,9%),

a cura dell'ufficio stampa

Link Permanente: DEMOSKOPIKA * TURISMO: " TRENTINO ALTO ADIGE PRIMA REGIONE PER REPUTAZIONE, è LA DESTINAZIONE PIÙ SOCIAL D

Basilicata (1,5%), Friuli Venezia Giulia (1,1%) e Molise (0,4%).

a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta

Diminuire font Ingrandire font Stampa

(ANSA) - ROMA, 10 AGO - Il Trentino - Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika e consultata in anteprima dall'ANSA. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7). Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso. (ANSA).

10 agosto 2020

Diminuire font Ingrandire font Stampa

a cura dell'ufficio stampa

DEMOSKOPIKA: IL TRENTINO ALTO-ADIGE LA REGIONE CON LA MIGLIOR REPUTAZIONE TURISTICA.

DEMOSKOPIKA: IL TRENTINO ALTO-ADIGE LA REGIONE CON LA MIGLIOR REPUTAZIONE TURISTICA

Home AISE Notizie del giorno

ROMA aise - Oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, circa 5 milioni di like e follower sulle reti sociali, poco più di 40 milioni le recensioni conteggiate e ben 533 mila le strutture ricettive osservate. Sono questi i numeri generati dalle regioni italiane per costruire la reputazione turistica delle destinazioni e sintetizzati dal Regional Tourism Reputation Index per il 2020, indice dell'Istituto Demoskopika che vuole approfondire l'analisi sulle principali dinamiche che...

la provenienza: AISE

a cura dell'ufficio stampa

Demoskopika: il Tourism Reputation Index 2020 mette sul podio Trentino, Sicilia e Toscana che scalza il Lazio

di Paolo Silvestrelli in Informazione

(PRIMAPRESS) - ROMA - Qual è la regione italiana più¹ attraente per il turismo? Il Trentino si riconferma, secondo un'indagine della società di analisi Demoskopika, al primo posto del rapporto Regional Tourism Reputation Index 2020. I dati raccolti secondo indicatori tradizionali: social appeal, popolarità, fiducia e tendenze di ciascuna destinazione turistica, reputazione del sistema di accoglienza e infine destinazione preferite. Nella ricerca sono state elaborate informazioni provenienti da oltre 40 milioni di recensioni e ben 533 mila strutture ricettive osservate. Obiettivo principale della ricerca – si legge nello studio di Demoskopika – è quello di fornire alcune utili indicazioni circa il livello di reputazione del sistema turistico regionale, mediante l'osservazione delle direzioni che qualificano alcuni indicatori, ritenuti "sensibili", quali la visibilità e l'interesse dei portali turistici istituzionali regionali e il loro social appeal presso gli stakeholder, la popolarità, la fiducia e le tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, la reputazione del sistema ricettivo. Pertanto, è stato creato uno stimatore ad hoc, il Regional Tourism Reputation Index (Rtr), in grado di prospettare e valutare gli andamenti aggiornati degli orientamenti, dei comportamenti e delle richieste di informazioni online da parte degli utenti del web, turisti potenziali e reali. Dunque se è ancora il Trentino -Alto Adige a meritare lo scettro di regione più¹ attraente per il turismo, a conquistare la seconda posizione nel ranking generale, è la Sicilia che, con 110,9 punti, seguita dalla Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più¹ "apprezzato" del Belpaese. Performance, quest'ultima, generata dalla media dei punteggi delle graduatorie parziali emerse dai siti di ranking utilizzati e, cioè, con il maggior numero di recensioni totalizzate e di valutazioni positive sul totale delle strutture rilevate. Alla Sardegna, infine, con 100,8 punti, spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019 meritando un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18esima dell'anno precedente. A condizionare positivamente la scalata, l'andamento crescente, nell'arco temporale individuato, sia del volume di offerta online che della popolarità web di cui gode la destinazione isolana. - (PRIMAPRESS)

TAGS Regional Tourism Reputation Index 2020 Sul podio Trentino, Sicilia e Toscana Sardegna migliore performance Indagine Demoskopika

a cura dell'ufficio stampa

Turismo, reputazione web e strategie: la Calabria è popolare ma affatto social

Turismo, reputazione web e strategie: la Calabria è popolare ma affatto social

Nel medagliere di Demoskopika, la riconferma in vetta del Trentino-Alto Adige e due new entry: Sicilia e Toscana. Alla Sardegna il primato della migliore performance rispetto al 2019. Si amplia il numero degli indicatori scelti per il Regional Tourism Reputation Index di Demoskopika per il 2020. Mentre la Calabria ... Oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, circa 5 milioni di like e follower sulle reti sociali, poco più di 40 milioni le recensioni conteggiate e ben 533 mila le strutture ricettive osservate. Sono questi i numeri generati dalle regioni italiane per costruire la reputazione turistica delle destinazioni e sintetizzati dal Regional Tourism Reputation Index per il 2020, giunto al suo quarto anno consecutivo. Agli otto indicatori tradizionalmente osservati (visibilità e interesse dei portali turistici istituzionali regionali, social appeal presso gli stakeholder, popolarità, fiducia e tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, reputazione del sistema ricettivo) sono stati aggiunti altri due parametri: il primo mirato a rilevare le destinazioni preferite dagli italiani per le vacanze mentre il secondo incrementa, con l'aggiunta anche della piattaforma Google Travel, la numerosità delle strutture alberghiere ed extra-alberghiere sottoposte a valutazione. L'Istituto Demoskopika, nel tentativo di approfondire l'analisi sulle principali dinamiche che caratterizzano la costruzione della "reputazione turistica" a livello regionale, ha realizzato una ricerca nella quale si è voluto evidenziare, partendo dal monitoraggio di alcuni parametri essenzialmente di natura quantitativa, il grado di attenzione della "comunità di fruizione turistica" nei confronti dell'offerta promossa dalle regioni italiane. Obiettivo principale della ricerca - si legge nello stesso studio di Demoskopika - è quello di fornire alcune utili indicazioni circa il livello di reputazione del sistema turistico regionale, mediante l'osservazione delle direzioni che qualificano alcuni indicatori, ritenuti "sensibili", quali la visibilità e l'interesse dei portali turistici istituzionali regionali e il loro social appeal presso gli stakeholder, la popolarità, la fiducia e le tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, la reputazione del sistema ricettivo. Pertanto, è stato creato uno stimatore ad hoc, il Regional Tourism Reputation Index (o Rtr), in grado di prospettare e valutare gli andamenti aggiornati degli orientamenti, dei comportamenti e delle richieste di informazioni online da parte degli utenti del web, turisti potenziali e reali. IN VETTA TRENTINO, TOSCANA E SICILIA Intanto è il Trentino-Alto Adige a confermare la sua prima posizione nella classifica generale, in quanto risulta essere la regione italiana che più di tutte dimostra di avere una maggiore reputazione turistica. In particolare, l'indice Rts della destinazione, infatti, secondo lo schema metodologico predisposto da Demoskopika, è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino-Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". A conquistare la seconda posizione nel ranking generale, inoltre, è la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry, si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. Performance, quest'ultima, generata dalla media dei punteggi delle graduatorie parziali emerse dai siti di ranking utilizzati e, cioè, con il maggior numero di recensioni totalizzate e di valutazioni positive sul totale delle strutture rilevate. Alla Sardegna, infine, con 100,8 punti, spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019 meritando un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18esima dell'anno precedente. A condizionare positivamente la scalata, l'andamento crescente, nell'arco temporale individuato, sia del volume di offerta online che della popolarità web di cui gode la destinazione isolana. L'APPEAL DEI PORTALI TURISTICI Dunque il Trentino-Alto Adige, con 128,8 punti, si conferma, anche per il 2020, la destinazione più social d'Italia, ossia dotata di maggiore capacità di appeal, immediatamente seguita dalle Marche (115,1 punti) e dall'Emilia Romagna (105,6 punti). In particolare, il Trentino-Alto Adige ottiene, infatti, la visibilità più rilevante, con una dote complessiva di oltre 1,2 milioni di like e follower conteggiati dalle pagine social ufficiali (instagram, facebook e twitter) di promozione turistica del Trentino e dell'Alto Adige. Più che meritevole di attenzione anche l'interesse suscitato dalle pagine istituzionali delle Marche (115,1 punti) con ben 464 mila "seguaci" e dell'Emilia Romagna (105,6 punti) con circa 230 mila "apprezzamenti". Fin qui le destinazioni che hanno messo in campo una strategia più incisiva. Ma quelle più deludenti nella promozione sulle reti sociali dell'offerta turistica regionale? Tre, senza alcun dubbio, le realtà non premiate dall'indice di Demoskopika: si va dalla Campania (90,9 punti) con appena 2,7 mila "like e follower", ultima destinazione in classifica, alla Calabria (91,9 punti) con 30 mila "like e follower" passando per il Molise (91,0 punti) con circa 5 mila "mi piace e seguaci" sulla rete sociale istituzionale. LA SICILIA LA PIÙ RICERCATA D'ITALIA Con quasi 300 mila risultati rilevati, la Sicilia ottiene il massimo punteggio (133,3 punti) nella classifica dell'indicatore "Ricerca della destinazione" ottenuto conteggiando le pagine indicizzate sul motore di ricerca Google

a cura dell'ufficio stampa

Turismo, reputazione web e strategie: la Calabria è popolare ma affatto social

della keyword "vacanze" seguita dal "nome destinazione 2020" per ciascuna regione, capace di offrire una valutazione preliminare del volume di offerta online di ciascuna destinazione turistica. Sul podio anche Sardegna (122,6 punti) e Toscana (107,4 punti) rispettivamente con 219 mila e 110 mila pagine indicizzate. Piazzamento al di sopra dei 100 punti anche per Puglia (102,5 punti) con 75 mila risultati e Calabria (100,3 punti) con 59 mila risultati. POPOLARITÀ: MEDAGLIA D'ORO ALLA SARDEGNA 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: Sardegna, Sicilia, Toscana, Calabria, Puglia 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 Sardegna, con una media di interesse nel tempo pari a 44 punti, in vetta alla classifica dell'indicatore ottenendo il punteggio più alto nel ranking parziale della popolarità (122,7 punti). Quasi a pari merito, la Sicilia (122,6 punti) con una media di interesse nel tempo pari a 43 punti. Seguono, con risultati rilevanti tra loro, altre quattro destinazioni: Toscana (121,2 punti), Calabria (105,3 punti), Puglia (104,6 punti) e Liguria (101,0 punti). IN TOSCANA SISTEMA RICETTIVO PIÙ APPREZZATO Complessivamente, è la Toscana, con 109,2 punti, a detenere il primato del sistema ricettivo più "apprezzato" d'Italia che prevale al fotofinish sulla Basilicata (109,0 punti). 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. Distanze significative dal resto delle realtà regionali anche per il Trentino-Alto Adige con 108,9 punti, per il Lazio con 108,2 punti e per l'Emilia Romagna con 107,4 punti. 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 significa, con molta probabilità, più attenzione verso un determinato luogo o territorio. IL BORSINO DELLE DESTINAZIONI Sarà principalmente il Sud a trainare la ripresa del settore turistico italiano nella fase post Covid-19. Sul podio delle mete turistiche più ricercate dagli italiani - secondo un sondaggio realizzato a fine maggio da Demoskopika che ha coinvolto un campione oltre 1.500 cittadini - si posizionano, infatti, due destinazioni del Mezzogiorno a forte trazione balneare, Sicilia e Puglia che hanno totalizzato rispettivamente il 12,7% e l'11,0%. Tra loro si colloca la Toscana che si guadagna la "medaglia d'argento" avendo raccolto l'11,9% delle preferenze dei turisti italiani. Decisamente rilevanti anche le indicazioni espresse per altre quattro destinazioni turistiche: Trentino-Alto Adige (8,3%), Calabria (8,1%), Emilia-Romagna (6,3%) e Sardegna (6,2%). Seguono, in un'area di appeal intermedio, Liguria (4,3%), Campania (4,0%), Veneto (3,9%), Abruzzo (3,6%), Lombardia (3,4%), Marche (3,3%) e Piemonte (3,3%). A chiudere la classifica delle preferenze degli italiani le rimanenti destinazioni turistiche: Lazio e Valle d'Aosta (2,3%), Umbria (1,9%), Basilicata (1,5%), Friuli Venezia Giulia (1,1%) e Molise (0,4%). RIO: STRATEGIA INTEGRATA TRA PUBBLICO E PRIVATO «Il nostro studio - commenta il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio - stimola alcune considerazioni su un aspetto che ruota attorno alla costruzione della reputazione turistica delle destinazioni regionali: la necessità di una strategia integrata e condivisa tra i vari stakeholder del sistema pubblico-privato". "Basta analizzare la recente polemica tra le principali associazioni di rappresentanza degli operatori turistici e l'Enit - precisa - per comprendere che la governance teorica dei sistemi turistici, tanto decantata nei documenti strategici quanto sfuggente nelle fasi attuative della programmazione, dovrebbe cedere il passo alla governance dinamica incentrata a valorizzare gli orientamenti e le visioni della molteplicità dei soggetti attivi nello sviluppo e nella promozione del turismo italiano". "L'offerta turistica di una destinazione - conclude il presidente di Demoskopika - deve essere, quindi, messa a punto in collaborazione con tutti i soggetti interessati del settore pubblico e privato. Una strategia simile potrebbe produrre evidenti benefici, contribuendo a un impiego più incisivo e ottimale delle risorse comunitarie oltre a caratterizzare di maggiore consapevolezza gli obiettivi della programmazione turistica territoriale». Nel medagliere di Demoskopika, la riconferma in vetta del Trentino-Alto Adige e due new entry: Sicilia e Toscana. Alla Sardegna il primato della migliore performance rispetto al 2019. Si amplia il numero degli indicatori scelti per il Regional Tourism Reputation Index di Demoskopika per il 2020. Mentre la Calabria ... Oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, circa 5 milioni di like e follower sulle reti sociali, poco più di 40 milioni le recensioni conteggiate e ben 533 mila le strutture ricettive osservate. Sono questi i numeri generati dalle regioni italiane per costruire la reputazione turistica delle destinazioni e sintetizzati dal Regional Tourism Reputation Index per il 2020, giunto al suo quarto anno consecutivo. Agli otto indicatori tradizionalmente osservati (visibilità e interesse dei portali turistici istituzionali regionali, social appeal presso gli stakeholder,

a cura dell'ufficio stampa

Turismo, reputazione web e strategie: la Calabria è popolare ma affatto social

popolarità, fiducia e tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, reputazione del sistema ricettivo) sono stati aggiunti altri due parametri: il primo mirato a rilevare le destinazioni preferite dagli italiani per le vacanze mentre il secondo incrementa, con l'aggiunta anche della piattaforma Google Travel, la numerosità delle strutture alberghiere ed extra-alberghiere sottoposte a valutazione. L'Istituto Demoskopika, nel tentativo di approfondire l'analisi sulle principali dinamiche che caratterizzano la costruzione della "reputazione turistica" a livello regionale, ha realizzato una ricerca nella quale si è voluto evidenziare, partendo dal monitoraggio di alcuni parametri essenzialmente di natura quantitativa, il grado di attenzione della "comunità di fruizione turistica" nei confronti dell'offerta promossa dalle regioni italiane. Obiettivo principale della ricerca - si legge nello stesso studio di Demoskopika - è quello di fornire alcune utili indicazioni circa il livello di reputazione del sistema turistico regionale, mediante l'osservazione delle direzioni che qualificano alcuni indicatori, ritenuti "sensibili", quali la visibilità e l'interesse dei portali turistici istituzionali regionali e il loro social appeal presso gli stakeholder, la popolarità, la fiducia e le tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, la reputazione del sistema ricettivo. Pertanto, è stato creato uno stimatore ad hoc, il Regional Tourism Reputation Index (o Rtr), in grado di prospettare e valutare gli andamenti aggiornati degli orientamenti, dei comportamenti e delle richieste di informazioni online da parte degli utenti del web, turisti potenziali e reali.

IN VETTA TRENTINO, TOSCANA E SICILIA Intanto è il Trentino-Alto Adige a confermare la sua prima posizione nella classifica generale, in quanto risulta essere la regione italiana che più di tutte dimostra di avere una maggiore reputazione turistica. In particolare, l'indice Rts della destinazione, infatti, secondo lo schema metodologico predisposto da Demoskopika, è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino-Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". A conquistare la seconda posizione nel ranking generale, inoltre, è la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry, si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. Performance, quest'ultima, generata dalla media dei punteggi delle graduatorie parziali emerse dai siti di ranking utilizzati e, cioè, con il maggior numero di recensioni totalizzate e di valutazioni positive sul totale delle strutture rilevate. Alla Sardegna, infine, con 100,8 punti, spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019 meritando un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18esima dell'anno precedente. A condizionare positivamente la scalata, l'andamento crescente, nell'arco temporale individuato, sia del volume di offerta online che della popolarità web di cui gode la destinazione isolana.

L'APPEAL DEI PORTALI TURISTICI Dunque il Trentino-Alto Adige, con 128,8 punti, si conferma, anche per il 2020, la destinazione più social d'Italia, ossia dotata di maggiore capacità di appeal, immediatamente seguita dalle Marche (115,1 punti) e dall'Emilia Romagna (105,6 punti). In particolare, il Trentino-Alto Adige ottiene, infatti, la visibilità più rilevante, con una dote complessiva di oltre 1,2 milioni di like e follower conteggiati dalle pagine social ufficiali (instagram, facebook e twitter) di promozione turistica del Trentino e dell'Alto Adige. Più che meritevole di attenzione anche l'interesse suscitato dalle pagine istituzionali delle Marche (115,1 punti) con ben 464 mila "seguaci" e dell'Emilia Romagna (105,6 punti) con circa 230 mila "apprezzamenti". Fin qui le destinazioni che hanno messo in campo una strategia più incisiva. Ma quelle più deludenti nella promozione sulle reti sociali dell'offerta turistica regionale? Tre, senza alcun dubbio, le realtà non premiate dall'indice di Demoskopika: si va dalla Campania (90,9 punti) con appena 2,7 mila "like e follower", ultima destinazione in classifica, alla Calabria (91,9 punti) con 30 mila "like e follower" passando per il Molise (91,0 punti) con circa 5 mila "mi piace e seguaci" sulla rete sociale istituzionale.

LA SICILIA LA PIÙ RICERCATA D'ITALIA Con quasi 300 mila risultati rilevati, la Sicilia ottiene il massimo punteggio (133,3 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 2020" per ciascuna regione, capace di offrire una valutazione preliminare del volume di offerta online di ciascuna destinazione turistica. Sul podio anche Sardegna (122,6 punti) e Toscana (107,4 punti) rispettivamente con 219 mila e 110 mila pagine indicizzate. Piazzamento al di sopra dei 100 punti anche per Puglia (102,5 punti) con 75 mila risultati e Calabria (100,3 punti) con 59 mila risultati.

POPOLARITÀ: MEDAGLIA D'ORO ALLA SARDEGNA 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: Sardegna, Sicilia, Toscana, Calabria, Puglia 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

a cura dell'ufficio stampa

Turismo, reputazione web e strategie: la Calabria è popolare ma affatto social

colloca la Sardegna, con una media di interesse nel tempo pari a 44 punti, in vetta alla classifica dell'indicatore ottenendo il punteggio più alto nel ranking parziale della popolarità (122,7 punti). Quasi a pari merito, la Sicilia (122,6 punti) con una media di interesse nel tempo pari a 43 punti. Seguono, con risultati rilevanti tra loro, altre quattro destinazioni: Toscana (121,2 punti), Calabria (105,3 punti), Puglia (104,6 punti) e Liguria (101,0 punti). IN TOSCANA SISTEMA RICETTIVO PIÙ APPREZZATO Complessivamente, è la Toscana, con 109,2 punti, a detenere il primato del sistema ricettivo più "apprezzato" d'Italia che prevale al fotofinish sulla Basilicata (109,0 punti). 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. Distanze significative dal resto delle realtà regionali anche per il Trentino-Alto Adige con 108,9 punti, per il Lazio con 108,2 punti e per l'Emilia Romagna con 107,4 punti. 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 significa, con molta probabilità, più attenzione verso un determinato luogo o territorio. IL BORSINO DELLE DESTINAZIONI Sarà principalmente il Sud a trainare la ripresa del settore turistico italiano nella fase post Covid-19. Sul podio delle mete turistiche più ricercate dagli italiani - secondo un sondaggio realizzato a fine maggio da Demoskopika che ha coinvolto un campione oltre 1.500 cittadini - si posizionano, infatti, due destinazioni del Mezzogiorno a forte trazione balneare, Sicilia e Puglia che hanno totalizzato rispettivamente il 12,7% e l'11,0%. Tra loro si colloca la Toscana che si guadagna la "medaglia d'argento" avendo raccolto l'11,9% delle preferenze dei turisti italiani. Decisamente rilevanti anche le indicazioni espresse per altre quattro destinazioni turistiche: Trentino-Alto Adige (8,3%), Calabria (8,1%), Emilia-Romagna (6,3%) e Sardegna (6,2%). Seguono, in un'area di appeal intermedio, Liguria (4,3%), Campania (4,0%), Veneto (3,9%), Abruzzo (3,6%), Lombardia (3,4%), Marche (3,3%) e Piemonte (3,3%). A chiudere la classifica delle preferenze degli italiani le rimanenti destinazioni turistiche: Lazio e Valle d'Aosta (2,3%), Umbria (1,9%), Basilicata (1,5%), Friuli Venezia Giulia (1,1%) e Molise (0,4%). RIO: STRATEGIA INTEGRATA TRA PUBBLICO E PRIVATO «Il nostro studio - commenta il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio - stimola alcune considerazioni su un aspetto che ruota attorno alla costruzione della reputazione turistica delle destinazioni regionali: la necessità di una strategia integrata e condivisa tra i vari stakeholder del sistema pubblico-privato». "Basta analizzare la recente polemica tra le principali associazioni di rappresentanza degli operatori turistici e l'Enit - precisa - per comprendere che la governance teorica dei sistemi turistici, tanto decantata nei documenti strategici quanto sfuggente nelle fasi attuative della programmazione, dovrebbe cedere il passo alla governance dinamica incentrata a valorizzare gli orientamenti e le visioni della molteplicità dei soggetti attivi nello sviluppo e nella promozione del turismo italiano". "L'offerta turistica di una destinazione - conclude il presidente di Demoskopika - deve essere, quindi, messa a punto in collaborazione con tutti i soggetti interessati del settore pubblico e privato. Una strategia simile potrebbe produrre evidenti benefici, contribuendo a un impiego più incisivo e ottimale delle risorse comunitarie oltre a caratterizzare di maggiore consapevolezza gli obiettivi della programmazione turistica territoriale».

<http://www.cn24tv.it/rss/calabria.html>

Turismo, Enit: "Italia quasi sold out a ferragosto". Venduto il 79% delle offerte online. Ecco le mete più ambite 31/07/2020 In "Il fatto quotidiano" Decreto rilancio, Coldiretti Calabria: "1,2 mld di aiuti per agricoltura, ora "burocrazia zero" 17/07/2020 In "In Calabria" Turismo post Covid, Cna: "Calabria tra le mete più gettonate ad agosto" 30/07/2020 In "In Calabria"

a cura dell'ufficio stampa

[ANSA] REPUTAZIONE TURISTICA, IL TRENTINO ALTO ADIGE RESTA IN VETTA

Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta

lunedì 10 agosto 2020

ZCZC9090/SXR

R CRO S57 QBXJ

Demoskopika, sul podio Sicilia e Toscana, balzo della Sardegna (ANSA) - ROMA, 10 AGO - Il Trentino - Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika e consultata in anteprima dall'ANSA. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia".

In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020.

Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese.

A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9).

Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7).

Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso. (ANSA).

a cura dell'ufficio stampa

Turismo Lazio. Ciacciarelli (Lega): "Lazio tra le ultime posizioni di preferenza"

di Redazione - 10 Agosto 2020 - 17:16

"Lazio tra le ultime posizioni di preferenza per le destinazioni turistiche; è il responso dell'indagine svolta da Demoskopika. Sicilia, Toscana e Puglia le più gettonate, mentre la nostra regione chiude la classifica delle preferenze degli italiani con il 2,3% insieme alla Valle D'Aosta..."

Così, in una nota, il consigliere regionale del Lazio Pasquale Ciacciarelli (Lega).

"Questo vuole dire due cose: Zingaretti in questi anni ha investito somme davvero esigue per la promozione del brand Lazio; la nostra è una regione bellissima, con molte potenzialità che questa Giunta non riesce a vedere ed a valorizzare.

Tutto ciò si riflette sugli incassi degli operatori turistici e sullo sviluppo del territorio. Credo sia ora per il "presidente part-time" di iniziare a ragionare sul serio sulle proposte che il sottoscritto insieme al Centrodestra ha sempre avanzato, prima tra tutte quella di promuovere una legge che veicoli maggiori risorse al turismo per la promozione del brand Lazio.

Solo in questo modo si potrà riportare la regione tra le mete turistiche preferite dai viaggiatori italiani ed esteri."

a cura dell'ufficio stampa

Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta

10 ago 2020 - 09:42

Demoskopika, sul podio Sicilia e Toscana, balzo della Sardegna

(ANSA) - ROMA, 10 AGO - Il Trentino - Alto Adige resta in vetta alla classifica della reputazione turistica delle regioni italiane stilata per il quarto anno consecutivo dall'istituto Demoskopika e consultata in anteprima dall'ANSA. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". In seconda posizione la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia: si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. A seguire ci sono Emilia Romagna (104,2 punti), Lazio (102,1), Marche (101,8), Veneto (101,6), Puglia (100,9). Chiudono la top ten Sardegna (100,8) e Basilicata (100,7). Proprio alla Sardegna spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019, con un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18/a dell'anno scorso. (ANSA).

10 agosto 2020 ore 09:44

Diretta

In Trentino quasi 20.000 firme per le dimissioni di Sgarbi

Trentino Alto Adige

Deputato è presidente del Museo arte moderna e contemporanea

10 ago - 10:25

Reputazione turistica, il Trentino Alto Adige resta in vetta

Trentino Alto Adige

Demoskopika, sul podio Sicilia e Toscana, balzo della Sardegna

10 ago - 09:42

Coronavirus: in Alto Adige 1 nuovo caso positivo

Trentino Alto Adige

Esaminati 493 tamponi nelle ultime 24 ore

10 ago - 09:20

Energia: Alto Adige, da settembre contatori intelligenti

Trentino Alto Adige

Edyna sostituirà i vecchi contatori dei suoi 238.000 clienti

10 ago - 08:45

Dal 14 al 31 agosto torna il Bazar dei libri a Bolzano

Trentino Alto Adige

Sarà possibile acquistare titoli in giacenza a pochi euro

10 ago - 08:19

a cura dell'ufficio stampa

Turismo, la Sicilia risponde alla crisi: è la 2ª regione italiana più gettonata. Pochi "followers" invece per la Calabria [FOTO]

10 Agosto 2020 15:43 | Rocco Fabio Musolino

10 Agosto 2020 15:43

Turismo, il rating della reputazione di Demoskopika per il 2020: nel medagliere dell'Istituto di ricerca, la riconferma in vetta del Trentino - Alto Adige e due new entry: Sicilia e Toscana. Alla Sardegna il primato della migliore performance rispetto al 2019.

Si amplia il numero degli indicatori scelti per il Regional Tourism Reputation Index di Demoskopika per il 2020

Oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, circa 5 milioni di like e follower sulle reti sociali, poco più di 40 milioni le recensioni conteggiate e ben 533 mila le strutture ricettive osservate. Sono questi i numeri generati dalle regioni italiane per costruire la reputazione turistica delle destinazioni e sintetizzati dal Regional Tourism Reputation Index per il 2020, giunto al suo quarto anno consecutivo. Agli otto indicatori tradizionalmente osservati (visibilità e interesse dei portali turistici istituzionali regionali, social appeal presso gli stakeholder, popolarità, fiducia e tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, reputazione del sistema ricettivo) sono stati aggiunti altri due parametri: il primo mirato a rilevare le destinazioni preferite dagli italiani per le vacanze mentre il secondo incrementa, con l'aggiunta anche della piattaforma Google Travel, la numerosità delle strutture alberghiere ed extra-alberghiere sottoposte a valutazione.

L'Istituto Demoskopika, nel tentativo di approfondire l'analisi sulle principali dinamiche che caratterizzano la costruzione della "reputazione turistica" a livello regionale, ha realizzato una ricerca nella quale si è voluto evidenziare, partendo dal monitoraggio di alcuni parametri essenzialmente di natura quantitativa, il grado di attenzione della "comunità di fruizione turistica" nei confronti dell'offerta promossa dalle regioni italiane.

Obiettivo principale della ricerca - si legge nello studio di Demoskopika - è quello di fornire alcune utili indicazioni circa il livello di reputazione del sistema turistico regionale, mediante l'osservazione delle direzioni che qualificano alcuni indicatori, ritenuti "sensibili", quali la visibilità e l'interesse dei portali turistici istituzionali regionali e il loro social appeal presso gli stakeholder, la popolarità, la fiducia e le tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, la reputazione del sistema ricettivo. Pertanto, è stato creato uno stimatore ad hoc, il Regional Tourism Reputation Index (Rtr), in grado di prospettare e valutare gli andamenti aggiornati degli orientamenti, dei comportamenti e delle richieste di informazioni online da parte degli utenti del web, turisti potenziali e reali.

È il Trentino - Alto Adige a confermare la sua prima posizione nella classifica generale, in quanto risulta essere la regione italiana che più di tutte dimostra di avere una maggiore reputazione turistica. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione, infatti, secondo lo schema metodologico predisposto da Demoskopika, è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". A conquistare la seconda posizione nel ranking generale, inoltre, è la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia. Si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. Performance, quest'ultima, generata dalla media dei punteggi delle graduatorie parziali emerse dai siti di ranking utilizzati e, cioè, con il maggior numero di recensioni totalizzate e di valutazioni positive sul totale delle strutture rilevate.

Alla Sardegna, infine, con 100,8 punti, spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019 meritando un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18esima dell'anno precedente. A condizionare positivamente la scalata, l'andamento crescente, nell'arco temporale individuato, sia del volume di offerta online che della popolarità web di cui gode la destinazione isolana.

«Il nostro studio - commenta il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio - stimola alcune considerazioni su un aspetto che ruota attorno alla costruzione della reputazione turistica delle destinazioni regionali: la necessità di una strategia integrata e condivisa tra i vari stakeholder del sistema pubblico-privato. Basta analizzare la recente polemica tra le principali associazioni di rappresentanza degli operatori turistici e l'Enit - precisa Raffaele Rio - per comprendere che la governance teorica dei sistemi turistici, tanto decantata nei documenti strategici quanto sfuggente nelle fasi attuative della programmazione, dovrebbe cedere il passo alla governance dinamica incentrata a valorizzare gli orientamenti e le visioni della molteplicità dei soggetti attivi nello sviluppo e nella promozione del turismo italiano. L'offerta turistica di una destinazione - conclude il presidente dell'Istituto Demoskopika - deve essere, quindi, messa a punto in collaborazione con tutti i soggetti interessati del settore pubblico e privato. Una strategia simile potrebbe produrre evidenti benefici, contribuendo a un impiego più incisivo e ottimale delle risorse

a cura dell'ufficio stampa

Turismo, la Sicilia risponde alla crisi: è la 2ª regione italiana più gettonata. Pochi "followers" invece per la Calabria [FOTO]

comunitarie oltre a caratterizzare di maggiore consapevolezza gli obiettivi della programmazione turistica territoriale».

Appeal dei portali turistici: la strategia del Trentino - Alto Adige si conferma vincente. È il Trentino-Alto Adige, con 128,8 punti, a confermarsi, anche per il 2020, la destinazione più social d'Italia, ossia dotata di maggiore capacità di appeal, immediatamente seguita dalle Marche (115,1 punti) e dall'Emilia Romagna (105,6 punti). In particolare, il Trentino-Alto Adige ottiene, infatti, la visibilità più rilevante, con una dote complessiva di oltre 1,2 milioni di like e follower conteggiati dalle pagine social ufficiali (instagram, facebook e twitter) di promozione turistica del Trentino e dell'Alto Adige. Più che meritevole di attenzione anche l'interesse suscitato dalle pagine istituzionali delle Marche (115,1 punti) con ben 464 mila "seguaci" e dell'Emilia Romagna (105,6 punti) con circa 230 mila "apprezzamenti".

Fin qui, le destinazioni che hanno messo in campo una strategia più incisiva. Ma quelle più deludenti nella promozione sulle reti sociali dell'offerta turistica regionale? Tre, senza alcun dubbio, le realtà non premiate dall'indice di Demoskopika: si va dalla Campania (90,9 punti) con appena 2,7 mila "like e follower", ultima destinazione in classifica, alla Calabria (91,9 punti) con 30 mila "like e follower" passando per il Molise (91,0 punti) con circa 5 mila "mi piace e seguaci" sulla rete sociale istituzionale. Posizionamento online: è la Sicilia, la destinazione turistica "più ricercata" d'Italia. Con quasi 300 mila risultati rilevati, il territorio isolano ottiene il massimo punteggio (133,3 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 2020" per ciascuna regione, capace di offrire una valutazione preliminare del volume di offerta online di ciascuna destinazione turistica. Sul podio anche Sardegna (122,6 punti) e Toscana (107,4 punti) rispettivamente con 219 mila e 110 mila pagine indicizzate. Piazzamento al di sopra dei 100 punti anche per Puglia (102,5 punti) con 75 mila risultati e Calabria (100,3 punti) con 59 mila risultati.

Popolarità sul web: medaglia d'oro alla Sardegna. 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: Sardegna, Sicilia, Toscana, Calabria, Puglia 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 Sardegna, con una media di interesse nel tempo pari a 44 punti, in vetta alla classifica dell'indicatore ottenendo il punteggio più alto nel ranking parziale della popolarità (122,7 punti). Quasi a pari merito, la Sicilia (122,6 punti) con una media di interesse nel tempo pari a 43 punti. Seguono, con risultati rilevanti tra loro, altre quattro destinazioni: Toscana (121,2 punti), Calabria (105,3 punti), Puglia (104,6 punti) e Liguria (101,0 punti).

Valutazioni: in Toscana il sistema ricettivo "più apprezzato". Complessivamente, è la Toscana, con 109,2 punti, a detenere il primato del sistema ricettivo più "apprezzato" d'Italia che prevale al fotofinish sulla Basilicata (109,0 punti). 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. Distanze significative dal resto delle realtà regionali anche per il Trentino-Alto Adige con 108,9 punti, per il Lazio con 108,2 punti e per l'Emilia Romagna con 107,4 punti. 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 significa, con molta probabilità, più attenzione verso un determinato luogo o territorio.

Il borsino delle destinazioni: Sicilia, Toscana e Puglia le più gettonate. Sarà principalmente il Sud a trainare la ripresa del settore turistico italiano nella fase post Covid-19. Sul podio delle mete turistiche più ricercate dagli italiani - secondo un sondaggio realizzato a fine maggio da Demoskopika che ha coinvolto un campione oltre 1.500 cittadini - si posizionano, infatti, due destinazioni del Mezzogiorno a forte trazione balneare, Sicilia e Puglia che hanno totalizzato rispettivamente il 12,7% e l'11,0%. Tra loro si colloca la Toscana che si guadagna la "medaglia d'argento" avendo raccolto l'11,9% delle preferenze dei turisti italiani. Decisamente rilevanti anche le indicazioni espresse per altre quattro destinazioni turistiche: Trentino-Alto Adige (8,3%), Calabria (8,1%), Emilia-Romagna (6,3%) e Sardegna (6,2%). Seguono, in un'area di appeal intermedio, Liguria (4,3%), Campania (4,0%), Veneto (3,9%), Abruzzo (3,6%), Lombardia (3,4%), Marche (3,3%) e Piemonte (3,3%). A chiudere la classifica delle preferenze degli italiani le rimanenti destinazioni turistiche: Lazio e Valle d'Aosta (2,3%), Umbria (1,9%), Basilicata (1,5%), Friuli Venezia Giulia (1,1%) e Molise (0,4%).

a cura dell'ufficio stampa

Il Trentino Alto Adige è la regione con la più alta reputazione turistica e la più amata sui social

Trentino Alto Adige, le tre cime di Lavarredo

Trento - In base alla classifica stilata dall'istituto Demoskopika sulla reputazione turistica delle regioni italiane, il Trentino Alto Adige è la regione con la reputazione più alta.

Ha raggiunto un indice Regional tourism reputation pari a 113,6 punti ed è la regione d'Italia più amata e condivisa sui social.

La Sicilia, al secondo posto della classifica con 110,9 punti, è risultata la regione più cercata su internet e la meta preferita dagli italiani per le vacanze 2020. Al terzo posto la Toscana, che nella classifica redatta da Demoskopika ha totalizzato 109,2 punti.

Seguono Emilia Romagna, Lazio, Marche, Veneto e Puglia.

a cura dell'ufficio stampa

Primo rating italiano sul turismo di Demoskopika, Calabria al 16esimo posto

Lunedì, 10 Agosto 2020 13:21

Rende (Cosenza) - Nel medagliere dell'Istituto di ricerca, la riconferma in vetta del Trentino - Alto Adige e due new entry: Sicilia e Toscana. Alla Sardegna il primato della migliore performance rispetto al 2019. Segno positivo per la Calabria che però è alla 16esima posizione. Si amplia il numero degli indicatori scelti per il Regional Tourism Reputation Index di Demoskopika per il 2020. Oltre 1,1 milioni di pagine indicizzate, circa 5 milioni di like e follower sulle reti sociali, poco più di 40 milioni le recensioni conteggiate e ben 533 mila le strutture ricettive osservate. Sono questi i numeri generati dalle regioni italiane per costruire la reputazione turistica delle destinazioni e sintetizzati dal Regional Tourism Reputation Index per il 2020, giunto al suo quarto anno consecutivo. Agli otto indicatori tradizionalmente osservati (visibilità e interesse dei portali turistici istituzionali regionali, social appeal presso gli stakeholder, popolarità, fiducia e tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, reputazione del sistema ricettivo) sono stati aggiunti altri due parametri: il primo mirato a rilevare le destinazioni preferite dagli italiani per le vacanze mentre il secondo incrementa, con l'aggiunta anche della piattaforma Google Travel, la numerosità delle strutture alberghiere ed extra-alberghiere sottoposte a valutazione.

L'Istituto Demoskopika, nel tentativo di approfondire l'analisi sulle principali dinamiche che caratterizzano la costruzione della "reputazione turistica" a livello regionale, ha realizzato una ricerca nella quale si è voluto evidenziare, partendo dal monitoraggio di alcuni parametri essenzialmente di natura quantitativa, il grado di attenzione della "comunità di fruizione turistica" nei confronti dell'offerta promossa dalle regioni italiane.

"Obiettivo principale della ricerca - si legge nello studio di Demoskopika - è quello di fornire alcune utili indicazioni circa il livello di reputazione del sistema turistico regionale, mediante l'osservazione delle direzioni che qualificano alcuni indicatori, ritenuti "sensibili", quali la visibilità e l'interesse dei portali turistici istituzionali regionali e il loro social appeal presso gli stakeholder, la popolarità, la fiducia e le tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, la reputazione del sistema ricettivo. Pertanto, è stato creato uno stimatore ad hoc, il Regional Tourism Reputation Index (Rtr), in grado di prospettare e valutare gli andamenti aggiornati degli orientamenti, dei comportamenti e delle richieste di informazioni online da parte degli utenti del web, turisti potenziali e reali.

è il Trentino -Alto Adige a confermare la sua prima posizione nella classifica generale, in quanto risulta essere la regione italiana che più di tutte dimostra di avere una maggiore reputazione turistica. In particolare, l'indice Regional Tourism Reputation della destinazione, infatti, secondo lo schema metodologico predisposto da Demoskopika, è pari a 113,6 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino - Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". A conquistare la seconda posizione nel ranking generale, inoltre, è la Sicilia che, con 110,9 punti, ha dimostrato, da un lato, di essere la destinazione turistica più ricercata sul web dai consumatori e, dall'altro, di essere la meta turistica preferita dai vacanzieri italiani per il 2020. Al terzo posto altra new entry dopo la Sicilia. Si tratta della Toscana con ben 109,2 punti totalizzati. Un ingresso nel medagliere di Demoskopika ottenuto prioritariamente per aver scalzato il Lazio nella graduatoria del sistema ricettivo più "apprezzato" del Belpaese. Performance, quest'ultima, generata dalla media dei punteggi delle graduatorie parziali emerse dai siti di ranking utilizzati e, cioè, con il maggior numero di recensioni totalizzate e di valutazioni positive sul totale delle strutture rilevate.

Alla Sardegna, infine, con 100,8 punti, spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2019 meritando un balzo in avanti di ben 9 posizioni nel Regional Tourism Reputation Index: per lei la sesta posizione rispetto alla 18esima dell'anno precedente. A condizionare positivamente la scalata, l'andamento crescente, nell'arco temporale individuato, sia del volume di offerta online che della popolarità web di cui gode la destinazione isolanaW.

"Il nostro studio - commenta il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio - stimola alcune considerazioni su un aspetto che ruota attorno alla costruzione della reputazione turistica delle destinazioni regionali: la necessità di una strategia integrata e condivisa tra i vari stakeholder del sistema pubblico-privato. Basta analizzare la recente polemica tra le principali associazioni di rappresentanza degli operatori turistici e l'Enit - precisa Raffaele Rio - per comprendere che la governance teorica dei sistemi turistici, tanto decantata nei documenti strategici quanto sfuggente nelle fasi attuative della programmazione, dovrebbe cedere il passo alla governance dinamica incentrata a valorizzare gli orientamenti e le visioni della molteplicità dei soggetti attivi nello sviluppo e nella promozione del turismo italiano. L'offerta turistica di una destinazione - conclude il presidente dell'Istituto Demoskopika - deve essere, quindi, messa a punto in collaborazione con tutti i soggetti interessati del settore pubblico e privato. Una strategia simile potrebbe produrre evidenti benefici, contribuendo a un impiego più incisivo e ottimale delle risorse comunitarie oltre a caratterizzare di maggiore consapevolezza gli obiettivi della programmazione turistica territoriale".

a cura dell'ufficio stampa

Primo rating italiano sul turismo di Demoskopika, Calabria al 16esimo posto

Appeal dei portali turistici: la strategia del Trentino - Alto Adige si conferma vincente

È il Trentino-Alto Adige, con 128,8 punti, a confermarsi, anche per il 2020, la destinazione più social d'Italia, ossia dotata di maggiore capacità di appeal, immediatamente seguita dalle Marche (115,1 punti) e dall'Emilia Romagna (105,6 punti). In particolare, il Trentino-Alto Adige ottiene, infatti, la visibilità più rilevante, con una dote complessiva di oltre 1,2 milioni di like e follower conteggiati dalle pagine social ufficiali (instagram, facebook e twitter) di promozione turistica del Trentino e dell'Alto Adige. Più che meritevole di attenzione anche l'interesse suscitato dalle pagine istituzionali delle Marche (115,1 punti) con ben 464 mila "seguaci" e dell'Emilia Romagna (105,6 punti) con circa 230 mila "apprezzamenti".

Fin qui, le destinazioni che hanno messo in campo una strategia più incisiva. Ma quelle più deludenti nella promozione sulle reti sociali dell'offerta turistica regionale? Tre, senza alcun dubbio, le realtà non premiate dall'indice di Demoskopika: si va dalla Campania (90,9 punti) con appena 2,7 mila "like e follower", ultima destinazione in classifica, alla Calabria (91,9 punti) con 30 mila "like e follower" passando per il Molise (91,0 punti) con circa 5 mila "mi piace e seguaci" sulla rete sociale istituzionale.

Posizionamento online: è la Sicilia, la destinazione turistica "più ricercata" d'Italia

Con quasi 300 mila risultati rilevati, il territorio isolano ottiene il massimo punteggio (133,3 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 2020" per ciascuna regione, capace di offrire una valutazione preliminare del volume di offerta online di ciascuna destinazione turistica. Sul podio anche Sardegna (122,6 punti) e Toscana (107,4 punti) rispettivamente con 219 mila e 110 mila pagine indicizzate. Piazzamento al di sopra dei 100 punti anche per Puglia (102,5 punti) con 75 mila risultati e Calabria (100,3 punti) con 59 mila risultati.

Popolarità sul web: medaglia d'oro alla Sardegna

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: Sardegna, Sicilia, Toscana, Calabria, Puglia 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 Sardegna, con una media di interesse nel tempo pari a 44 punti, in vetta alla classifica dell'indicatore ottenendo il punteggio più alto nel ranking parziale della popolarità (122,7 punti). Quasi a pari merito, la Sicilia (122,6 punti) con una media di interesse nel tempo pari a 43 punti. Seguono, con risultati rilevanti tra loro, altre quattro destinazioni: Toscana (121,2 punti), Calabria (105,3 punti), Puglia (104,6 punti) e Liguria (101,0 punti).

Valutazioni: in Toscana il sistema ricettivo "più apprezzato"

Complessivamente, è la Toscana, con 109,2 punti, a detenere il primato del sistema ricettivo più "apprezzato" d'Italia che prevale al fotofinish sulla Basilicata (109,0 punti). 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. Distanze significative dal resto delle realtà regionali anche per il Trentino-Alto Adige con 108,9 punti, per il Lazio con 108,2 punti e per l'Emilia Romagna con 107,4 punti. 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 significa, con molta probabilità, più attenzione verso un determinato luogo o territorio.

Il borsino delle destinazioni: Sicilia, Toscana e Puglia le più gettonate

Sarà principalmente il Sud a trainare la ripresa del settore turistico italiano nella fase post Covid-19. Sul podio delle mete turistiche più ricercate dagli italiani - secondo un sondaggio realizzato a fine maggio da Demoskopika che ha coinvolto un campione oltre 1.500 cittadini - si posizionano, infatti, due destinazioni del Mezzogiorno a forte trazione balneare, Sicilia e Puglia che hanno totalizzato rispettivamente il 12,7% e l'11,0%. Tra loro si colloca la Toscana che si guadagna la "medaglia d'argento" avendo raccolto l'11,9% delle preferenze dei turisti italiani. Decisamente rilevanti anche le indicazioni espresse per altre quattro destinazioni turistiche: Trentino-Alto Adige (8,3%), Calabria (8,1%), Emilia-Romagna (6,3%) e Sardegna (6,2%). Seguono, in un'area di appeal intermedio, Liguria (4,3%), Campania (4,0%), Veneto (3,9%), Abruzzo (3,6%), Lombardia (3,4%), Marche (3,3%) e Piemonte (3,3%). A chiudere la classifica delle preferenze degli italiani le rimanenti destinazioni turistiche: Lazio e Valle d'Aosta (2,3%), Umbria (1,9%), Basilicata (1,5%), Friuli Venezia Giulia (1,1%) e Molise (0,4%).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

a cura dell'ufficio stampa