



REGIONAL TOURISM  
REPUTATION INDEX  
IL PRIMO RATING ITALIANO SUL TURISMO

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

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

**RENDE**  
VIA J. F. Kennedy, 81/Q  
87036 Rende (CS)  
+39 0984 45 84 23



[www.demoskopika.it](http://www.demoskopika.it)

**DEMOSKOPIKA**  
when they ask you

NOTIZIE per la **STAMPA**

27 ottobre 2021

## Turismo. Il rating della reputazione per il 2021

**Nel medagliere dell'Istituto di ricerca, la riconferma in vetta del Trentino-Alto Adige e della Toscana. L'Emilia Romagna soffia il podio alla Sicilia. Alla Liguria il primato della migliore performance rispetto al 2020. È quanto emerge dal Regional Tourism Reputation Index di Demoskopika per il 2021. Il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio: «Il Covid-19 ha nutrito il profilo del turista-esigente. Ma necessitano decisioni e programmazioni più consapevoli».**

Oltre 688 milioni di pagine indicizzate, quasi 7 milioni di like e follower sulle reti sociali, poco più di 50 milioni le recensioni conteggiate e ben 450 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 2021, giunto al suo quinto anno consecutivo, sulla base dei seguenti indicatori: visibilità e interesse dei portali turistici istituzionali regionali, loro social appeal presso gli stakeholder. E, ancora, popolarità, fiducia e tendenze di ciascuna destinazione turistica regionale nel complesso e, infine, la reputazione del sistema ricettivo. Da precisare che, dalla presente edizione, aumenta la numerosità dei social monitorati. Nello specifico, è stato rilevato il dato quantitativo degli iscritti al canale istituzionale youtube di promozione turistica, in quanto definitivamente disponibile per tutte le destinazioni regionali osservate.

L'Istituto Demoskopika, quindi, 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. In questa direzione, 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 115,7 punti. A pesare più che positivamente sulla medaglia d'oro del Trentino-Alto Adige, il primo posto quale destinazione "più social d'Italia". La Toscana conquista il secondo posto nel medagliere complessivo, avanzando di una posizione rispetto al ranking dello scorso anno. Il territorio toscano fa il bis, posizionandosi in vetta sia alle destinazioni turistiche più ricercate, che a quelle più popolari sul web secondo il comportamento dei consumatori. Sul podio anche l'Emilia-Romagna sulla cui performance hanno pesato significativamente le pagine indicizzate su Google quale valutazione iniziale del volume di offerta online della destinazione, il sentiment dei consumatori sull'offerta ricettiva e la visibilità istituzionale sui principali canali social.

27 ottobre 2021

Alla Liguria, infine, spetta il primato della destinazione regionale con la migliore performance rispetto al 2020 meritando un balzo in avanti di ben 11 posizioni nel *Regional Tourism Reputation Index*: per la destinazione, infatti, il sesto posto, rispetto al 17esimo dell'anno precedente, immediatamente seguita dal Friuli-Venezia Giulia che scala di sette posti nel ranking generale sulla reputazione turistica.

«L'emergenza pandemica - commenta il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio - ha alimentato, come benzina sul fuoco, il profilo del turista-esigente, sempre più alla ricerca di una destinazione con un'offerta credibile. In questa direzione, la reputazione turistica di un territorio si nutre costantemente di un flusso continuo di informazioni, positive o negative, condivise principalmente sul web. Il turista reale o potenziale, non è più un soggetto passivo da bombardare con comunicazione, marketing e messaggi ma, al contrario, sceglie la destinazione in relazione al costante interesse esperienziale generato sulla rete dai visitatori. L'offerta turistica italiana - conclude il presidente dell'Istituto Demoskopika - paga lo scotto di una eccessiva frammentazione tra tutti i soggetti, pubblici e privati, interessati alla programmazione del settore. Tuttavia sono numerosi ancora gli attori istituzionali a non comportarsi di conseguenza, a non assumere decisioni maggiormente consapevoli».

**Appeal dei portali turistici: si conferma vincente la strategia del Trentino-Alto Adige.** È il Trentino-Alto Adige, con 130,1 punti, a confermarsi, anche per il 2021, la destinazione più social d'Italia, ossia dotata di maggiore capacità di appeal, immediatamente seguita dalle Marche (111,6 punti) e dalla Toscana (108,4 punti); a seguire, inoltre, l'Emilia-Romagna (104,1 punti) e la Sicilia (102,9 punti). In particolare, il Trentino-Alto Adige ottiene, infatti, la visibilità più rilevante, con una dote complessiva di oltre 1,4 milioni di like e follower conteggiati dalle pagine social ufficiali (instagram, facebook, twitter e youtube) di promozione turistica del Trentino e dell'Alto Adige. Più che meritevole di attenzione anche l'interesse suscitato dalle pagine istituzionali delle Marche (111,6 punti) con ben 560 mila "seguaci" e dalla Toscana (108,4 punti) con circa 808 mila "apprezzamenti".

Fin qui, le destinazioni che hanno messo in campo una strategia più incisiva. Sul versante opposto, a non investire ancora adeguatamente sulle reti sociali, si confermano prioritariamente tre destinazioni: Molise, in coda, con 90,8 punti con appena 5,4 mila like e follower rilevati, Campania (90,9 punti) con 14,5 mila "sostenitori" e, infine, Calabria (91,4 punti) con 32,6 mila "seguaci".

**Posizionamento online: è la Toscana, la destinazione turistica più cliccata.** Con 53,4 milioni di pagine indicizzate, il territorio toscano ottiene il massimo punteggio (117,2 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 2021" per ciascuna regione, capace di offrire una valutazione preliminare del volume di offerta online di ciascuna destinazione turistica. Sul podio si piazzano due new entry rispetto all'edizione dello scorso anno: Emilia-Romagna (116,0 punti) e Lombardia (113,0 punti) rispettivamente con 52,1 milioni e 48,8 milioni di pagine indicizzate. Piazzamento al di sopra dei 100 punti anche per Veneto (112,1 punti) con 47,8 milioni di risultati, Piemonte (111,6 punti) con 47,2 milioni di risultati, Lazio (105,9 punti) con 40,9 milioni di risultati, Liguria (104,6 punti) con 39,5 milioni di risultati, Sicilia (101,5 punti) con 36,1 milioni di risultati e, infine, Trentino-Alto Adige (101,0 punti) con 35,5 milioni di risultati.

**Popolarità sul web: la Toscana fa il bis.** 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: Toscana, Sardegna, Sicilia, Calabria, Liguria e Puglia. In particolare, digitando

27 ottobre 2021

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 Toscana, con una media di interesse nel tempo pari a 67 punti, in vetta alla classifica dell'indicatore ottenendo il punteggio più alto nel ranking parziale della popolarità (133,5 punti). Al secondo posto la Sardegna (114,8 punti) con una media di interesse nel tempo pari a 37 punti. Seguono, con risultati altrettanto rilevanti, altre quattro destinazioni: Sicilia (112,3 punti), Calabria (107,3 punti), Liguria (104,8 punti) e, infine, Puglia (101,7 punti).

**Valutazioni: alla Basilicata, il primato del sistema ricettivo “più apprezzato”.** Con 108,1 punti, la Basilicata, conquista il primo posto, quale sistema ricettivo più apprezzato del Belpaese. Risultato ottenuto riparametrando le performance dei punteggi delle graduatorie parziali emerse dai siti di ranking utilizzati e, cioè, con il maggior numero di recensioni totalizzate su TripAdvisor e di valutazioni positive sul totale delle strutture rilevate su Booking, Expedia e Google Travel. Rispetto all'anno precedente, passa dal terzo al secondo posto, il Trentino-Alto Adige con 106,3 punti. La Liguria, conquista il terzo posto (105,4 punti) lasciandosi alle spalle il penultimo del 2020. Salgono di posizione, anche Puglia (104,3 punti) e Veneto (104,1 punti), conquistando, per quanto riguarda il sistema ricettivo, rispettivamente, il quarto e il quinto posto. L'analisi particolareggiata dell'apprezzamento dell'offerta ricettiva si muove dal presupposto che i consumatori tendano ad avere maggiore fiducia nelle loro decisioni quando si accorgono che una destinazione è caratterizzata da un insieme rilevante di recensioni dei viaggiatori e di “quotazioni” positive sull'offerta ricettiva. In questo caso, la relazione appare chiara: più recensioni e valutazioni positive significa, con molta probabilità, più attenzione verso un determinato luogo o territorio.