

per la **Stampa**
**REGIONAL TOURISM
REPUTATION INDEX**
 IL PRIMO RATING ITALIANO SUL TURISMO

Roma, 10 agosto 2020


demoskopika
 GRUPPO ITALIANO PER LE RICERCHE
 DI OPINIONE E DI MERCATO

 ROMA, via Savoia, 78 - 00198
 tel. +39 06 85237402 +39 388 0958133
 RENDE (CS), via J. F. Kennedy 81/Q - 87036
 tel. +39 0984 846026
 ufficiostampa@demoskopika.eu
 info@demoskopika.eu

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*



TURISMO. DEMOSKOPIKA MISURA LA REPUTAZIONE DELLE REGIONI

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, 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





TURISMO. DEMOSKOPIKA MISURA LA REPUTAZIONE DELLE REGIONI

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%).

