

IL TURISMO CULTURALE IN ITALIA

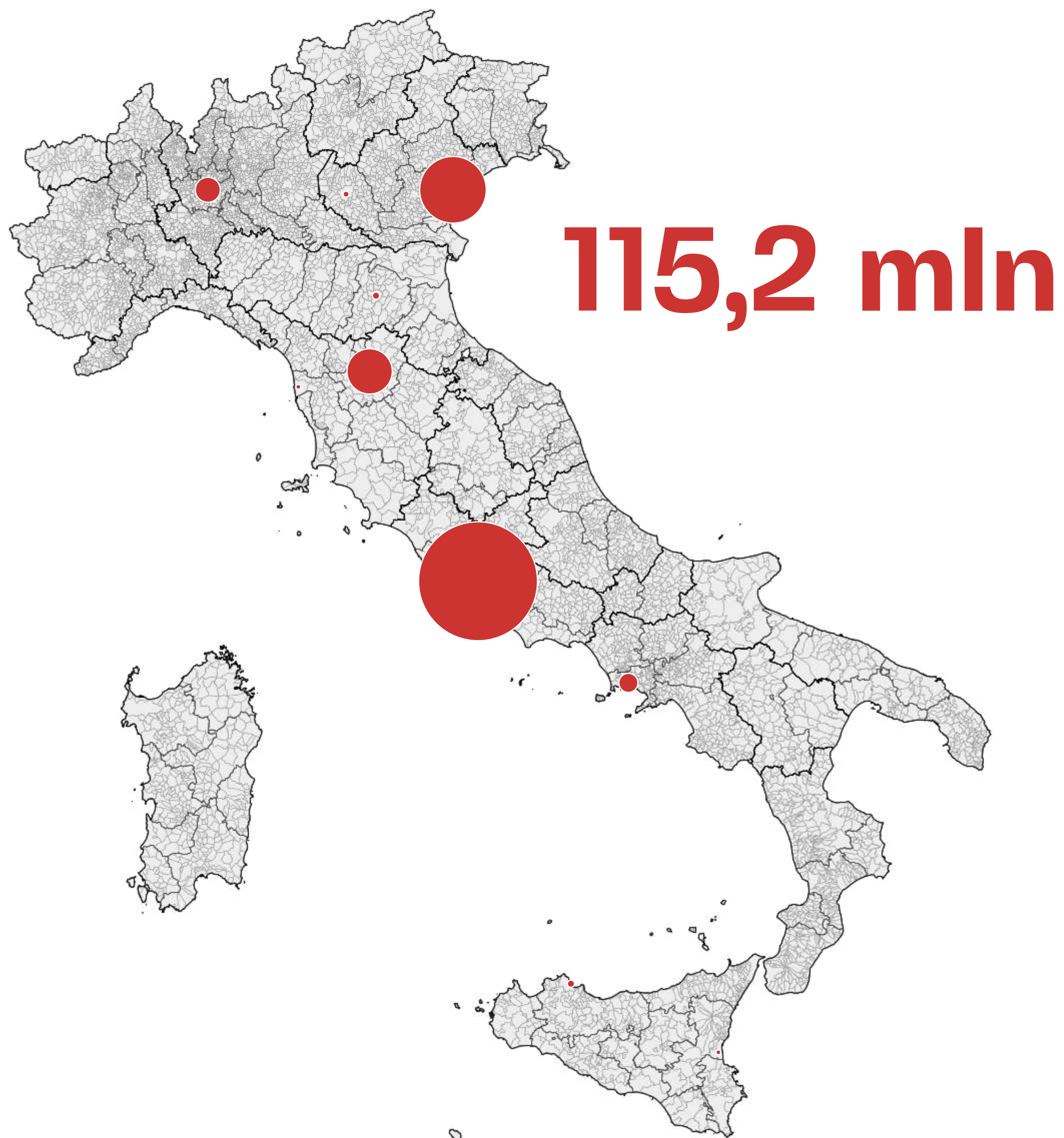
Report 2023

Damiano De Marchi
Tourism & Destinations Expert

TOURISMA 24 MARZO 2023

 THE **DATA APPEAL** COMPANY

 **ALMAWAVE**
GROUP



Stranieri in vacanza culturale, in città d'arte - 2019

Comune	% Presenze	1° mercato
Roma	28,3%	USA
Venezia	15,8%	UK
Firenze	10,7%	USA
Milano	6,1%	GER
Napoli	4,5%	GER
Bologna	1,8%	GER
Palermo	1,7%	GER
Verona	1,3%	GER
Catania	1,3%	GER
Pisa	1,2%	UK

Elaborazioni su dati Banca d'Italia, "Indagine sul turismo internazionale dell'Italia"

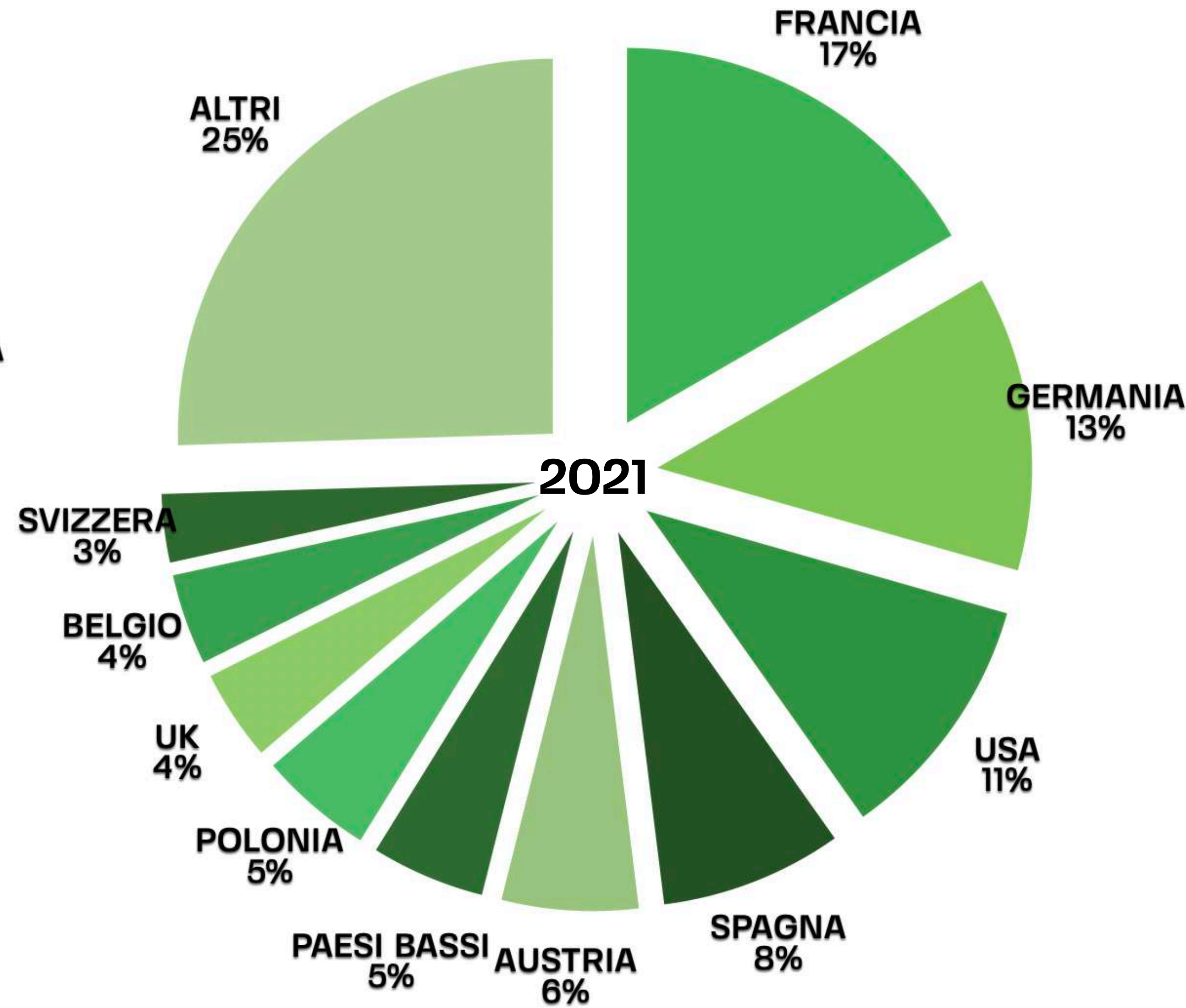
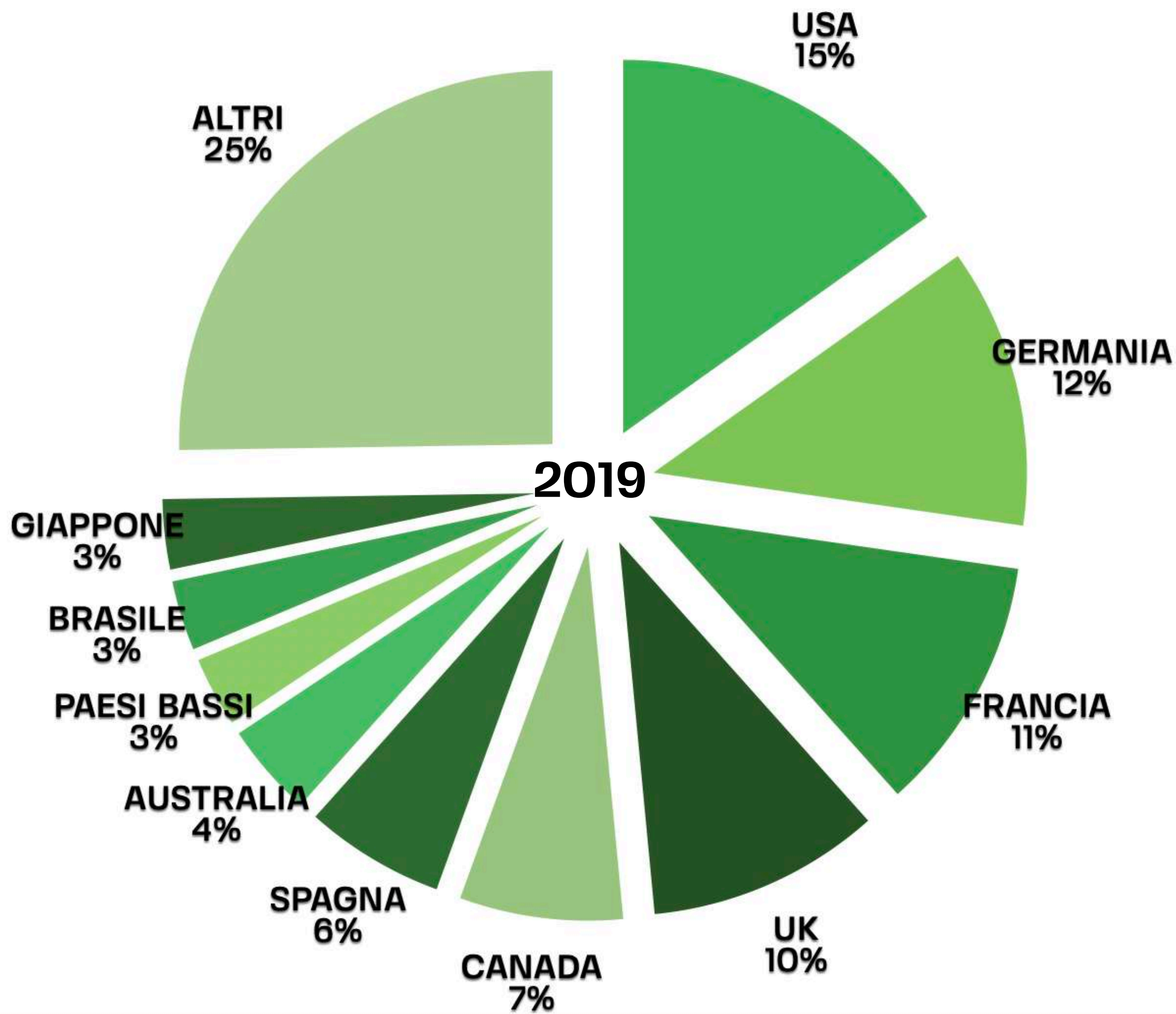


Stranieri in vacanza culturale, in città d'arte - 2021

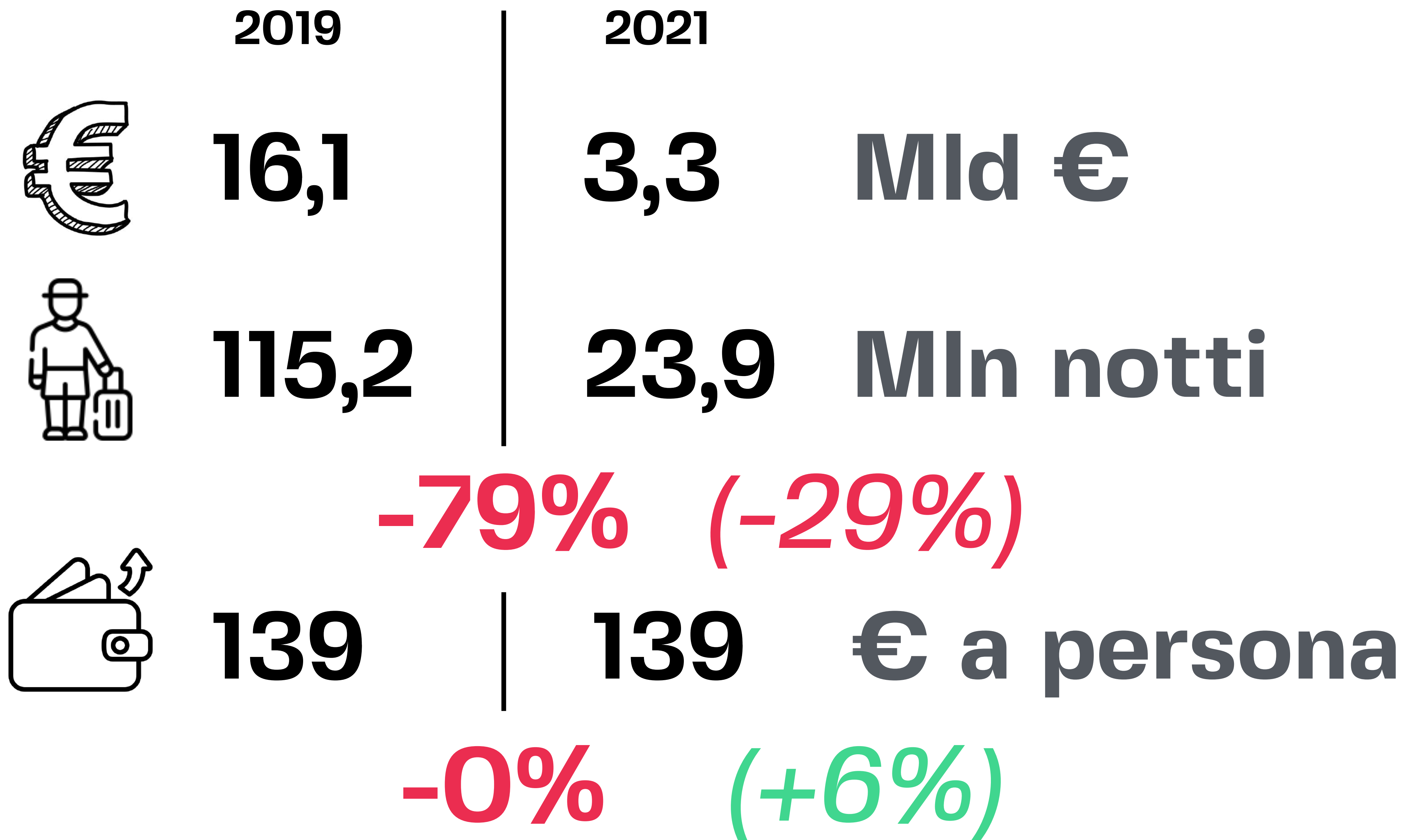
Comune	% Presenze	1° mercato
Roma	20,9%	USA
Venezia	16,9%	FRA
Firenze	9,8%	USA
Milano	7,3%	FRA
Napoli	4,1%	FRA
Bari	3,0%	FRA
Verona	2,3%	GER
Bologna	2,1%	SPA
Torino	1,6%	FRA
Pisa	1,3%	GER

Elaborazioni su dati Banca d'Italia, "Indagine sul turismo internazionale dell'Italia"

Mercati



Elaborazioni su dati Banca d'Italia



Stime su dati Banca d'Italia, ISTAT, altri

Italia Destinazione Digitale

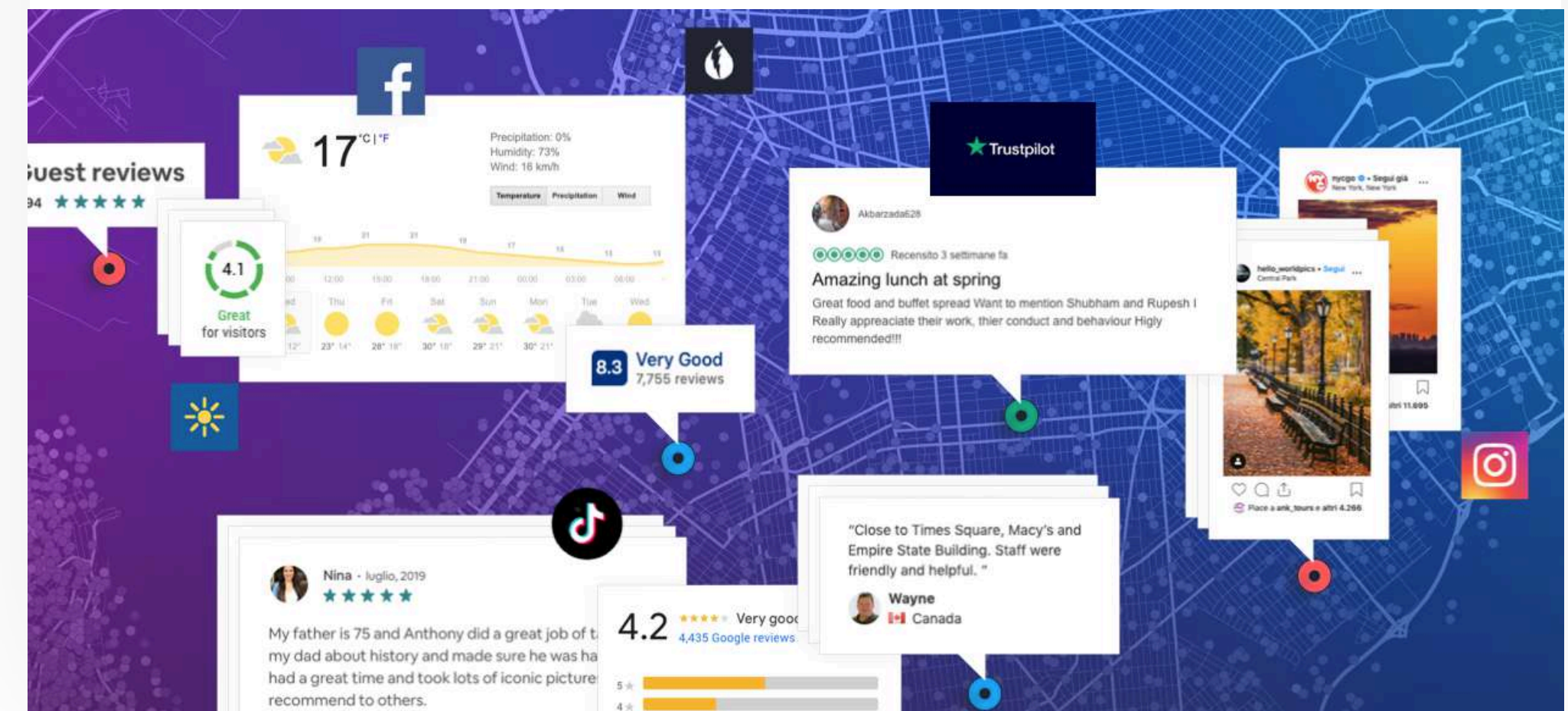
Città d'arte e del paesaggio culturale



73 MILA
Punti di interesse
(**6 MILA** - attrattori)

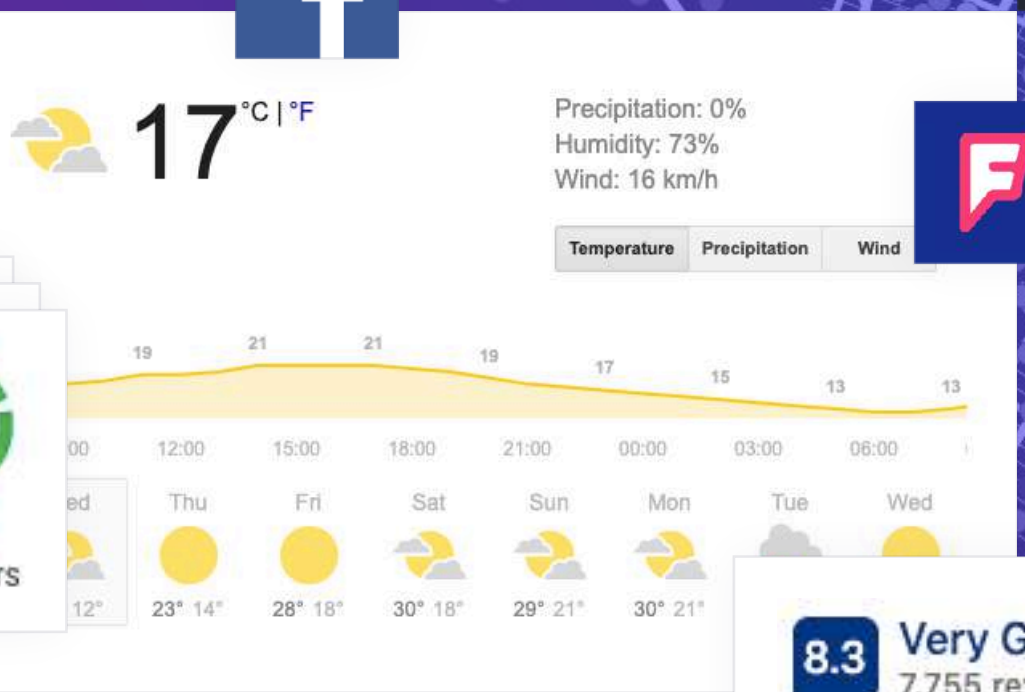


11 MLN
Contenuti digitali
(**1,4 MLN** - attrattori)



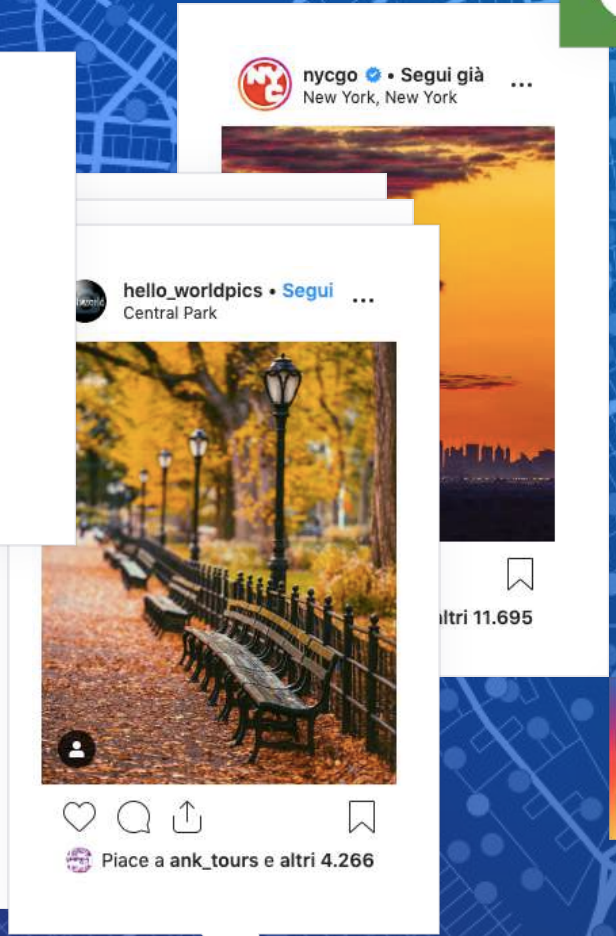
Guest reviews
4.94 ★★★★★

4.1
Great for visitors



8.3 Very Good
7,755 reviews

Akbarzada628
Recensito 3 settimane fa
Amazing lunch at spring
Great food and buffet spread Want to mention Shubham and Rupesh I Really appreciate their work, thier conduct and behaviour Higly recommended!!!



Nina · luglio, 2019
★★★★★
My father is 75 and Anthony did a great job of t...
my dad about history and made sure he was ha...
had a great time and took lots of iconic picture...
recommend to others.



"Close to Times Square, Macy's and Empire State Building. Staff were friendly and helpful."
Wayne
Canada

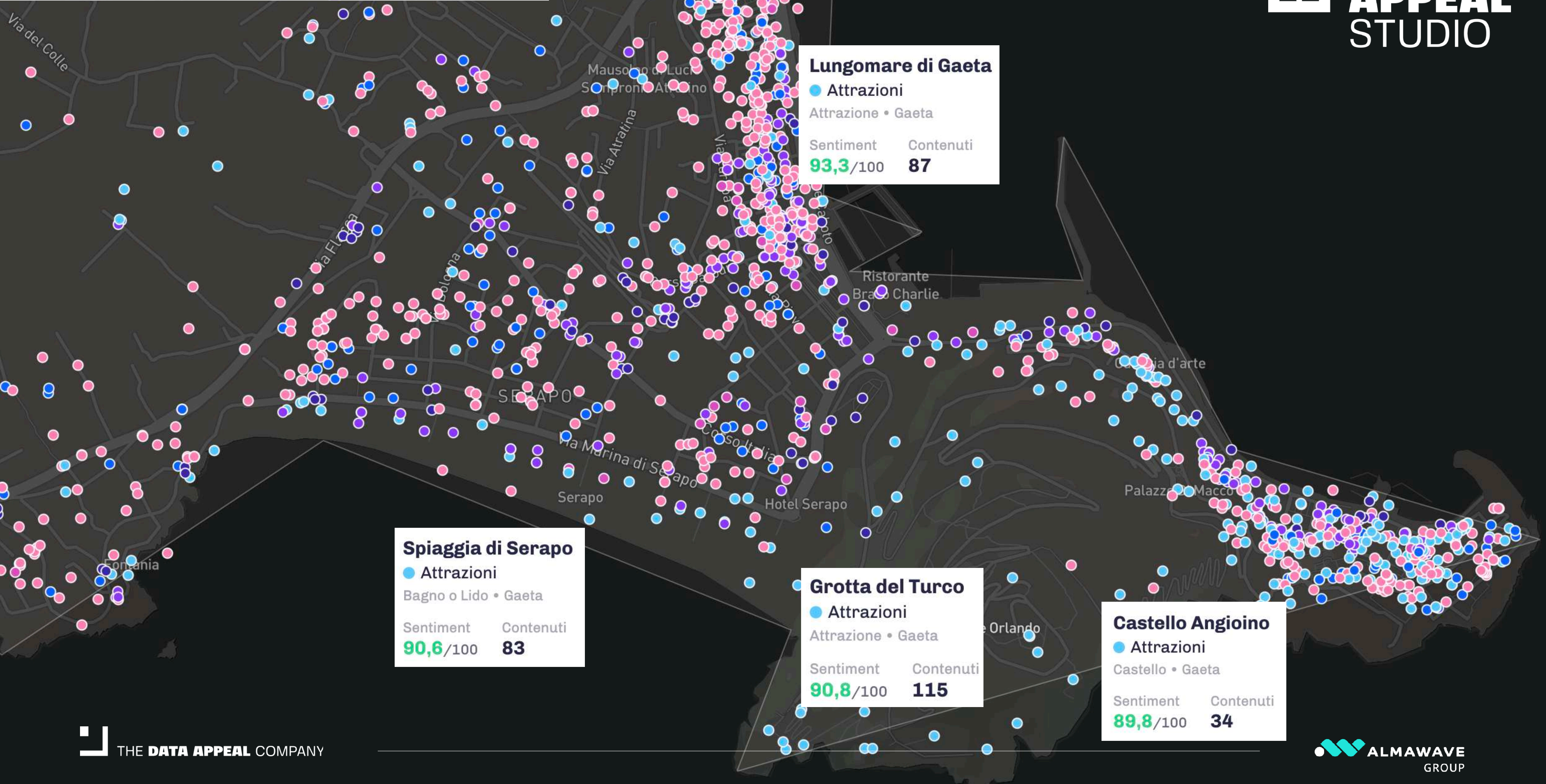
Rooms	Location	Service
3.2	4.8	3.8



"This place is nice, and the room had mirrors on the wall ! Rooftop bar short distance to time square...."
Sheldon
United States of America

TP	20:35 - 16:15 ¹ Tap Air Port... - Operated by Portugalia AI...	25 h 40 m FLR-EWR	1 stop ▲ 14 h 45 m LIS	
	11:25 - 23:30 Tap Air Portuga... - Operated by Portugali...	18 h 5 m FLR-EWR	2 stops LIS, IAD	€935 round trip
	13:05 - 21:00 British... - American, Finnair, Iberia... - O...	13 h 55 m FLR-JFK	1 stop ▲ Change of airport	€948 round trip
	20:30 - 14:15 ¹ iberia	23 h 45 m FLR-JFK	1 stop ▲ 13 h 25 m MAD	€968 round trip
	14:10 - 19:55 Vueling, British Airways - Iberia	11 h 45 m FLR-JFK	1 stop 1 h 25 m LGW	€1,142 round trip
	09:55 - 15:45 SWISS - United - Operated by Helvetic	11 h 50 m FLR-JFK	1 stop 1 h 40 m ZRH	€2,105 round trip

Le tracce digitali, risultato online dell'interazione e delle esperienze delle persone con il mondo circostante.



Lungomare di Gaeta

● Attrazioni

Attrazione • Gaeta

Sentiment	Contenuti
93,3 /100	87

Spiaggia di Serapo

● Attrazioni

Bagno o Lido • Gaeta

Sentiment	Contenuti
90,6 /100	83

Grotta del Turco

● Attrazioni

Attrazione • Gaeta

Sentiment	Contenuti
90,8 /100	115

Castello Angioino

● Attrazioni

Castello • Gaeta

Sentiment	Contenuti
89,8 /100	34

Museo di Casa Martelli

● Attrazioni

Museo • Firenze

Sentiment

94,3/100

Contenuti

21

Piazza del Duomo

● Attrazioni

Piazza • Firenze

Sentiment

96,6/100

Contenuti

14,6k

Giardino della Scuderie Reali

● Attrazioni

Parco • Firenze

Sentiment

79,9/100

Contenuti

14

Abbazia di San Miniato al Monte

● Attrazioni

Chiesa • Firenze

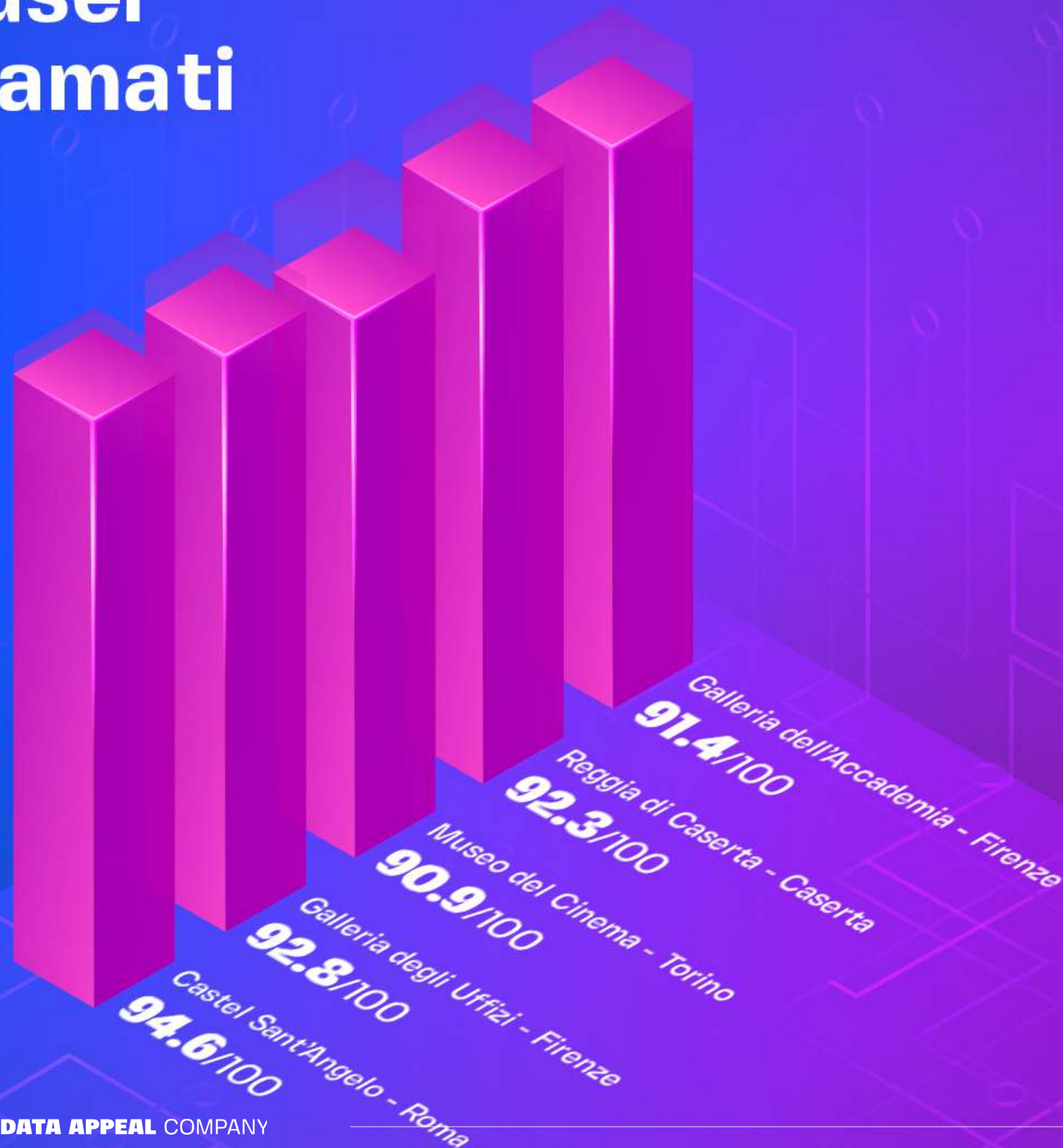
Sentiment

96,3/100

Contenuti

654

I musei più amati



ma anche...

Colosseo Roma

Arena Verona

Casa di Giulietta Verona

Museo Cappella San Severo Napoli

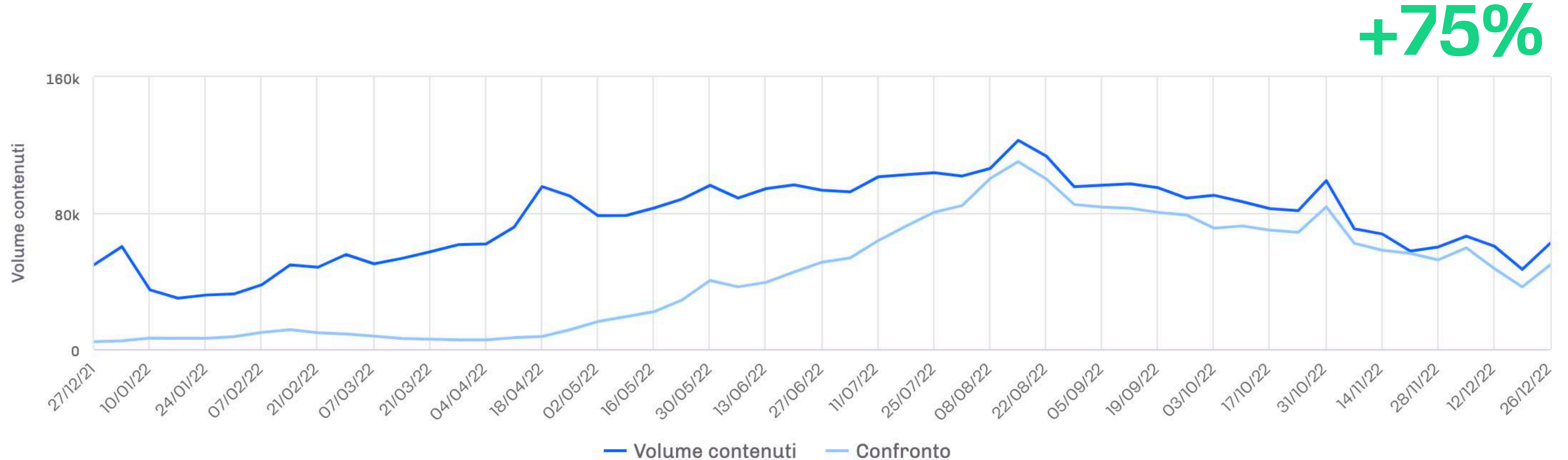
Museo Ferrari Modena

Percorso Napoli Sotterranea Napoli

Volume dei contenuti: andamento e variazione 2022-21

L'andamento del volume dei contenuti analizzati è un ottimo indicatore dell'andamento stagionale dei flussi turistici nelle città d'arte e del patrimonio culturale, in particolare analizzando quelli della **ricettività**.

Il confronto con il 2021 (linea più chiara) registra un **+75%**, prevalentemente dovuto a una prima parte dell'anno con valori sempre più alti. Considerando tutti i comparti, la crescita è più contenuta: **+36%**.



Sentiment Index: andamento



Il **Sentiment Index** misura il livello di soddisfazione degli utenti a partire dai contenuti online. Nel 2022 raggiunge il suo **valore minimo** in corrispondenza dei **picchi della pressione turistica delle città d'arte e del paesaggio culturale**.

Le variazioni del numero dei contenuti - e quindi dei visitatori in destinazione - hanno un'influenza diretta sul grado di soddisfazione: al maggiore affollamento delle località, corrisponde un **deterioramento dell'esperienza turistica complessiva**.

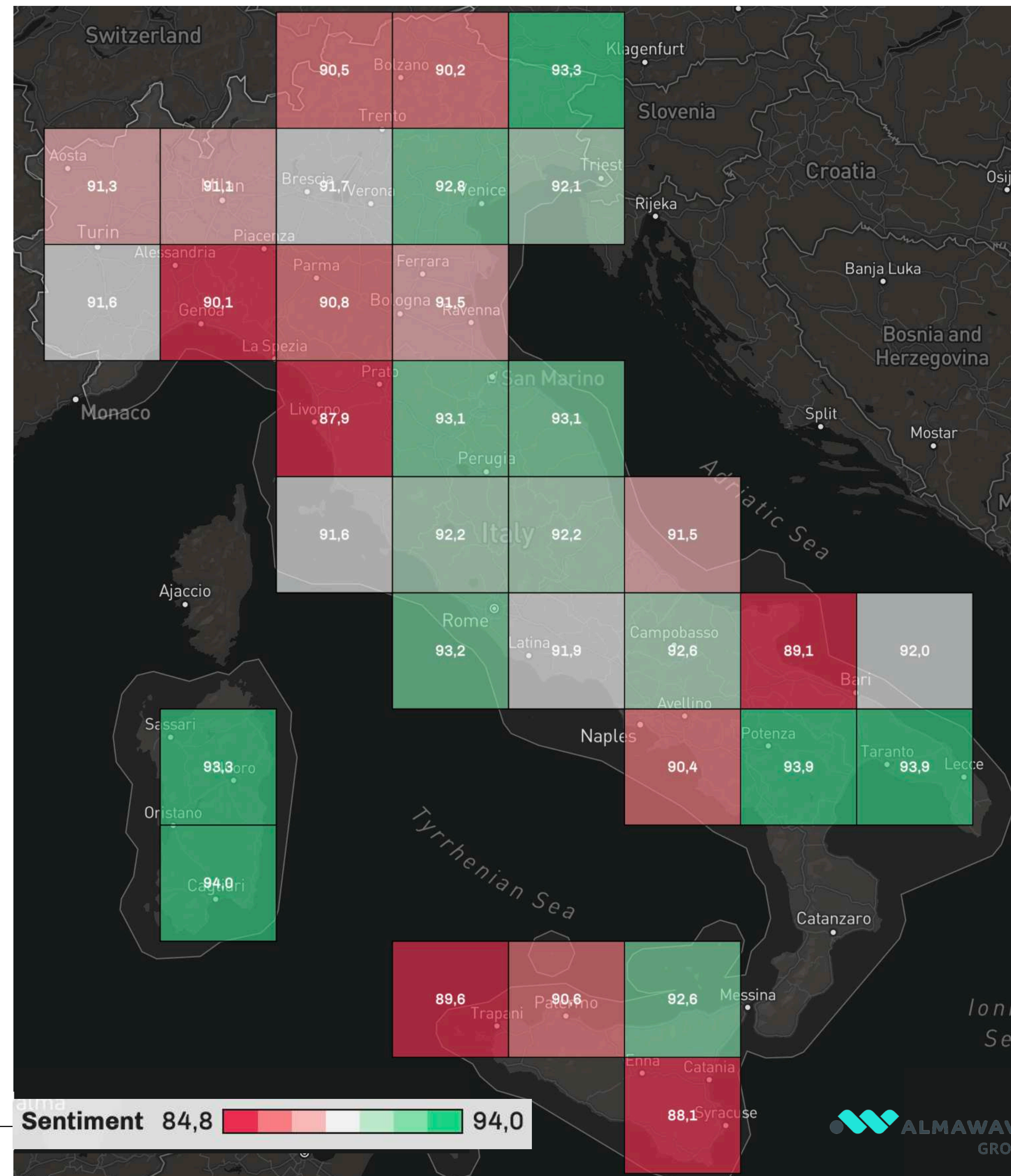
Sentiment Attrattori

Città d'arte e paesaggio culturale



▲ +0,4 Rispetto all'anno precedente

Comparti	Sentiment medio	Variazione
Locali e Ristorazione	85,7	-0,8
Ricettività	82,7	-2,6
Intrattenimento	86,8	-1,1
Totale	85,3	-1,5



Sentiment Attrattori

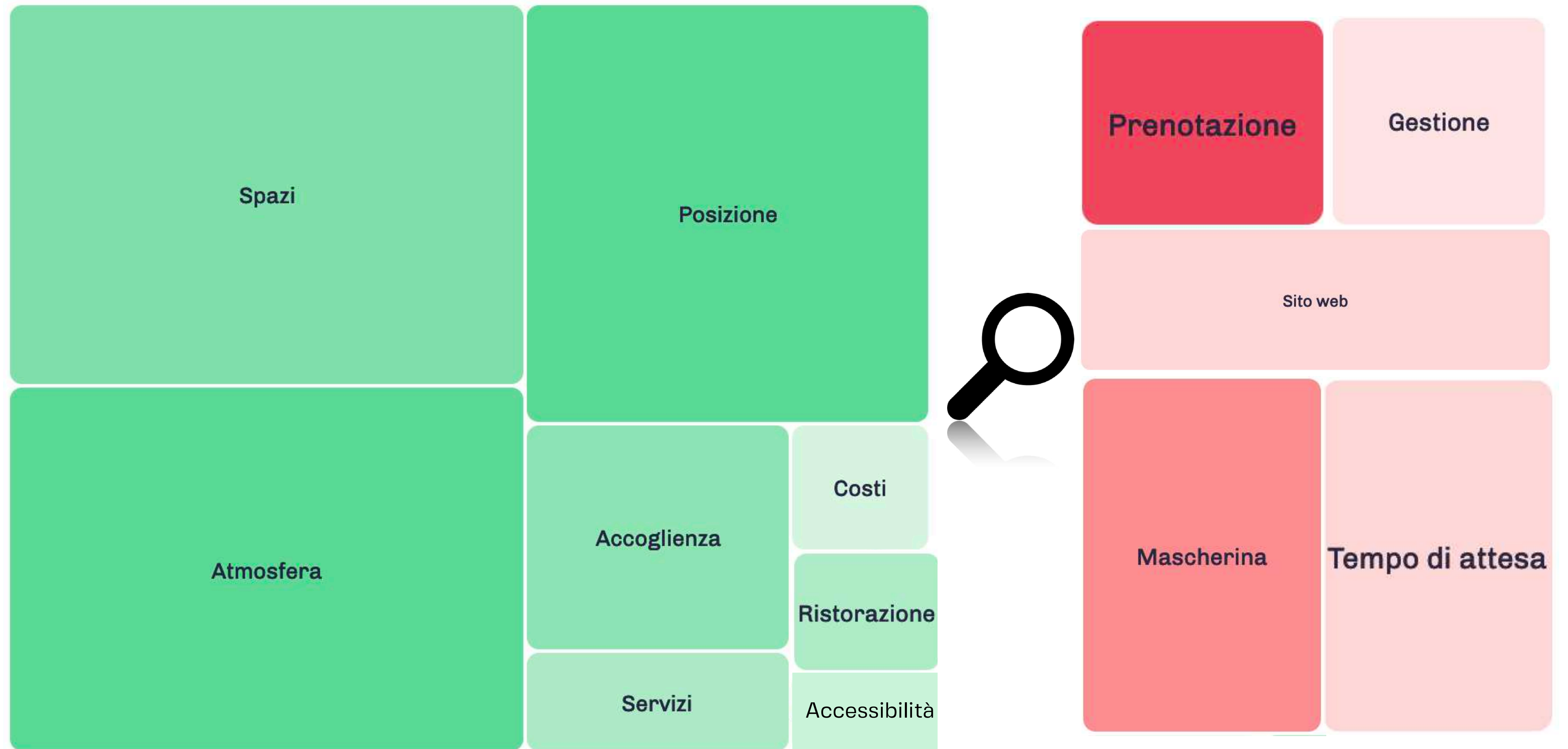


+0,4 Variazione 2022 / 2021

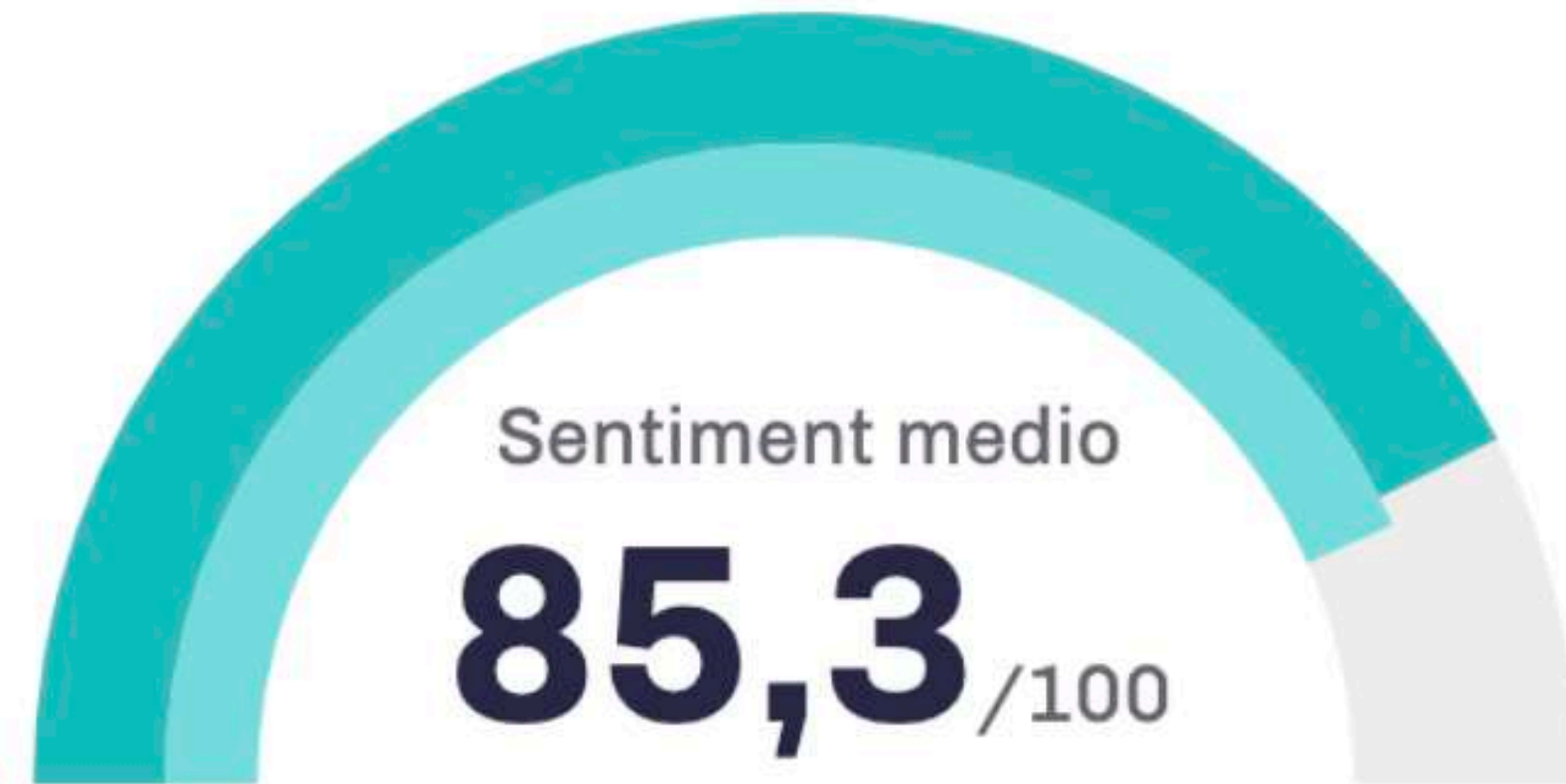
+1,4 Variazione 2022 / 2019

Città d'arte	Sentiment medio	Variazione 22/21	Variazione 22/19
Roma	93,1	1,0	2,4
Venezia	92,8	-0,3	1,8
Firenze	90,5	0,8	--
Milano	91,1	-0,8	1,5
Napoli	90,2	0,7	0,5

Sentiment Attrattori: gli argomenti di discussione



Sentiment Complessivo

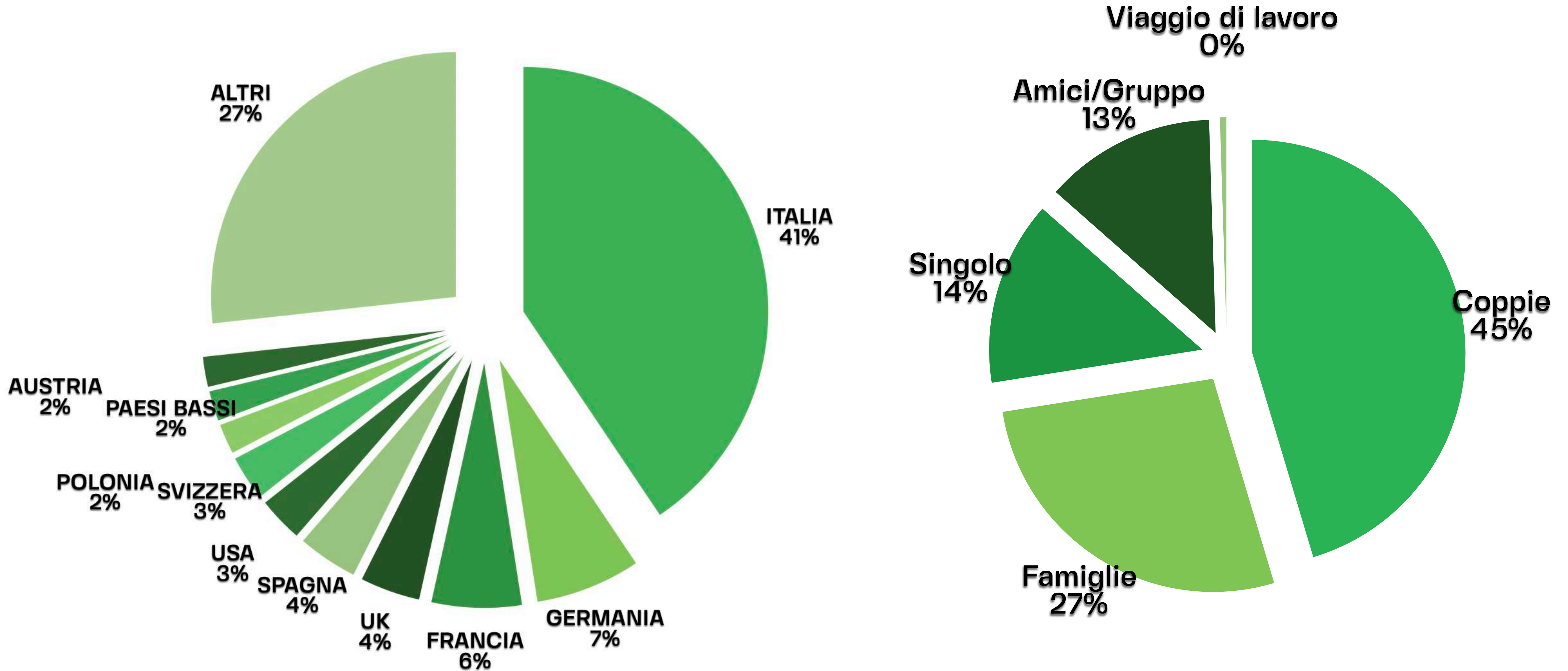


-1,5 Variazione 2022 / 2021

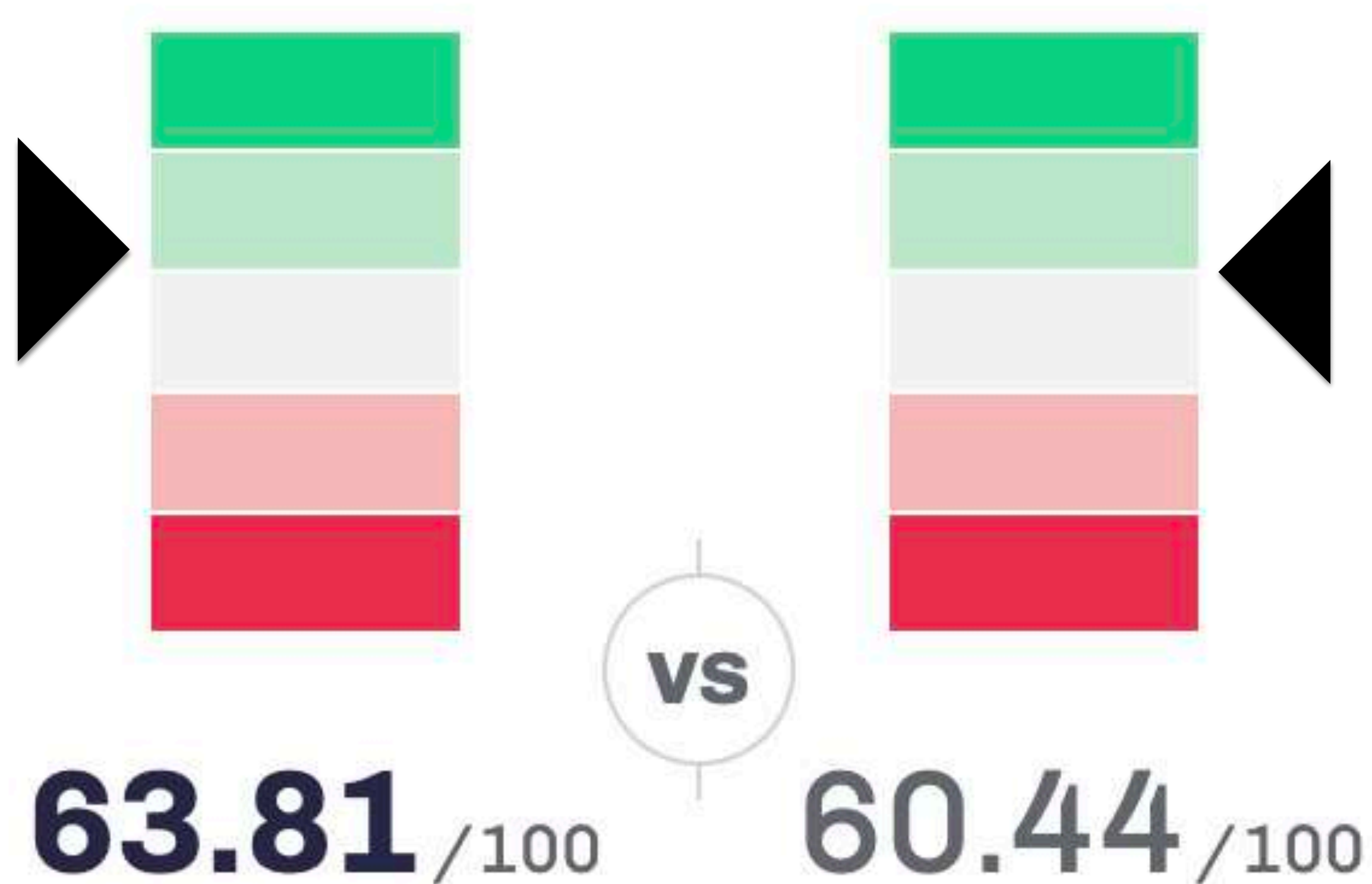
-0,8 Variazione 2022 / 2019

Città d'arte	Sentiment medio	Variazione 22/21	Variazione 22/19
Roma	84,9	-1,6	-0,6
Venezia	84,6	-2,1	-1,2
Firenze	85,8	-1,9	-0,6
Milano	82,5	-2,6	-1,5
Napoli	85,1	-1,6	-1,2

Mercati e Tipologie di viaggio



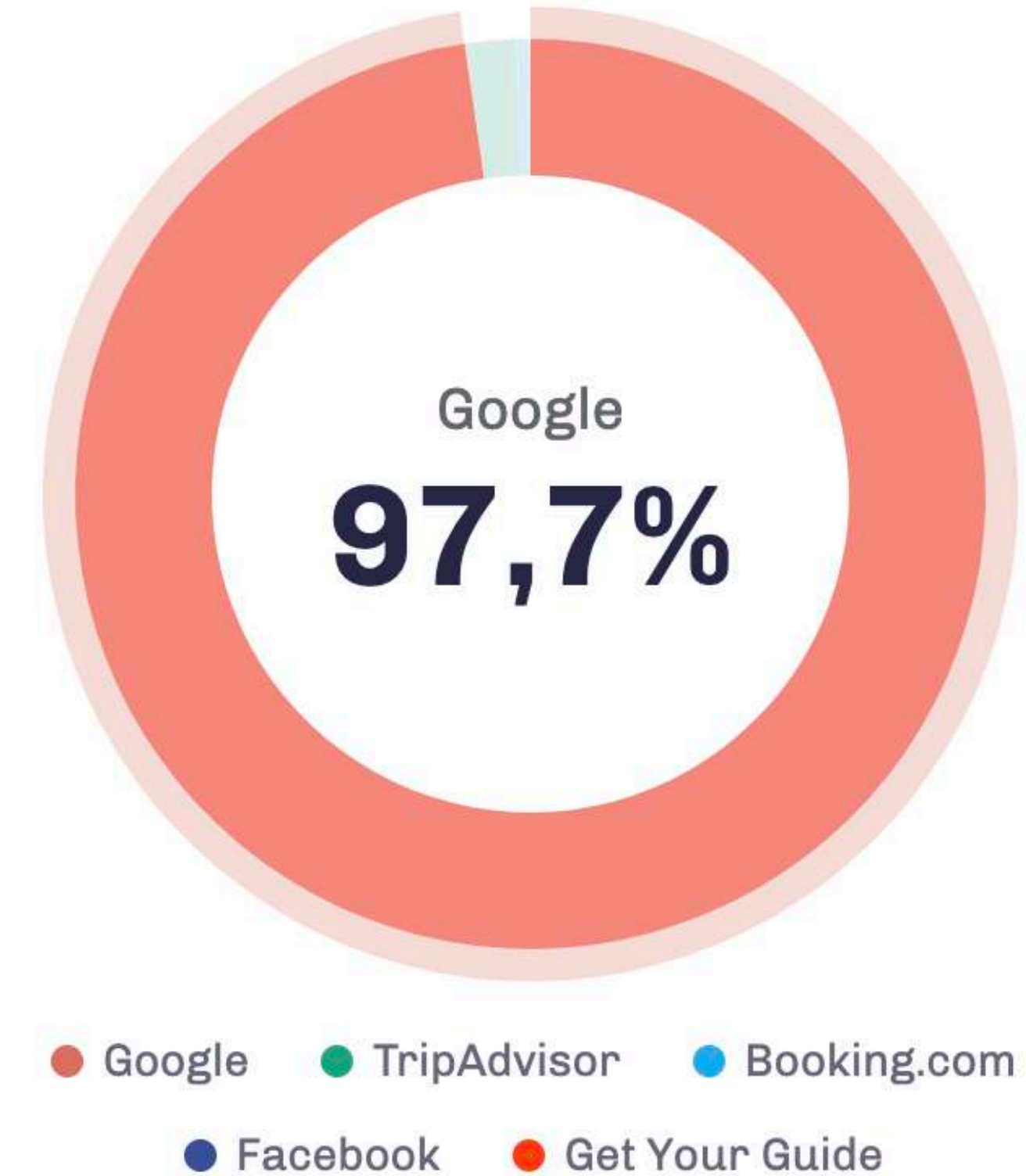
LGBTQ+ Index



Città d'arte
e del paesaggio culturale

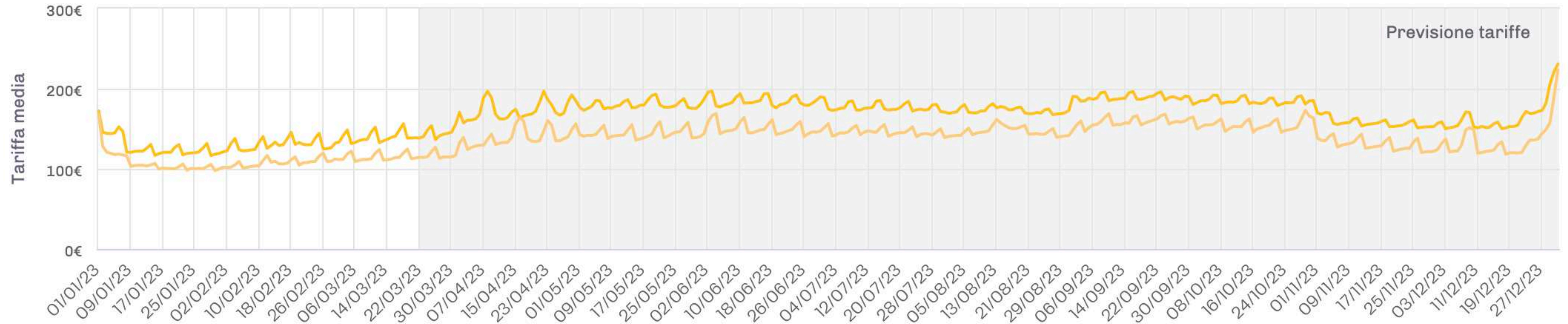
Italia

Canali di recensione



Attrattori nelle Città d'arte
e del paesaggio culturale

Prospettive 2023: Focus OTA



43 M
(100 M)

• **161€** vs • **135€**

+19%
(+7%)

METODOLOGIA

Il presente report, a cura di **Damiano De Marchi**, nella prima parte ha come base di analisi elaborazioni proprie sui dati Banca d'Italia, Indagine sul turismo internazionale dell'Italia, ISTAT e altri. Nella seconda parte, ha come base l'analisi dei dati rilevati da The Data Appeal Company.

The Data Appeal Company è un data provider di alternative data. Attraverso le proprie tecniche proprietarie raccoglie e monitora la presenza digitale dei **POI**, ovvero i punti di interesse di un'area, attraverso l'analisi di decine di portali, siti web, OTA, social media, dai più noti a quelli più specializzati per comparto. La metodologia di recupero prevede un processo di ricognizione e di riconduzione univoca attraverso un algoritmo che ha lo scopo di massimizzare la probabilità che i canali esplorati siano relativi al medesimo POI. Dopo un complesso processo di data quality, per ciascun POI rilevato vengono esplorate caratteristiche proprie - come localizzazione, tipologia, servizi - e dei visitatori - come provenienza, lingua, tipologia di viaggio. I **contenuti** della digital human experience (recensioni, giustizi, commenti, punteggi, ..) vengono letti e analizzati semanticamente attraverso meccanismi proprietari di intelligenza artificiale nel linguaggio naturale, nella sua forma originale, identificandone le logiche e il tono emozionale. Il risultato principale è il **sentiment**, ovvero un indice sintetico che esprime il grado di soddisfazione in base 100, ovvero la quota di giudizi positivi all'interno dell'insieme di tutti i contenuti analizzati. A questo score di polarità per ogni contenuto, si aggiungono i main topic ed i soggetti (aspects) e giudizi (opinions) connessi. Negli anni sono state sviluppate numerose altre tecniche, tra cui il **rates checker** per l'ospitalità, con la raccolta delle tariffe giornaliere (con monitoraggio più volte al giorno) pubblicate sulle OTA. Grazie a sofisticate tool di Business Intelligence dedicati e a tecniche di Data Visualization, i dati vengono offerti in maniera interattiva, ad esempio attraverso una dashboard come **Data Appeal Studio**, di modo che ogni tipologia di utente abbia la possibilità di leggere tutte le informazioni necessarie in maniera autonoma.

The Data Appeal Company (ex Travel Appeal) è una PMI innovativa italiana, nata nel 2014 in Veneto e con sede attuale a Firenze, Premio Nazionale 2020 per l'Innovazione dei Servizi, categoria turismo.

Per maggiori informazioni: support@datappeal.io

Damiano De Marchi
Tourism & Destinations Expert

damiano.demarchi@datappeal.io

[linkedin.com/in/damianodemarchi](https://www.linkedin.com/in/damianodemarchi)