Italia destinazione digitale 2024: il veneto al vertice delle reputazioni online

scritto da Redazione Wine Meridian | 10 Ottobre 2024



Il premio “Italia Destinazione Digitale 2024” ha premiato le migliori destinazioni turistiche italiane e internazionali per le performance online. Il Veneto è al primo posto per la miglior reputazione turistica. La cerimonia ha anche premiato eccellenze in enogastronomia, sostenibilità e inclusività, con un focus sulla percezione dei turisti in base a recensioni e dati digitali.

Si è recentemente svolta cerimonia ufficiale di consegna dei premi “Italia Destinazione Digitale”, gli Oscar del turismo organizzati da The Data Appeal Company – Gruppo Almawave all’interno del TTG Travel Experience, la manifestazione di punta in Italia per la promozione del turismo internazionale,

inaugurata oggi a Rimini.

Creato nel 2016, il premio è giunto alla sua nona edizione ed è rivolto alle Regioni e alle destinazioni turistiche che hanno ottenuto le migliori performance online, distinguendosi agli occhi dei turisti per la percezione generale della loro offerta, con particolare attenzione alla qualità dell'ospitalità, dei servizi e dell'esperienza complessiva.

La graduatoria si basa su milioni di contenuti pubblicati online, riguardanti migliaia di punti di interesse sparsi su tutto il territorio italiano. In particolare, sono state esaminate 32 milioni di "tracce digitali", permettendo il monitoraggio di 797 mila punti di interesse turistico, storico e culturale, insieme a strutture ricettive, affitti brevi, locali e ristoranti. Il periodo di riferimento preso in considerazione va dall'1 settembre 2023 al 31 agosto 2024.

Le classifiche per ogni premio sono generate a partire dai dati, dai commenti e dalle recensioni raccolti online e analizzati dagli algoritmi e dall'Intelligenza Artificiale di The Data Appeal Company, utilizzando gli indici proprietari dell'azienda.

Grazie a queste analisi dettagliate, gli organizzatori sono in grado di restituire una visione completa della percezione turistica in Italia, offrendo al contempo una lettura originale del turismo nel Belpaese, basata sulle impressioni dirette dei visitatori.

L'evento si è aperto con un approfondimento dal titolo "*I dati non mentono: istruzioni per costruire un turismo autentico con i dati reali*". Sul palco si sono avvicendati Mirko Lalli, CEO & Founder di The Data Appeal Company, Mario Romanelli, Sales Director Italy di The Data Appeal Company e Simone Pizzoglio, Partner, Head of Finance & Utilities BU di BVA Doxa. Quest'ultima società ha recentemente avviato una collaborazione con The Data Appeal Company – Gruppo Almawave

per analizzare l’impatto dell’aumento dei flussi turistici sulle destinazioni e pianificare un turismo più sostenibile per i cittadini.

Il premio “Italia Destinazione Digitale” è stato realizzato con il supporto di Almawave, Almaviva, BVA Doxa, Best Western Hotels & Resort Italia, HBenchmark, Maggioli, Sonders & Beach, Touring Club Italiano e Visa. The Data Appeal Company sarà presente durante i tre giorni di TTG Travel Experience presso lo Stand 208 nel Padiglione A2.

I risultati del premio “Italia Destinazione Digitale” 2024

Sono 9, complessivamente, i premi assegnati nella cerimonia di oggi. Di seguito i dettagli:

Il **Veneto** si aggiudica il primo premio come Destinazione con la Migliore Reputazione online, quindi la preferita dai visitatori italiani e internazionali. Seguono la Basilicata, che lo scorso anno era al primo posto, e il Trentino al terzo.

Il premio per la Destinazione con la Migliore Offerta Enogastronomica va a **Ragusa**, in Sicilia; Dolomiti Paganella in Trentino mantiene la seconda posizione per il secondo anno consecutivo, seguita dalla Carnia in Friuli Venezia Giulia, per la prima volta sul podio.

Novità assoluta il Premio Borgo più Amato d’Italia, il borgo con le migliori performance in termini di sentiment e popolarità tra i Borghi Bandiera Arancione di Touring Club Italiano. Il primo posto va a **Peccioli**, borgo d’arte in Toscana, seguito da Ripatransone nelle Marche e, al terzo posto, Petralia Sottana in Sicilia.

Anche quest’anno sono stati assegnati il Premio Destination Sustainability Index, andato per la seconda volta consecutiva al **Trentino**, e il Premio Inclusivity Index, conferito alla

Regione **Lombardia**. Il primo viene assegnato in base all'omonimo indice proprietario di The Data Appeal Company, mentre il secondo si basa sulle performance dell'LGBTQ+ Index, ideato in collaborazione con Sonders&Beach, e il QPrize – Diversity & Inclusion Tourism Award.

La destinazione preferita dagli italiani all'estero risulta la **Comunidad Foral de Navarra, in Spagna**, Paese premiato già nel 2023 con il secondo e terzo posto. Seguono Clare Island in Irlanda e Braga in Portogallo.

Il **Parco della Maiella in Abruzzo** viene premiato come la destinazione più amata dagli stranieri in vacanza in Italia, seguito da due destinazioni a forte vocazione enologica: le Colline del Prosecco in Veneto e le Langhe Monferrato Roero in Piemonte.

Ad aggiudicarsi il Premio Speciale Almawave Smart Destination è la **Puglia**, per essersi distinta nella gestione innovativa, digitale e data-driven del destination management. Già lo scorso anno il Premio era stato vinto dalla Città di Bari.

Al **Piemonte** va invece il Premio Speciale Cashless Destination, per la destinazione che ha registrato il maggior utilizzo di transazioni elettroniche.

Il report "Tutti i dati d'Italia 2024"

La cerimonia è accompagnata dalla presentazione esclusiva del **Report "Tutti i dati d'Italia 2024"**, indagine che ha l'obiettivo di misurare lo stato dell'arte dell'offerta turistica italiana, così come è stata vissuta e raccontata dagli utenti online tra il 2023 e il 2024.

Rispetto all'edizione dello scorso anno, i dati raccolti da The Data Appeal Company – Gruppo Almawave risultano in calo: dagli 876 mila punti di interesse, si passa a 797 mila di questa edizione. Per punti di interesse (POI) si intendono tutte le attività connesse alla filiera del turismo recensite

online, quali ad esempio alberghi, ristoranti, caffè, musei, gallerie ed ogni altra attrazione. Anche le recensioni e i commenti online raccolti e normalizzati da siti, portali e social network, sono passati da 40 a 32 milioni. Un trend che verosimilmente riflette **il calo del turismo interno** causato dalla minore disponibilità economica e dal forte aumento dei prezzi, soprattutto nelle strutture ricettive.

Le analisi del periodo preso in esame e dei prossimi sei mesi confermano questo dato: le tariffe medie di hotel e affitti brevi pubblicate sulle agenzie turistiche online (OTA) sono aumentate negli ultimi 12 mesi di oltre il 9% e non accennano a scendere. Il periodo ottobre-marzo 2024 ad oggi registra un aumento del 6% circa, con una tariffa media di 130 euro. Analizzando i voli aerei da GDS, i passeggeri italiani risultano in calo, come il loro tempo di permanenza medio (3 giorni). Al contempo però, i dati registrati al 1 ottobre 2024 sul prossimo semestre ci mostrano che i passeggeri di voli aerei confermati via GDS sono già in aumento del 7,4% rispetto al dato a consuntivo dello stesso periodo dell'anno precedente. Queste presenze sono soprattutto trainate dagli stranieri: americani, tedeschi, francesi e coreani, questi ultimi tre tutti in aumento.

Per quanto riguarda la **provenienza dei visitatori** che hanno passato le loro vacanze in Italia, i primi mercati – dopo gli italiani stessi – sono i turisti provenienti da Germania, Francia, Regno Unito e Spagna.

Gli stranieri, complessivamente, rappresentano il 58,2% dei visitatori, in aumento del 1,5% rispetto all'anno precedente. La soddisfazione media generale dei visitatori stranieri si conferma estremamente alta: 84/100.

Quest'anno è stato dedicato anche un focus particolare al tema dell'**Overtourism** e per capire l'impatto del sovraffollamento turistico in Italia, sono state prese in esame le città di Firenze, Milano e San Gimignano. L'analisi rivela che sono

proprio i piccoli borghi a forte vocazione turistica come San Gimignano a risentire di più del fenomeno, poiché la stagionalità è più concentrata nei mesi estivi e la capacità di posti letto è più ridotta. In questo frangente, ha contribuito allo speech Simone Pizzoglio, Partner, Head of Finance & Utilities BU di BVA Doxa, azienda con la quale The Data Appeal Company collabora proprio per analizzare l'impatto che l'aumento dei flussi turistici porta sulle destinazioni e i cittadini.

La classifica delle **10 attrazioni più commentate e apprezzate dai turisti** segna una leggera variazione rispetto all'anno passato: la Fontana di Trevi ruba il primo posto al Colosseo, seguito dalla Torre di Pisa, il Duomo di Milano e il Pantheon. Esce dalla Top 5 Piazza Navona. Il livello di Sentiment registra anche quest'anno numeri record, superando in diversi casi quota 95/100.

In questa edizione per la prima volta in assoluto, The Data Appeal Company ha voluto analizzare anche la **popolarità delle pizzerie**, una delle categorie più amate del comparto Locali e Ristorazione. Vanno sul podio Sfizio Ristorante Pizzeria a Roma, al primo posto con un Sentiment Score di 96/100, Mariuccia a Roma e L'Antica Pizzeria da Michele di Bari. Chiudono la top 5 delle pizzerie più apprezzate Ristorante Pizza Forum Roma e Gino e Toto Sorbillo Napoli.

Per la **ricettività** sono state prese in esame complessivamente 135 mila strutture. Il sentiment risulta pari a 86/100, in aumento rispetto al periodo precedente. L'area dove il sentiment registra un livello superiore alla media italiana è il Sud Italia, con 87,4/100. Lo staff resta l'argomento più discusso e più apprezzato nelle recensioni (sentiment 94/100). La camera e il rapporto qualità-prezzo ricevono i punteggi più bassi (73 e 71 rispettivamente), indicando che ci sono ancora margini di miglioramento su questi aspetti, probabilmente legati alle aspettative dei clienti e alla percezione del valore.

Per gli **affitti brevi**, ossia case vacanza, case private, affittacamere e appartamenti, sono state rilevate 166 mila offerte online. Il sentiment espresso dai viaggiatori si conferma molto alto e in crescita rispetto ai 12 mesi precedenti: 90,9/100. Posizione e host sono gli aspetti più apprezzati dai visitatori, confermandosi il fattore chiave per il successo di questi alloggi.

In ambito **locali e ristorazione**, sono stati analizzati 344 mila tra ristoranti, bar, pizzerie e locali vari. Il sentiment è stabile a 86,7/100. Sono le gelaterie a guadagnare il più alto livello di apprezzamento del pubblico (89/100) anche se costituiscono solo il 4% della nostra offerta enogastronomica. I clienti apprezzano molto l'accoglienza e la posizione dei locali, mentre i costi e la pulizia sono gli aspetti più criticati, con i costi che ricevono un punteggio di solo 52/100.

Le attrazioni, 152 mila quelle attive online (parchi divertimento, musei, monumenti e altro) registrano anche quest'anno il sentiment più alto, pari a 91/100. Posizione e atmosfera sono gli aspetti più apprezzati. Costi e accessibilità hanno i punteggi più bassi, in linea con il 2022, mettendo in luce la mancanza di percezione del valore aggiunto e la scarsa attenzione all'inclusività che caratterizzano ancora troppi contesti culturali.

Punti chiave:

1. Il Veneto ha vinto il premio per la migliore reputazione online nel 2024, seguito da Basilicata e Trentino.
2. Ragusa ha ottenuto il premio per la migliore offerta enogastronomica, con Dolomiti Paganella al secondo posto.
3. Il Trentino si è aggiudicato il premio Destination

Sustainability Index, mentre la Lombardia ha vinto il premio Inclusivity Index.
4. La cerimonia ha presentato il Report “Tutti i dati d’Italia 2024”, evidenziando il calo di recensioni online e l’aumento dei costi turistici.
5. Il Parco della Maiella in Abruzzo è stato riconosciuto come la destinazione più amata dagli stranieri in Italia.

FAQ – Frequently Asked Questions:

1. **Cosa rappresenta il premio Italia Destinazione Digitale?**
   Il premio Italia Destinazione Digitale celebra le destinazioni turistiche italiane con le migliori performance online basate su recensioni e dati digitali.
2. **Qual è stata la destinazione con la miglior reputazione online nel 2024?**
   Il Veneto ha vinto il premio per la miglior reputazione online nel 2024.
3. **Quali sono le categorie premiate nell’edizione 2024?**
   Tra le categorie premiate ci sono la miglior reputazione online, l’offerta enogastronomica, la sostenibilità e l’inclusività.
4. **Quali regioni hanno vinto i premi per sostenibilità e inclusività?**
   Il Trentino ha vinto il premio Destination Sustainability Index, mentre la Lombardia ha ottenuto il premio Inclusivity Index.
5. **Come vengono calcolate le classifiche del premio Italia Destinazione Digitale?**
   Le classifiche si basano su dati e recensioni raccolti online, analizzati da algoritmi e Intelligenza Artificiale di The Data Appeal Company.