

IL SUD TRAINA LA RIPRESA DEL TURISMO, MA L'ABRUZZO SOLO 15ESIMO PER REPUTAZIONE WEB

11 Agosto 2020

di **Redazione**



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.

L'Abruzzo è al 15esimo posto dopo la Campania e prima della Calabria.

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 18esima 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). 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 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”.