



Alessandra Arcese

Coordinatrice Area Qualificazione Imprese e territori

Istituto Nazionale Ricerche Turistiche - ISNART

QUANTO PESA IL TURISMO SALERNITANO?

Dati, nuovi strumenti di analisi *Artificial Intelligence Based*
e tutte le opportunità
dell'Ecosistema digitale del Turismo e di italia.it

BIT 2024

CHI SONO I TURISTI NELLA PROVINCIA DI SALERNO?

Giovani, in coppia, medio spendenti e soddisfatti della loro scelta: **l'identikit del turista nella provincia di Salerno del 2023.**

73 €

SPESA MEDIA PROCAPITE
GIORNALIERA SUL TERRITORIO
(60 euro media Italia)

43,6%

TURISTI CHE VIAGGIANO IN COPPIA
(senza bambini)

2 turisti su 5

APPARTENGONO ALLA
GENERAZIONE Y
(1981-1995)

promossa con 7.9

VOTO MEDIO SULL'OFFERTA TURISTICA NEL
COMPLESSO



2 turisti su 5

HANNO GIÀ VISITATO LA
PROVINCIA IN PASSATO

30%

TURISTI ALLA RICERCA DELLA
CULTURA, MA ANCHE DEL
MARE E
DELL'ENOGASTRONOMIA

3 turisti su 5

INFLUENZATI DA INTERNET PER
LA SCELTA DEL SOGGIORNO
(social network, recensioni online, ecc.)

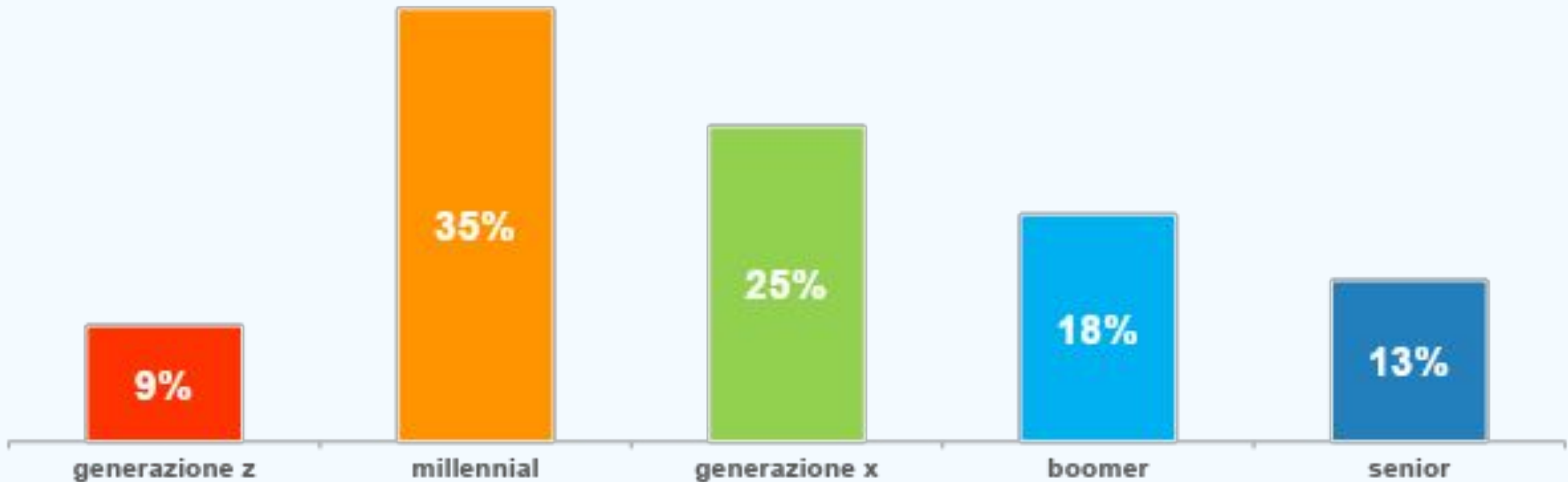
1 turista su 4

LAVORA A DISTANZA
DURANTE IL SOGGIORNO

QUALI GENERAZIONI VISITANO LA PROVINCIA DI SALERNO?

La **metà** dei turisti della provincia di Salerno appartiene alla **generazione Y e Z (nati dopo il 1981)**: secondo le stime, entro il 2030 rappresenteranno il **70% del mercato turistico globale**.

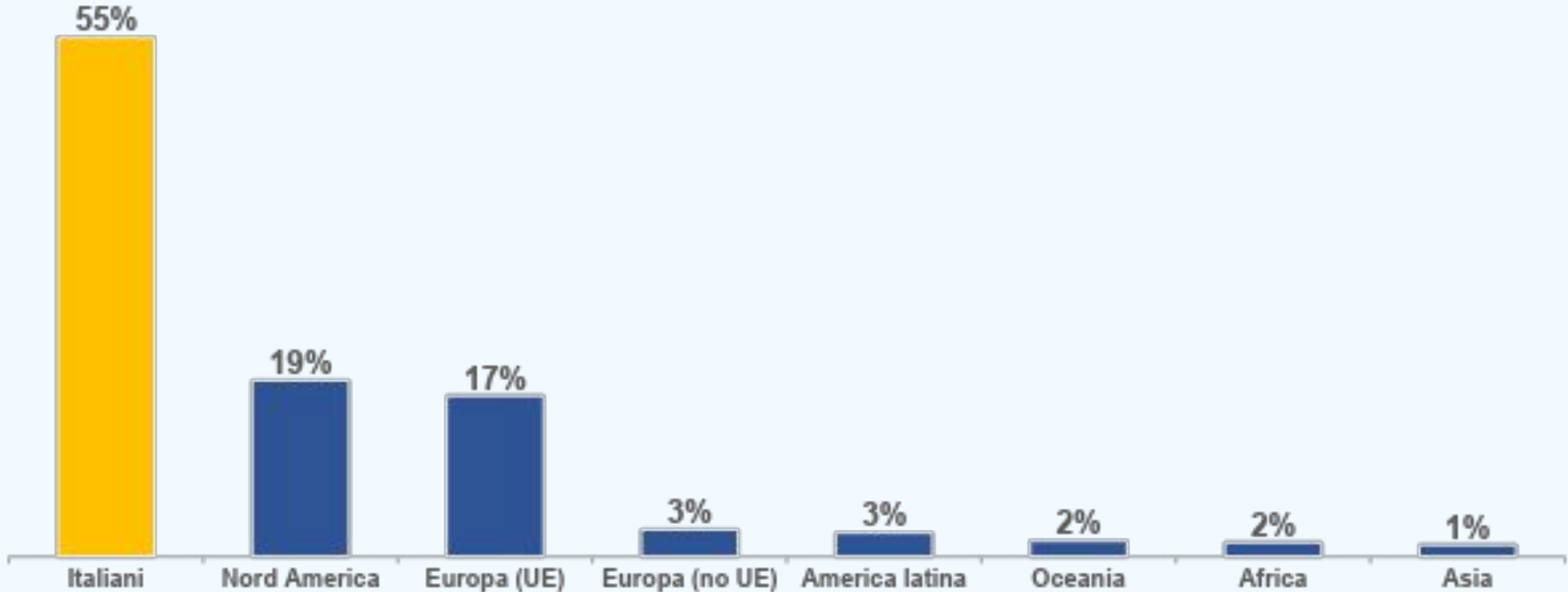
PROVENIENZA DEI TURISTI IN PROVINCIA DI SALERNO PER GENERAZIONI



DA DOVE VENGONO I TURISTI?

I turisti italiani pesano per più della metà del totale: il Salernitano rimane prediletto da turisti **occidentali**, in primis dal **Nord America**.


PROVENIENZA DEI TURISTI IN PROVINCIA DI SALERNO PER CLUSTER GEOGRAFICI





PRINCIPALI MOTIVAZIONI DI VIAGGIO A CONFRONTO

Tra i turisti che soggiornano in **provincia di Salerno**, **primeggia la motivazione culturale**, seppur **inferiore** alla media regionale e nazionale. **Salerno spicca per balneare, enogastronomia, shopping e rapporto qualità prezzo sulla media nazionale**

 **Ricchezza del patrimonio culturale**

 **Spago e relax in località balneari**

 **Interessi enogastronomici**

 **Desiderio di dedicarsi allo**

shopping



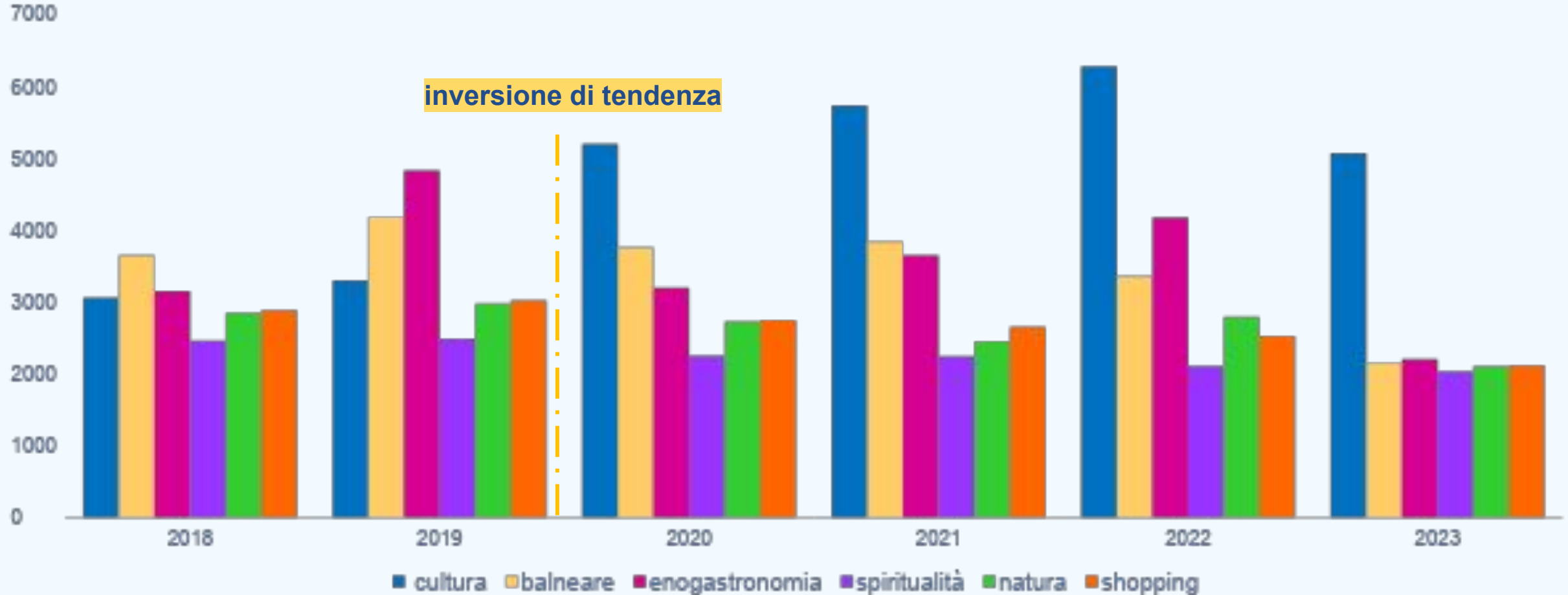
Rapporto qualità-prezzo

Salerno	Campania	Italia
29,9%	43,3%	31%
26,9%	23,3%	18,8%
21,5%	21%	13,5%
17,8%	18,8%	9,3%
15,1%	15,3%	8,5%

COME SONO CAMBIATE LE MOTIVAZIONI DI VIAGGIO?

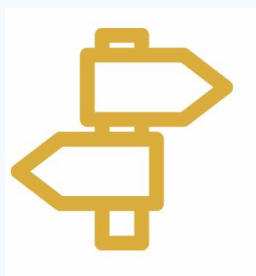
La crisi pandemica segna un'**inversione di tendenza** territoriale: il prodotto culturale e le attività esperienziali diventano **leader** sul balneare e sull'enogastronomia.

ANDAMENTO RECENSIONI PER PRODOTTO TURISTICO (2018-2023)



QUALI ATTIVITÀ SVOLGONO I TURISTI IN PROVINCIA DI SALERNO?

La crisi sanitaria ha cambiato per sempre il nostro modo di vivere ed esperienze il turismo: dal periodo post-pandemico turisti privilegiano **attività all'aria aperta**, **posti autentici** lontani dall'*overtourism* e che facciano vivere loro **esperienze immersive**.



ESPERIENZIALITÀ

partecipazione a gite ed escursioni

53,5%



RELAX

in riva al mare

37%



ATTIVITÀ CULTURALI

visita dei centri storici della città e musei

27,7%



SHOPPING

enogastronomia, artigianato, abbigliamento

22,8%

COSA PENSANO I TURISTI DELLA LORO ESPERIENZA?

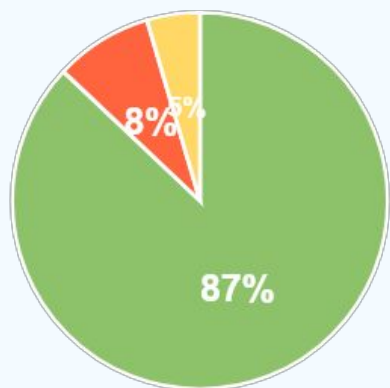
L'analisi sentiment ci mostra un **livello di soddisfazione turistica molto alto** ma che sottolinea il **cambio generazione** dei turisti e del loro **approccio al turismo**: l'esperienza tradizionale e i servizi classici presentano **margini di miglioramento** e **innovazione**.

POSITIVO

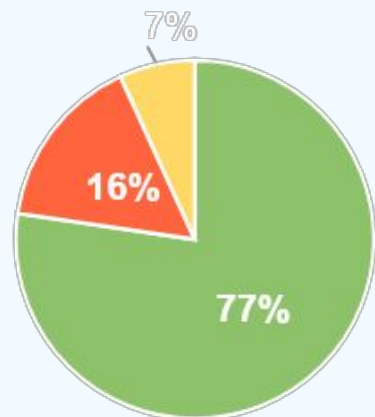
NEUTRO

NEGATIVO

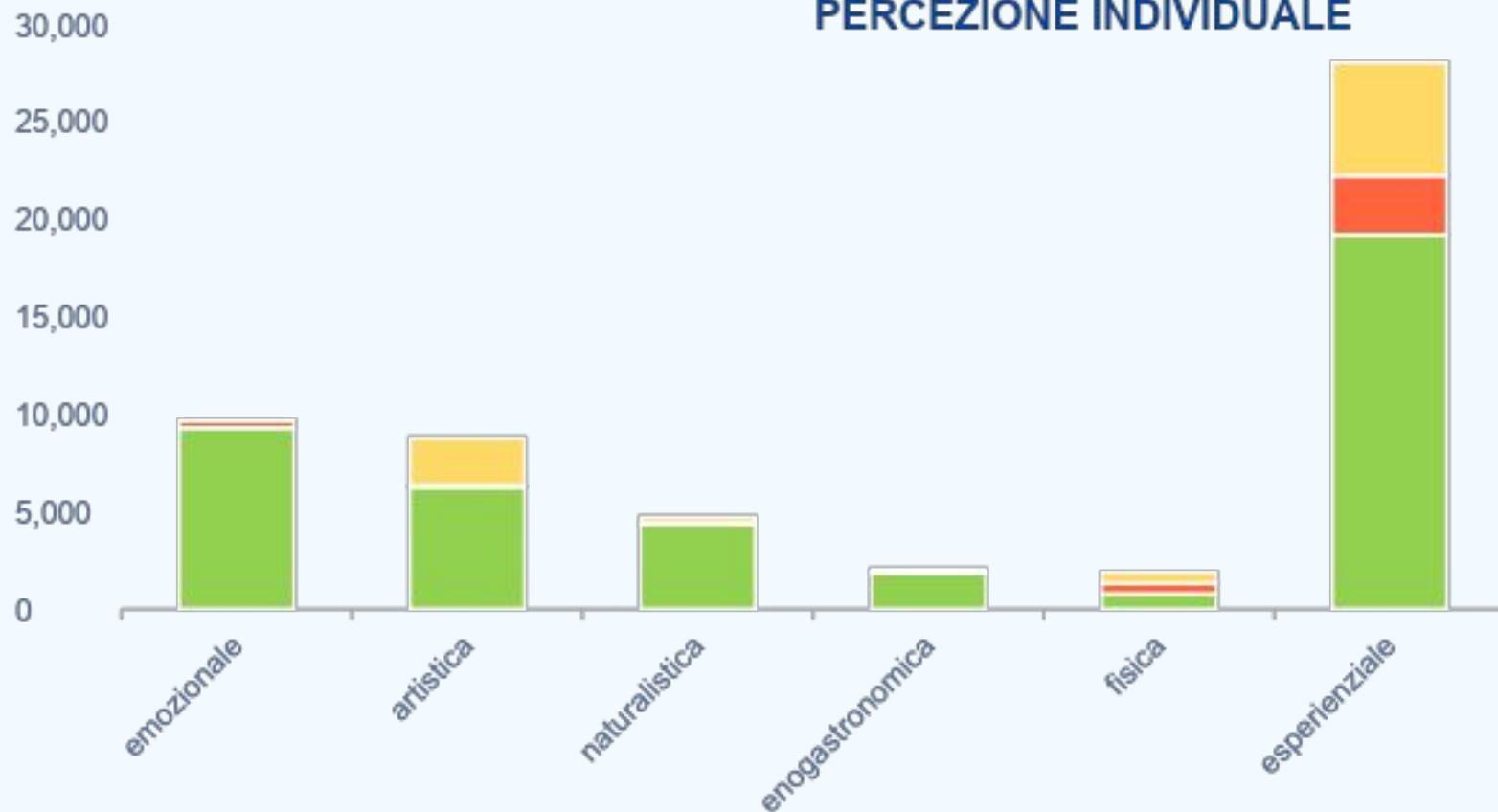
PERCEZIONE COMPLESSIVA



PERCEZIONE QUALITÀ DEI SERVIZI



PERCEZIONE INDIVIDUALE



QUANTO SPENDONO IN MEDIA I TURISTI?

I turisti del Salernitano spendono mediamente **di più che nel resto d'Italia** per l'**alloggio** e per **altre spese sul territorio**, ma **molto di meno** rispetto la media nazionale e regionale per il **viaggio**.



Viaggio A/R



Alloggio (al gg)



Altre spese (al gg)

Salerno



175 €

74 €

73 €

Campania



215 €

75 €

73 €

Italia



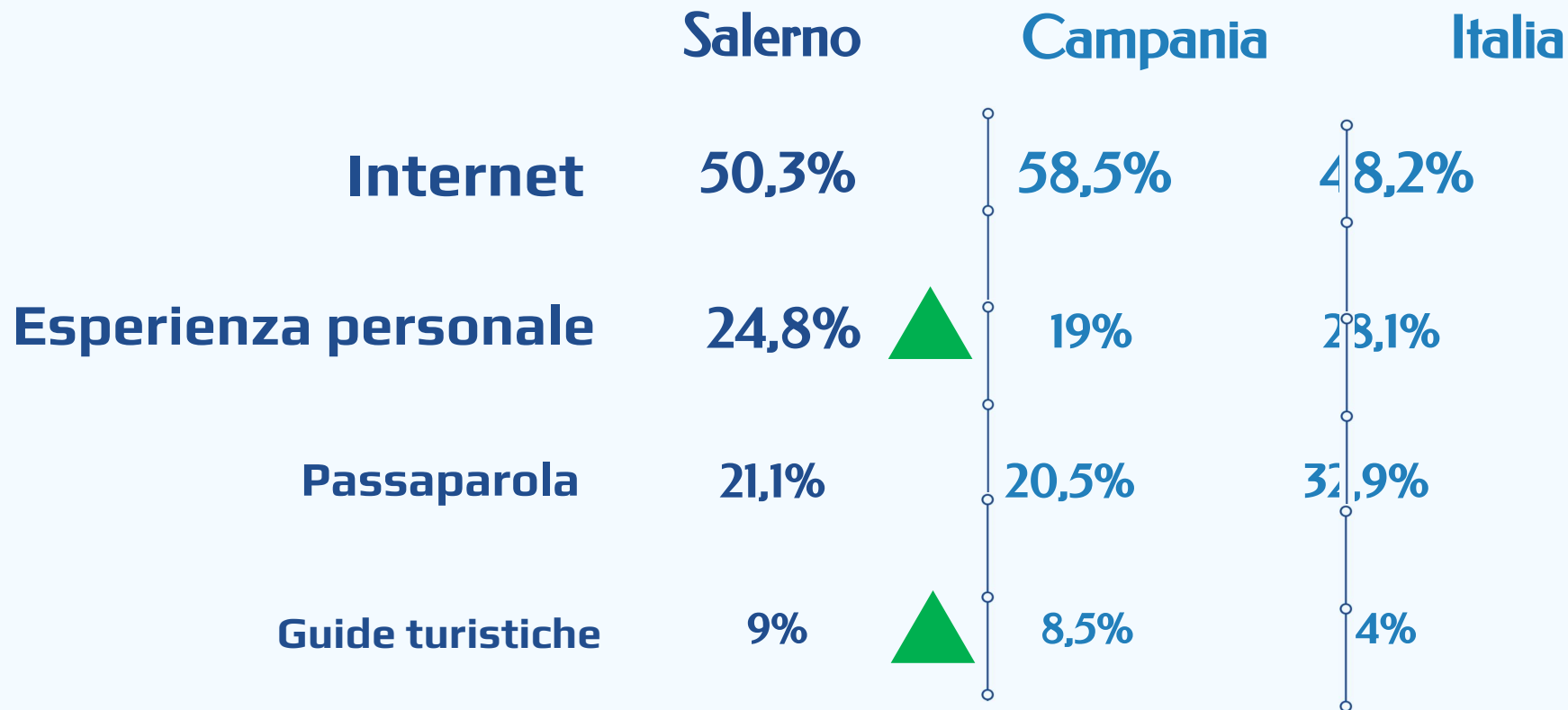
269 €

71 €

60 €

QUALI CANALI INFLUISCONO SULLA SCELTA DELLA DESTINAZIONE?

Internet è il canale che **influisce di più sulla scelta della destinazione** i millennial e la generazione Z tendono a **verificare** sempre le informazioni su internet prima di prenotare una vacanza. Il Salernitano, più della provincia di Napoli, **riesce a fidelizzare** tramite **l'esperienza personale** e l'attività delle **guide turistiche**.



IL POSITIONING ONLINE DELLA PROVINCIA DI SALERNO

Nonostante la metà dei turisti appartenga alla generazione Y e Z, **solo per il 17,2%** delle recensioni la provincia di Salerno compare sul loro social preferito.

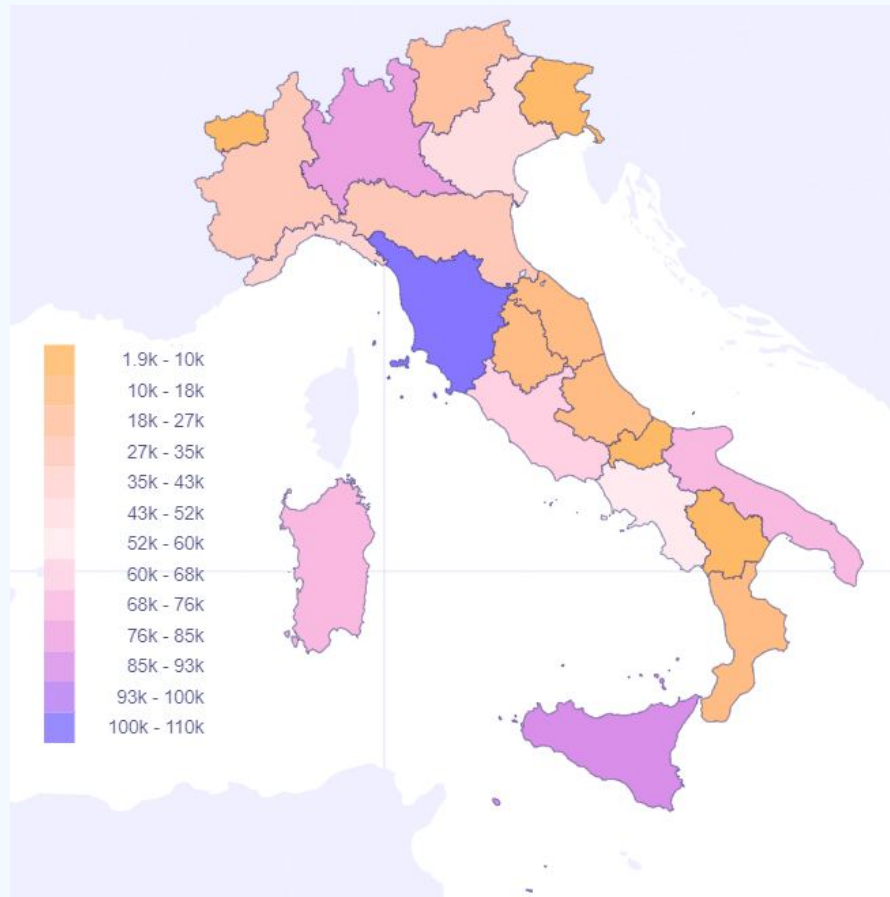


Salerno		40,7%	37,8%	19,7%	17,2%	13,6%
Campania		37,9%	33%	24,6%	25%	19,9%
Italia		20,6%	27,9%	18%	40%	35,7%

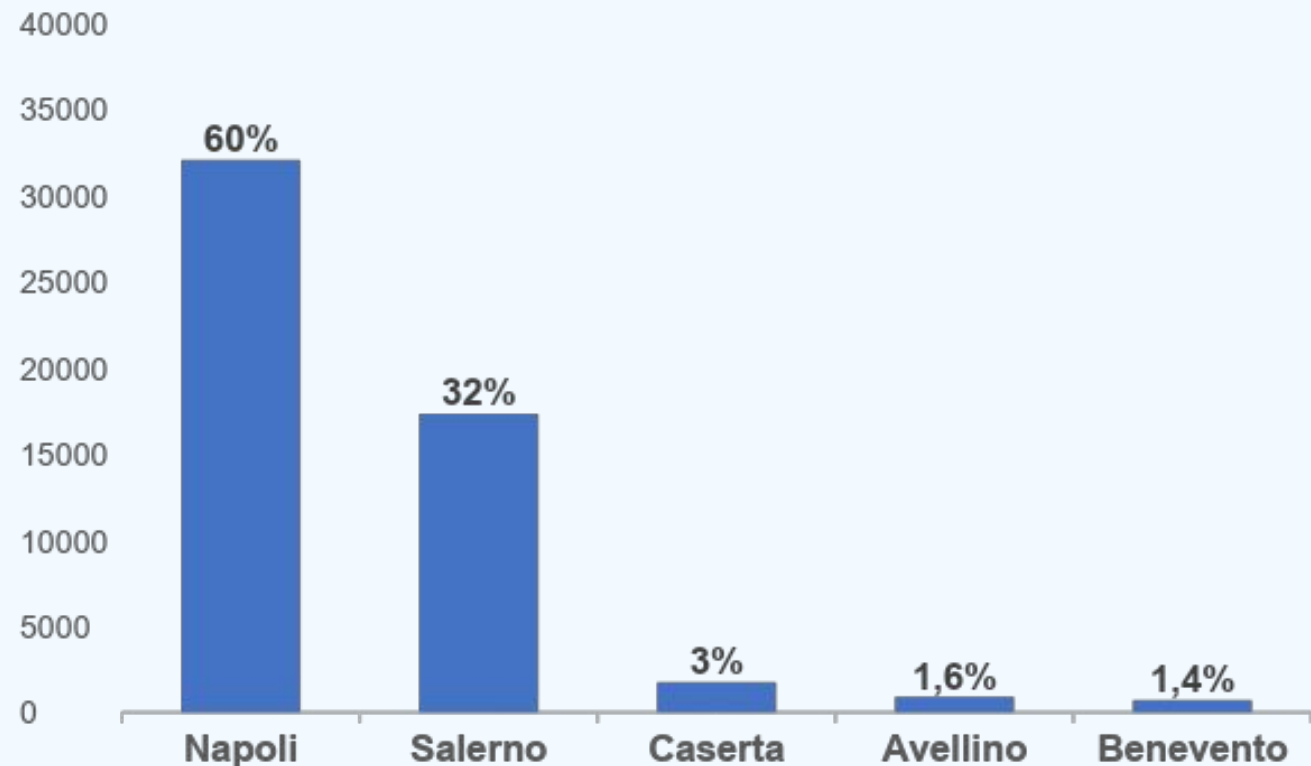
QUANTO INCIDE IL SETTORE AIRBNB IN CAMPANIA?

In Campania si concentra il **6,7%** degli alloggi Airbnb disponibili in Italia: la provincia con il maggior numero di alloggi è **Napoli**, seguita a distanza da **Salerno**. Gli alloggi in provincia di Salerno **sono aumentati del 13,6%** rispetto ad agosto 2022.

ALLOGGI IN AFFITTO SU AIRBNB IN ITALIA PER REGIONE



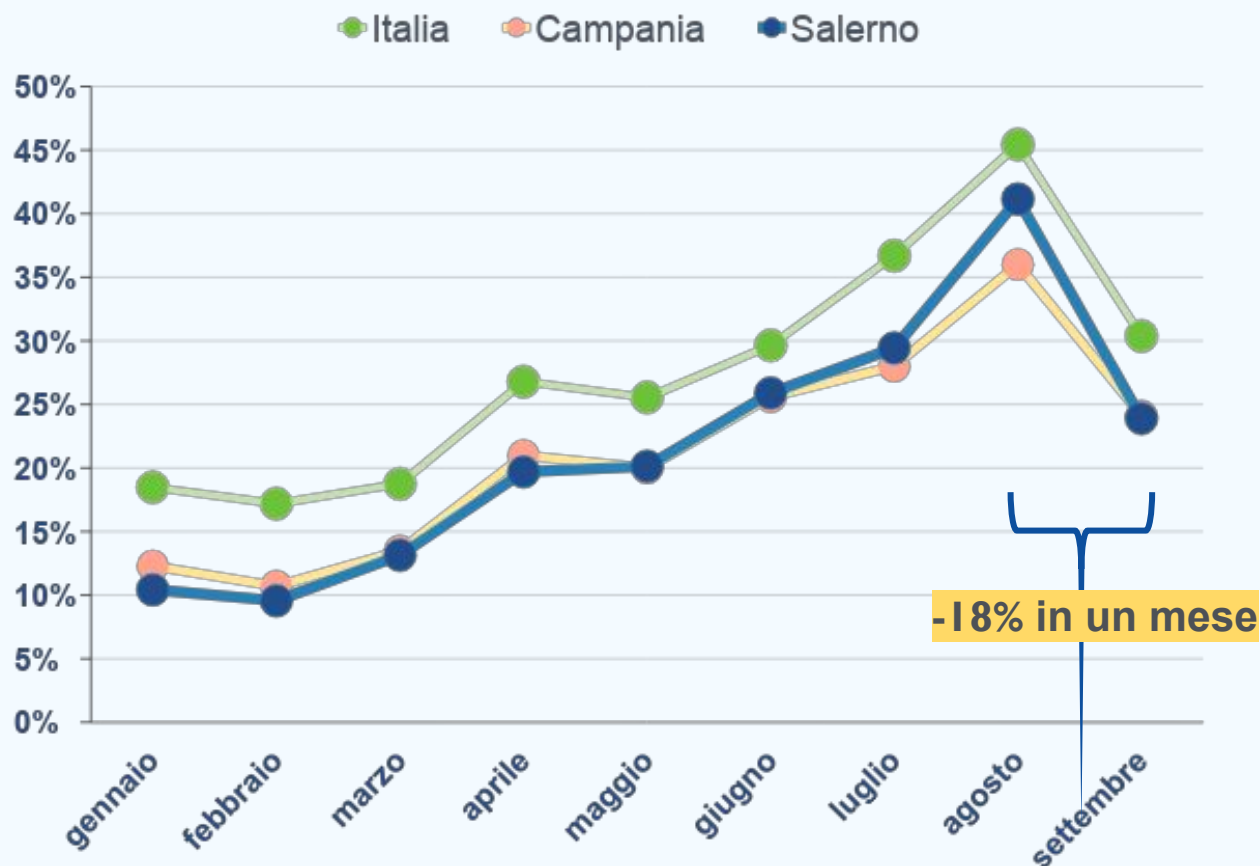
ALLOGGI DISPONIBILI IN AFFITTO SU AIRBNB IN CAMPANIA



QUANTO INCIDE IL SETTORE AIRBNB A SALERNO?

In Italia, da gennaio a settembre 2023, il tasso medio di occupazione alloggi Airbnb è del **27,7%**, in Campania del **21,48%** con un **picco nel mese d'agosto** e un **crollo** a settembre.

TASSO MEDIO DI OCCUPAZIONE AIRBNB

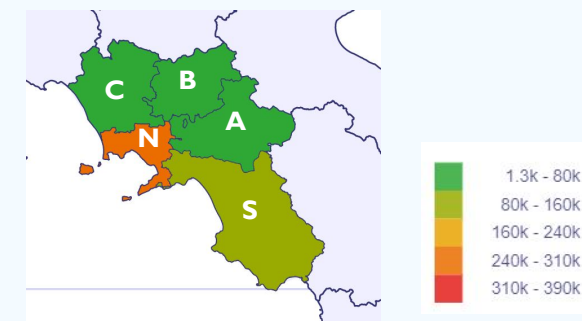


PRENOTAZIONI NEGLI ALLOGGI AIRBNB PER MESE

Gennaio: grande gelo



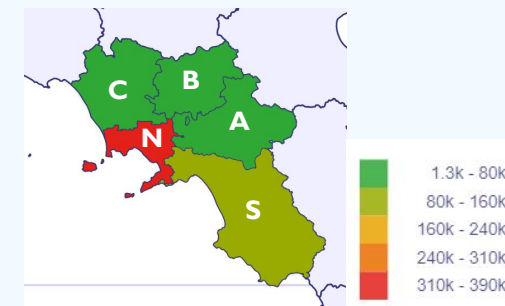
Aprile: Salerno ancora timido



Agosto: Salerno e Napoli primeggiano



Settembre: Napoli resiste meglio



TENDENZE IN CORSO NELLA PROVINCIA DI SALERNO



CULTURA, MARE ED ENOGASTRONOMIA

La ricchezza del **patrimonio culturale**, il desiderio di rilassarsi al **mare** e l'**enogastronomia locale** sono le **motivazioni-traino** di turisti italiani e stranieri in provincia di Salerno.



SODDISFAZIONE DEI TURISTI

L'**enogastronomia**, l'**ospitalità locale** e la **qualità delle strutture di alloggio** sono gli **elementi più apprezzati** dai turisti italiani e stranieri che visitano la provincia di Salerno; l'efficienza dei trasporti locali appare migliorabile.



CRESCE IL NUMERO DI IMPRESE TURISTICHE

Al terzo trimestre del 2023, **le registrazioni di imprese turistiche sono aumentate dell'1,9%**, quasi 300 unità; mentre gli addetti della filiera sono diminuiti del 3,6% rispetto allo stesso periodo del 2022.



IL FENOMENO AIRBNB

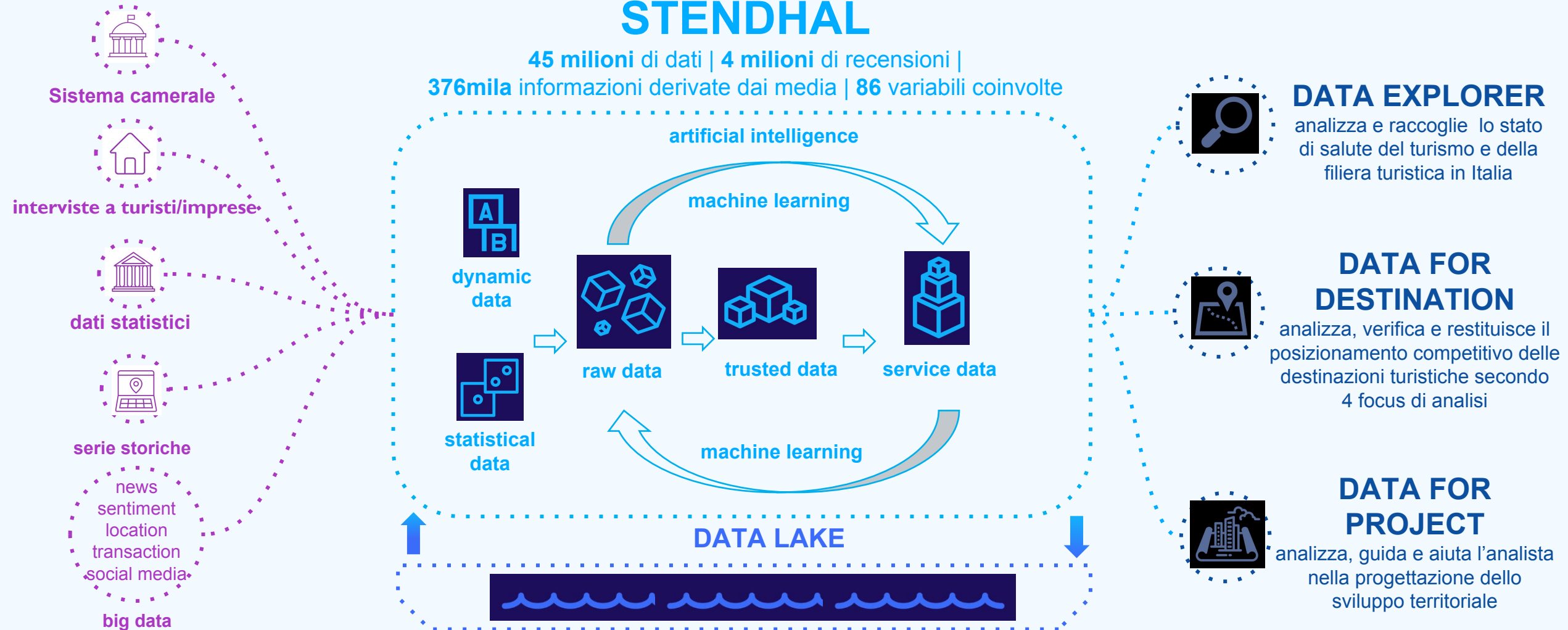
Si **amplifica il fenomeno Airbnb**, sia in termini di **quantità** di strutture (agosto 2023/22: **+13,6%**), sia per **volumi economici** generati (gennaio-settembre 2023/22: **+32%**).

L'HUB DEL SISTEMA CAMERALE

Stendhal è un **hub** capace di **osservare** e **analizzare** i fenomeni turistici e **gestire** lo sviluppo delle destinazioni tramite un **approccio data driven**.

STENDHAL

45 milioni di dati | 4 milioni di recensioni |
376mila informazioni derivate dai media | 86 variabili coinvolte



COME STIAMO INNOVANDO LA LETTURA DEI DATI?

Stendhal è uno **strumento flessibile** capace di accogliere nuovi *data set* sempre **più granulometricamente fini e puntuali**:



ITALIA.IT E IL TDH: OPPORTUNITÀ PER LE IMPRESE ITALIANE



italia.it è la **porta d'accesso privilegiata** tra la domanda e l'offerta turistica in Italia che, grazie ai **servizi resi disponibili dall'Hub digitale del turismo italiano (TDH)**, rende possibile la risposta degli operatori italiani alle continue sfide del mercato.

Italia.it ambisce a diventare un **aggregatore di contenuti e servizi** a favore della **domanda** (turisti italiani e stranieri) e dell'**offerta** (supporto a imprese e operatori turistici che li offrono).

Destinazioni, attività, itinerari ed eventi racconteranno le meraviglie del nostro Paese, offrendo al contempo servizi utili al turista e al sistema imprenditoriale.

La realizzazione dell'Hub digitale del turismo è un **obiettivo del PNRR**, finanziato con

€ 114 mln

attraverso i fondi previsti dall'Investimento 4.1 (Missione 1, Componente 3 del **PNRR**)

PERCHÉ SALIRE A BORDO

Il principale obiettivo di Italia.it è **connettere**, grazie al **coinvolgimento di tutti gli stakeholder**, l'intero ecosistema turistico italiano, **incrementando l'attrattività turistica** del territorio nazionale.

BENEFICI PER GLI OPERATORI CHE ADERISCONO:



Maggiore visibilità online della propria offerta in un'area dedicata sul portale italia.it, beneficiando della forza promozionale della campagne di comunicazione domestiche e internazionali di prossimo avvio;



Dashboard e **dati statistici aggiornati** per l'elaborazione di una strategia di offerta ottimale che permetta di adeguare la proposta in base al proprio target;



Servizi per il supporto alla digitalizzazione e al miglioramento continuo della propria offerta, nonché accesso a corsi di formazione e aggiornamento professionale (chatbot, booking online, assistenza nella partecipazione ai bandi ministeriali, etc.)



Titolo preferenziale nei prossimi bandi ministeriali per gli operatori accreditati.



ACCREDITATI E CONTRIBUISCI ALLA MERAVIGLIA

<https://accreditamentotdh.ministeroturismo.gov.it/>





GRAZIE

Alessandra Arcese

Coordinatrice Area Qualificazione Imprese e territori
Istituto Nazionale Ricerche Turistiche - ISNART

a.arcese@isnart.it
+06 20.39.89.241

www.isnart.it



Ospitalità Italiana



Isnart



@isnart_official