

ITALIA DESTINAZIONE DIGITALE: TORNA L'OSCAR DEDICATO ALLE DESTINAZIONI TURISTICHE PIÙ APPREZZATE DAI VISITATORI ITALIANI E INTERNAZIONALI

The Data Appeal Company – Gruppo Almaxwave assegna gli Oscar del turismo 2024

Analizzate 32 milioni di “tracce digitali” e 797 mila punti di interesse

Presentato il Report “Tutti i dati d’Italia 2024”

Per la prima volta viene assegnato il Premio Borgo più Amato d’Italia tra i Borghi Bandiera Arancione del Touring Club Italiano

- *Premio Destinazione con la migliore reputazione: Veneto (2° Basilicata; 3° Trentino)*
- *Premio Destinazione con la migliore offerta enogastronomica: Ragusa, Sicilia (2° Dolomiti Paganella, Trentino; 3° Carnia, Friuli Venezia Giulia)*
- *Premio Borgo più Amato d’Italia: Peccioli, Toscana (2° Ripatransone, Marche; 3° Petralia Sottana, Sicilia)*
- *Premio Destinazione più apprezzata dagli stranieri: Parco della Maiella, Abruzzo (2° Colline del Prosecco, Veneto; 3° Langhe Monferrato Roero, Piemonte)*
- *Premio Destinazione Europea più apprezzata dagli italiani: Comunidad Foral de Navarra, Spagna (2° Clare Island, Irlanda; 3° Braga, Portogallo)*
- *Premio Destination Sustainability Index: Trentino*
- *Premio Inclusivity Index: Lombardia*
- *Premio speciale Almaxwave Smart Destination: Puglia*
- *Premio speciale Cashless Destination: Piemonte*

Rimini, 9 ottobre 2024 – Si sta svolgendo la cerimonia ufficiale di consegna dei premi "Italia Destinazione Digitale", gli Oscar del turismo organizzati da The Data Appeal Company – Gruppo Almaxwave 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 Almaxwave 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 Almaxwave, Almaxviva, 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 Almaxwave 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 Almaxwave 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.

Per ogni ulteriore approfondimento si rimanda al Report "Tutti i dati d'Italia 2024", disponibile nella sua interezza a questo link: <https://datappeal.io/it/italia-destinazione-digitale/>

Profilo The Data Appeal Company – Gruppo Almaxwave

The Data Appeal Company attraverso algoritmi proprietari, basati sull'intelligenza artificiale, il machine learning e l'analisi semantica raccoglie, misura e analizza tutti i feedback pubblicati online, li combina con dati geografici e di contesto, offrendo ai territori e alle aziende l'opportunità di ottimizzare il potenziale di business, conoscere approfonditamente il mercato e ottenere un vantaggio competitivo. The Data Appeal Company SpA (ex Travel Appeal) è entrata a far parte nel 2022 del Gruppo Almaxwave. Nel 2023 l'azienda ha acquisito il 70% del capitale sociale di Mabrian Technologies S.L., società spagnola specializzata in soluzioni Travel e Destination Intelligence, per consolidare il posizionamento del Gruppo a livello internazionale. L'obiettivo della società è quello di semplificare l'uso e la comprensione dei dati, per aiutare aziende e destinazioni turistiche a prendere decisioni efficaci e consapevoli. www.datappeal.io

Profilo Almaxwave

Almaxwave S.p.A è una società italiana, quotata sul mercato Euronext Growth Milan (AIW.MI), attiva in ambito Data & Artificial Intelligence. Il Gruppo dispone di tecnologie proprietarie, soluzioni e servizi che concretizzano il potenziale dell'AI e dei dati nell'evoluzione digitale di aziende e pubbliche amministrazioni e può contare su oltre 400 clienti nazionali ed internazionali, in settori quali Government, Finance, Energy & Utilities, Turismo, Healthcare, operando direttamente e tramite partner. Sono circa 450 i professionisti che fanno parte della squadra Almaxwave. Il Gruppo si avvale di laboratori tecnologici AI dedicati allo sviluppo di prodotti, piattaforme e soluzioni verticali destinate ai diversi comparti di mercato. Gli asset tecnologici di Almaxwave, pensati e realizzati come modello di esperienza naturale nell'interazione tra uomo e macchina, consentono di interpretare testo e voce in oltre 40 lingue, interagire in chiave multicanale, analizzare il dato e l'informazione in un'ottica di valorizzazione della conoscenza e automazione per il supporto alle decisioni. I centri di competenza consentono, inoltre, di realizzare il potenziale dei dati in contesti complessi, unendo le competenze sui principali framework di mercato in aree quali Data Management, Machine Learning, Location Intelligence, e la conoscenza dei processi di business nei settori verticali di riferimento. Il perimetro Almaxwave, parte del Gruppo Almaxviva, include le società SisTer, The Data Appeal Company, Mabrian Technologies, Obda Systems, Almaxwave do Brasil, Almaxwave Usa. www.almaxwave.com

Per informazioni:

Contatti Almaxwave (Ufficio Stampa esterno):

Thanai Bernardini, mob. 335.7245418, me@thanai.it

Alessandro Bozzi Valenti, mob. 348.0090866, alessandro.valenti@thanai.it

Contatti Gruppo Almaxviva:

Ilaria De Bernardis, Responsabile Media Relations, mob. 342.9849109, i.debernardis@almaxviva.it

Mariagrazia Scaringella, Media Relations, tel. 06.3993.1, mob. 340.8455510, m.scaringella@almaxviva.it