



FONDO DI PEREQUAZIONE 2019-2020 SOSTEGNO DEL TURISMO

LINEA DI ATTIVITÀ 1 – OSSERVAZIONE ECONOMICA

2° REPORT DI ANALISI ECONOMICO-TERRITORIALE PER IL FRIULI VENEZIA GIULIA

Settembre
2022



Sommario

- 1. Premessa**
- 2. L'offerta: la filiera turistica**
- 3. L'offerta: l'andamento del sistema ricettivo**
- 4. L'offerta: l'indagine congiunturale alle imprese**
- 5. La domanda: l'andamento dei flussi turistici**
- 6. La domanda: i comportamenti**
- 7. La Sentiment Analysis**
- 8. Nota metodologica**



1. PREMESSA

Premessa

Il presente rapporto costituisce il secondo step di analisi per lo svolgimento della linea di Attività 1 «Specializzazione dell'osservazione economica per stare vicino alle imprese e ai territori» del progetto «Fondo di Perequazione 2019-2020 Sostegno del Turismo» realizzato dalla Camera di Commercio di Pordenone Udine e dalla Camera di Commercio Venezia Giulia.

Il Fondo di Perequazione 2019-2020 si pone come obiettivo principale quello di fornire sostegno agli operatori del turismo nella gestione della crisi e nella pianificazione della ripartenza, alla luce delle gravi difficoltà economiche e sociali che hanno investito il settore a livello mondiale.

Oltre alla continua e necessaria implementazione dei dati sulle piattaforme, l'obiettivo del progetto per il 2021 è di massimizzare i vantaggi e le opportunità derivanti da un utilizzo sinergico dell'Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio e degli ecosistemi digitali, formando i dipendenti delle Camere di Commercio nell'utilizzo degli strumenti affinché si possa valutare la loro piena efficacia.

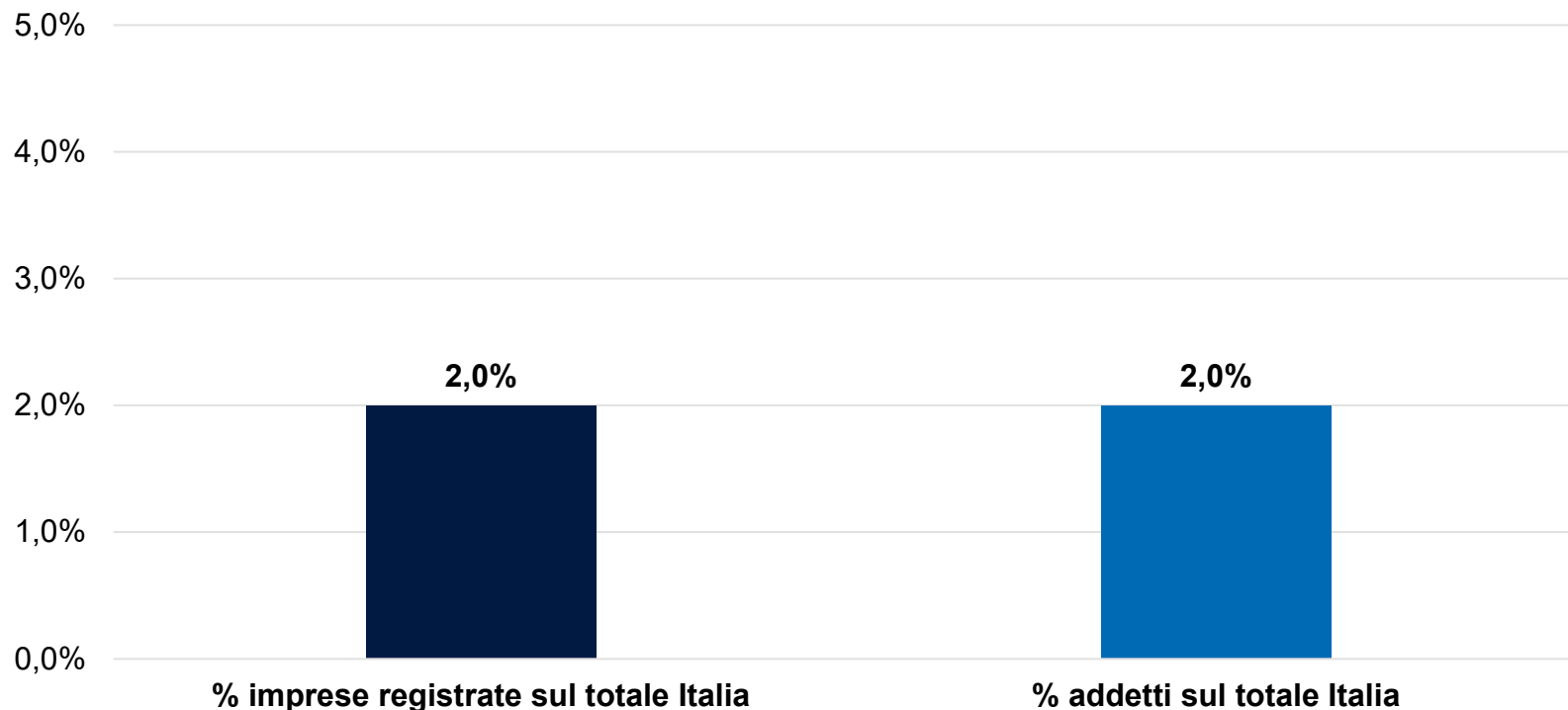
A tal fine, il presente rapporto contiene l'analisi economico territoriale del Friuli Venezia Giulia, partendo dal patrimonio informativo dei due ecosistemi turistici Turismo Big Data e Mappa delle Opportunità, dal quale sono stati estratti alcuni indicatori di sintesi, e approfondendo l'analisi del contesto turistico locale con indagini dirette quali-quantitative realizzate ad hoc sia alle imprese ricettive turistiche della regione sia ai turisti italiani e stranieri in vacanza sul territorio regionale nel corso del 2021 e del 2022.



2. L'offerta: la filiera turistica

Incidenza della filiera turistica regionale sul totale nazionale

**Il peso della filiera turistica sul totale del turismo Italia
(imprese registrate e addetti Friuli Venezia Giulia sul totale Italia)**



Il Friuli Venezia Giulia è la sedicesima regione italiana per offerta dedicata al sistema turistico. La classifica è guidata da Lombardia, Lazio e Campania.

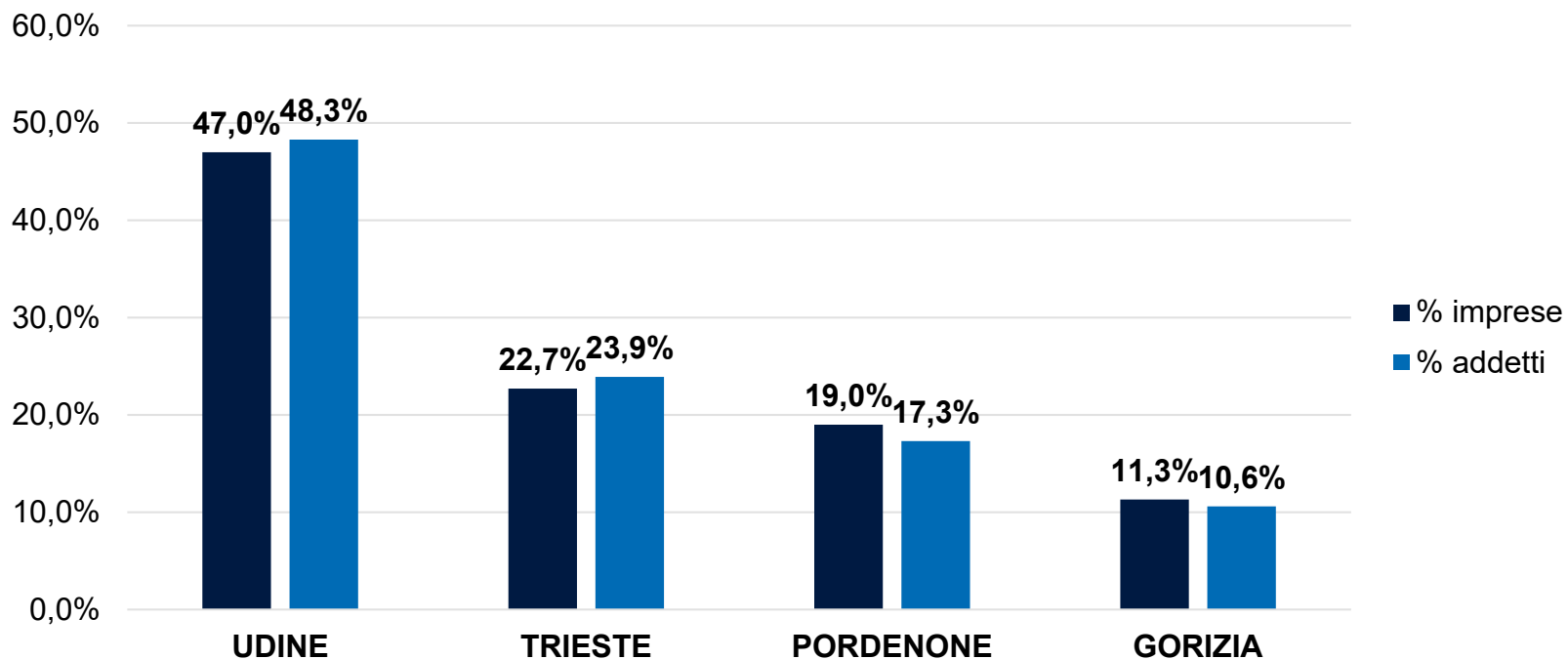
Il Friuli Venezia Giulia ospita un sistema di imprese legate alla filiera turistica di 12.243 imprese registrate al 31.03.2022, ovvero il 2,0% dell'offerta complessiva di filiera italiana (pari a quasi 626mila imprese). Sono in lieve calo rispetto al periodo pre-Covid19 (-1,3%), a fine 2019 le imprese della filiera turistica in Friuli Venezia Giulia erano 12.402.

Il Friuli Venezia Giulia conta un totale di 53.966 addetti impiegati nelle imprese del settore, il 2,0% di tutti quelli legati al turismo in Italia (pari a più di 2,6 milioni).

Fonte: InfoCamere, I trimestre 2022.

Incidenza della filiera turistica a livello provinciale

**Il peso della filiera turistica sul totale del turismo regionale
(imprese registrate e addetti turismo in
Friuli Venezia Giulia per provincia)**



Nella provincia di Udine ci sono il 47% delle imprese della filiera turistica (5.752) e il 48,3% degli addetti del settore impiegati in regione, nel territorio di Udine gli addetti del settore turismo sono 26.044.

Seguono la provincia di Trieste con il 22,7% delle imprese della filiera turistica regionale (2.782 imprese) e il 23,9% degli addetti (12.885) del sistema turistico in regione.

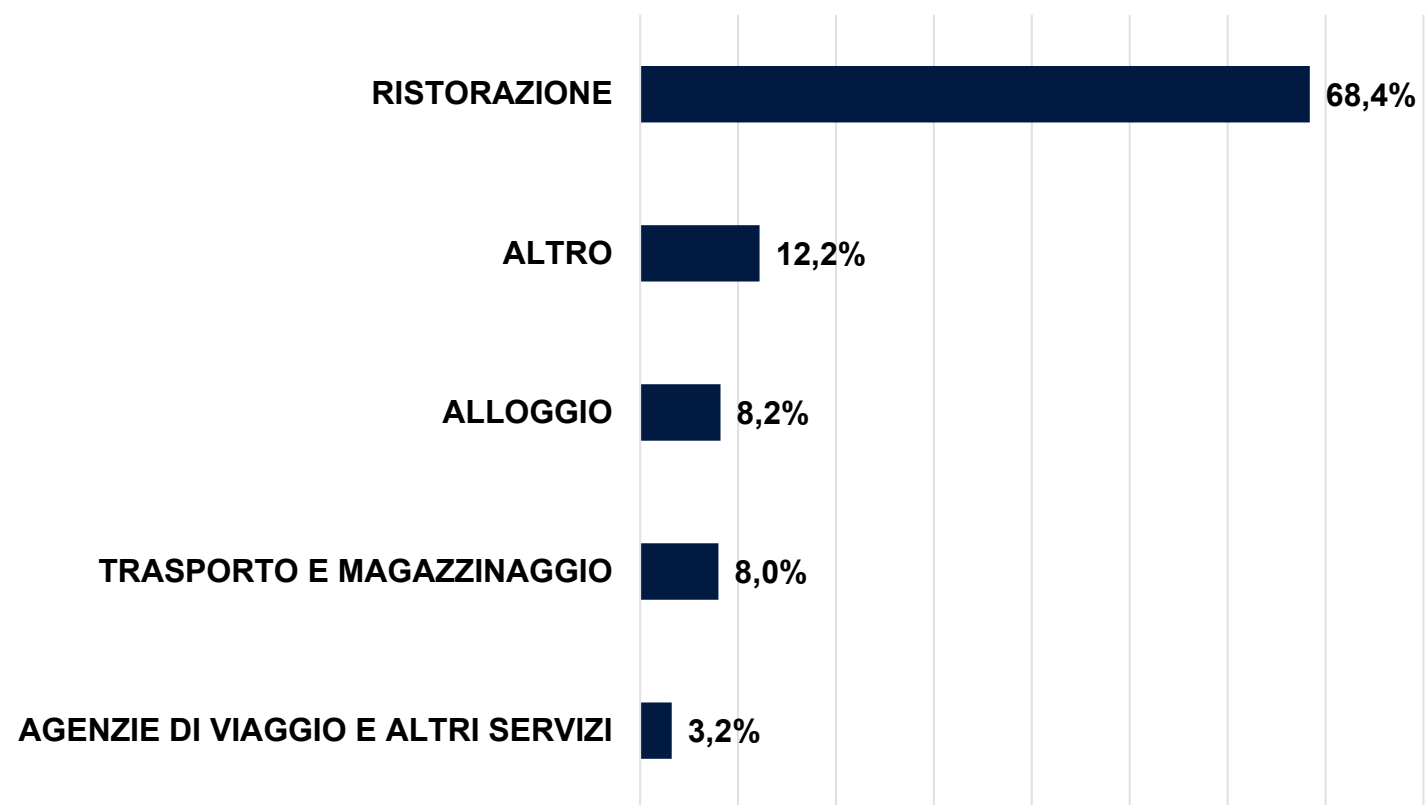
Nel pordenonese ci sono il 19% delle imprese (2.321) e il 17,3% degli addetti (9.325).

Nel territorio di Gorizia invece l'11,3% delle imprese (1.388) e il 10,6% degli addetti (5.712).

La ripartizione provinciale è sostanzialmente invariata rispetto al 2019.

Fonte: InfoCamere, I trimestre 2022.

Incidenza dei settori della filiera turistica a livello regionale



Le imprese di ristorazione al 31.03.2022 costituiscono il 68,4% delle imprese legate al turismo presenti nella regione.

Seguono le imprese di alloggio (8,2%), trasporto e magazzinaggio (8%), agenzie di viaggio e altri servizi (3,2%).

La categoria residuale Altro (12,2%) include servizi legati ad attività creative, artistiche, di intrattenimento, divertimento, sportive, di istruzione, biblioteche, archivi, musei e altre attività di servizi per la persona.

La ripartizione settoriale è molto simile a quella del periodo pre-pandemico. Nel 2019 le imprese di ristorazione erano il 69,4% del totale delle imprese turistiche, nel 2022 la quota è in leggero calo. Quelle di alloggio sono invece in crescita, nel 2019 rappresentavano il 7,6% ed erano superate da trasporto e magazzinaggio con l'8%. La quota delle agenzie di viaggio è rimasta invariata.

Incidenza dei settori della filiera turistica a livello provinciale

	ALLOGGIO	RISTORAZIONE	AGENZIE DI VIAGGIO E ALTRI SERVIZI	TRASPORTO E MAGAZZINAGGIO	ALTRO	TOTALE
GORIZIA	9,8%	67,4%	3,7%	9,1%	10,0%	100,0%
PORDENONE	5,5%	74,1%	2,8%	3,8%	13,7%	100,0%
TRIESTE	6,6%	60,2%	3,6%	18,4%	11,2%	100,0%
UDINE	9,8%	70,3%	3,0%	4,3%	12,6%	100,0%
FVG	8,2%	68,4%	3,2%	8,0%	12,2%	100,0%

La maggior incidenza delle imprese di alloggio sul totale della filiera turistica si rileva nei territori di Udine e Gorizia (9,8%).

L'incidenza delle imprese di ristorazione è invece massima a Pordenone (74,1% del totale di quelle della filiera turistica) seguita da Udine (70,3%).

Le agenzie di viaggio costituiscono il 3,7% della filiera turistica a Gorizia e il 3,6% a Trieste.

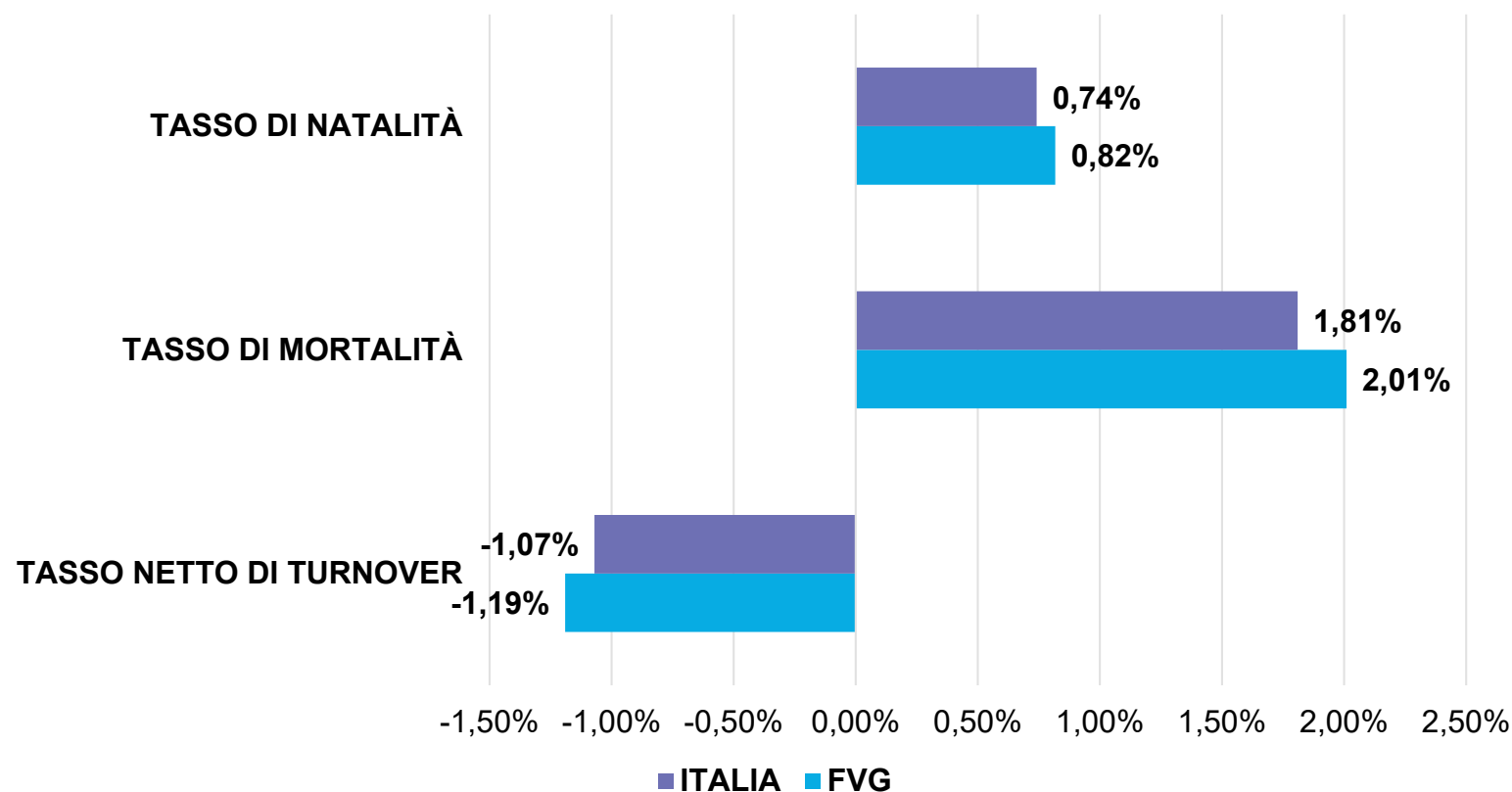
Il trasporto e magazzinaggio incide per il 18,4% a Trieste, segue a distanza Gorizia con 9,1%.

Le altre imprese turistiche costituiscono invece tra il 10% e il 13,7% del totale della filiera in tutti i territori.

Rispetto al 2019, l'incidenza del settore alloggio sul totale della filiera turistica è in crescita prevalentemente nel territorio di Udine, quella della ristorazione è invece in calo in tutti i territori.

Trasporto e magazzinaggio sono in crescita a Trieste e in calo a Udine.

La natimortalità delle imprese della filiera turistica in Italia e in Friuli Venezia Giulia

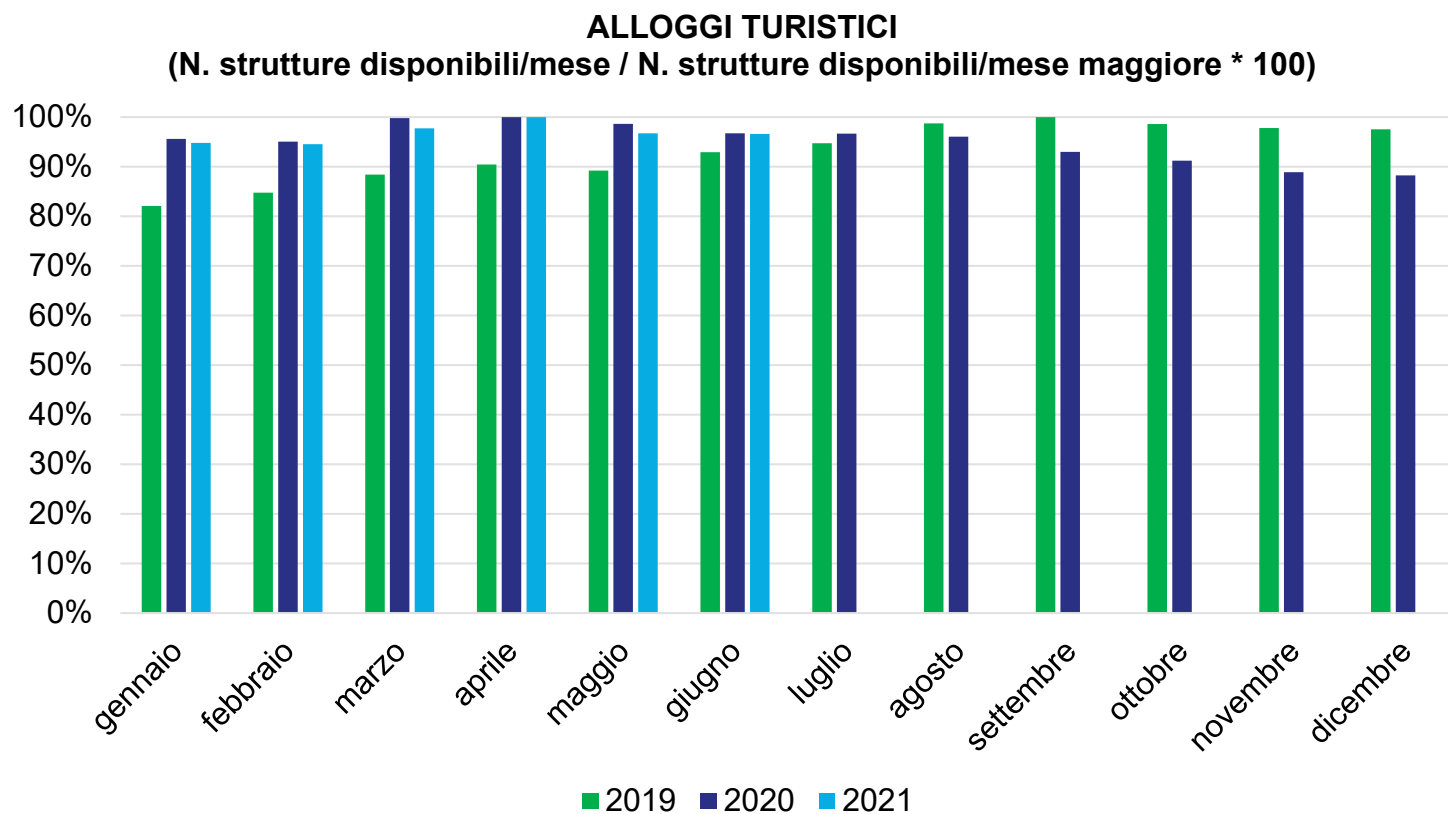


Il tasso di natalità misura l'incidenza percentuale delle nascite di nuove imprese (imprese iscritte / registrate nello stesso periodo *100), si noti che il valore è stato calcolato per le sole imprese della filiera turistica. In Friuli Venezia Giulia nel primo trimestre 2022 questo tasso è pari a 0,82%, leggermente più alto di quello italiano (0,74%).

Il tasso di mortalità misura invece l'incidenza percentuale della mortalità di imprese esistenti (imprese cessate / imprese registrate *100). In Friuli Venezia Giulia è pari a 2,01%, leggermente superiore al valore medio italiano (1,81%).

Il tasso netto di turnover misura infine la dinamica demografica complessiva delle imprese del settore turismo (tasso di natalità meno tasso di mortalità), in Friuli Venezia Giulia è pari a -1,19% mentre in Italia è -1,07%.

Stagionalità della disponibilità ricettiva degli alloggi in affitto (Airdna)



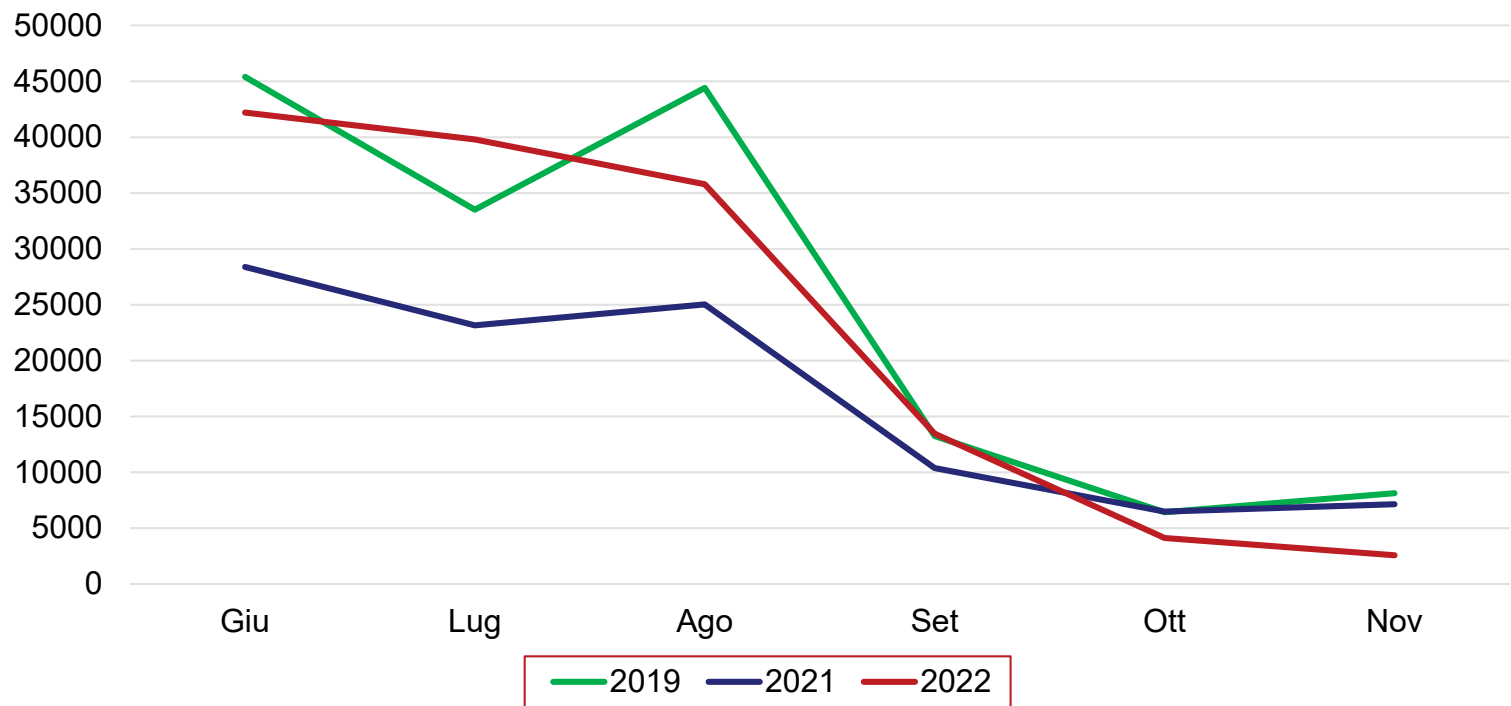
Sono stati analizzati per il Friuli Venezia Giulia gli ultimi dati di Airdna, il sistema che registra l'andamento dell'offerta sul mercato parallelo degli alloggi privati disponibili sul portale Airb&b (camere private e camere condivise, appartamenti affittati per intero e camere in hotel).

Per il 2021 (dati disponibili fino a giugno) si sono raggiunti picchi di piena disponibilità dell'offerta ricettiva alternativa già nei mesi di marzo e aprile, come accaduto nel 2020 (massima disponibilità a marzo, aprile e maggio).

Ciò a differenza di quanto accadeva nel 2019, anno pre-pandemia, quando la massima disponibilità era ad agosto e settembre.

Numero di notti prenotate negli alloggi privati in Friuli Venezia Giulia (Fonte: Airdna)

**N. notti prenotate negli alloggi privati in Friuli Venezia Giulia
(prenotazioni rilevate nel mese di maggio)**



Il grafico rappresenta il numero di notti prenotate negli alloggi privati in Friuli Venezia Giulia negli anni 2019, 2021 e 2022 periodo giugno-novembre (prenotazioni rilevate nel mese di maggio di ogni singolo anno).

Le prenotazioni rilevate per il 2022 sono superiori a quelle dello stesso mese del 2021 fino a settembre incluso (giugno +49%, luglio +72%, agosto +43%, settembre +30%).

Rispetto al 2019 invece le prenotazioni hanno recuperato e superato i livelli pre-pandemici solo per i mesi di luglio (+19%) e settembre (+2%), negli altri mesi risultano ancora inferiori.

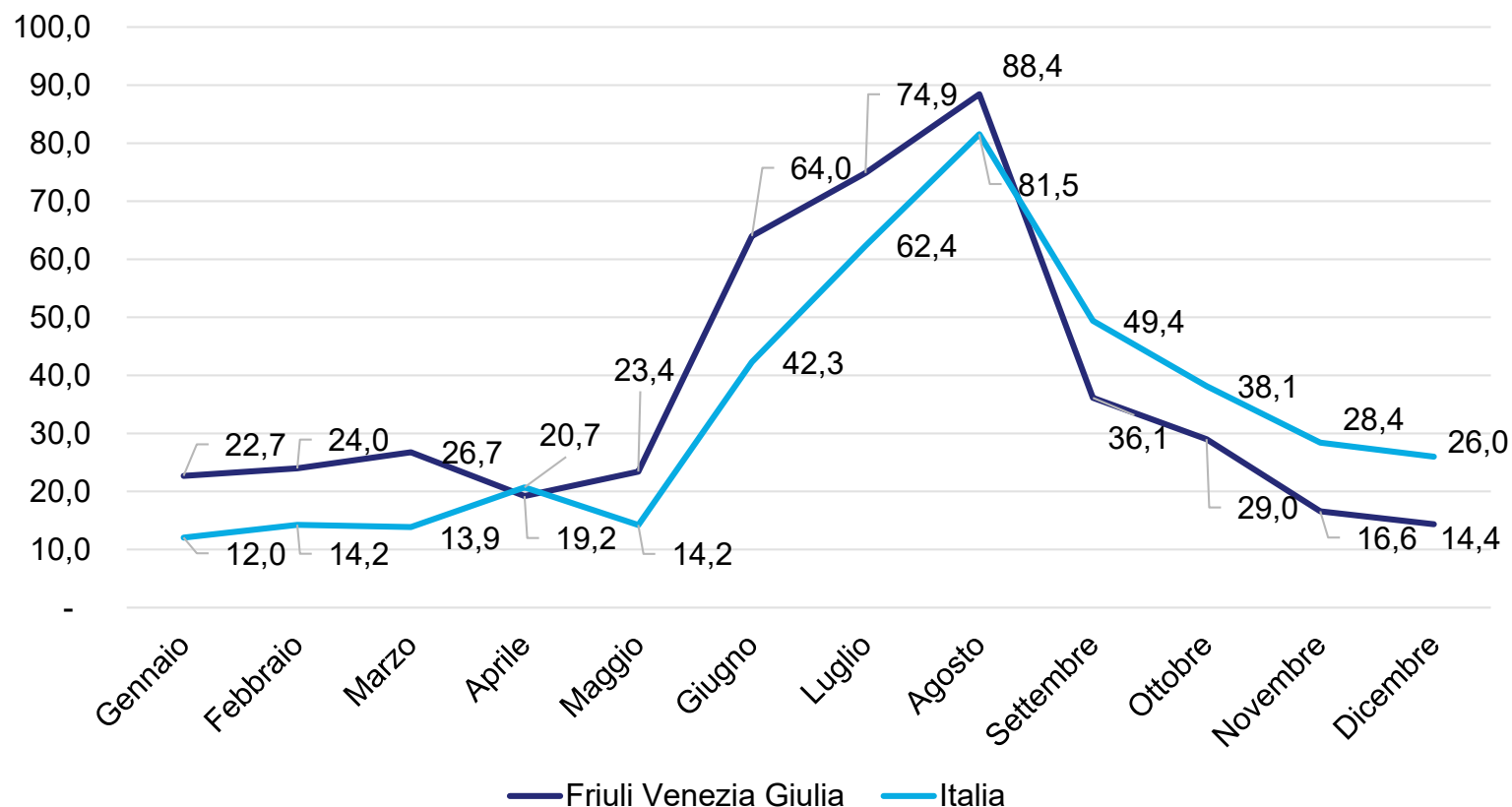
In generale la situazione di perdurante incertezza non incoraggia prenotazioni a lungo termine.

Fonte: Airdna.



3. L'offerta: l'andamento del sistema ricettivo

Tasso di occupazione delle camere nel corso del 2021



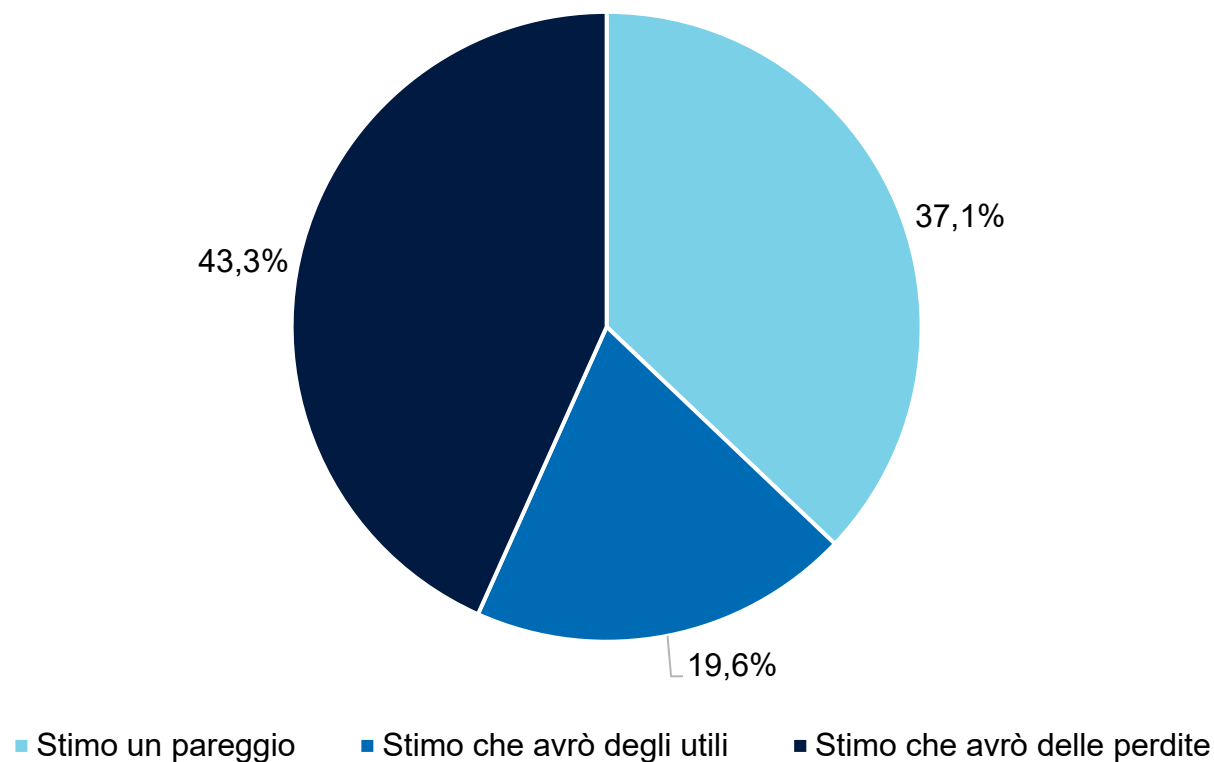
Nel corso del 2021 il tasso di occupazione delle camere in Friuli Venezia Giulia è stato complessivamente superiore a quello nazionale fino al mese di agosto 2021 incluso, da lì in poi la tendenza si è invertita.

In particolare si può notare un incremento nel tasso di occupazione delle camere a livello italiano ad aprile (20,7%), in corrispondenza delle vacanze pasquali, mentre in Friuli Venezia Giulia questo fenomeno non si è verificato (19,2%, il dato è addirittura inferiore a quello di marzo).

Durante la stagione estiva il tasso di occupazione delle camere è salito molto sia a livello nazionale sia regionale con un picco ad agosto (88,4% in FVG e 81,5% in Italia). Il calo, a partire dal mese di settembre, è stato più repentino per le strutture del Friuli Venezia Giulia.

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio.

Le previsioni di bilancio delle imprese ricettive per l'anno 2021

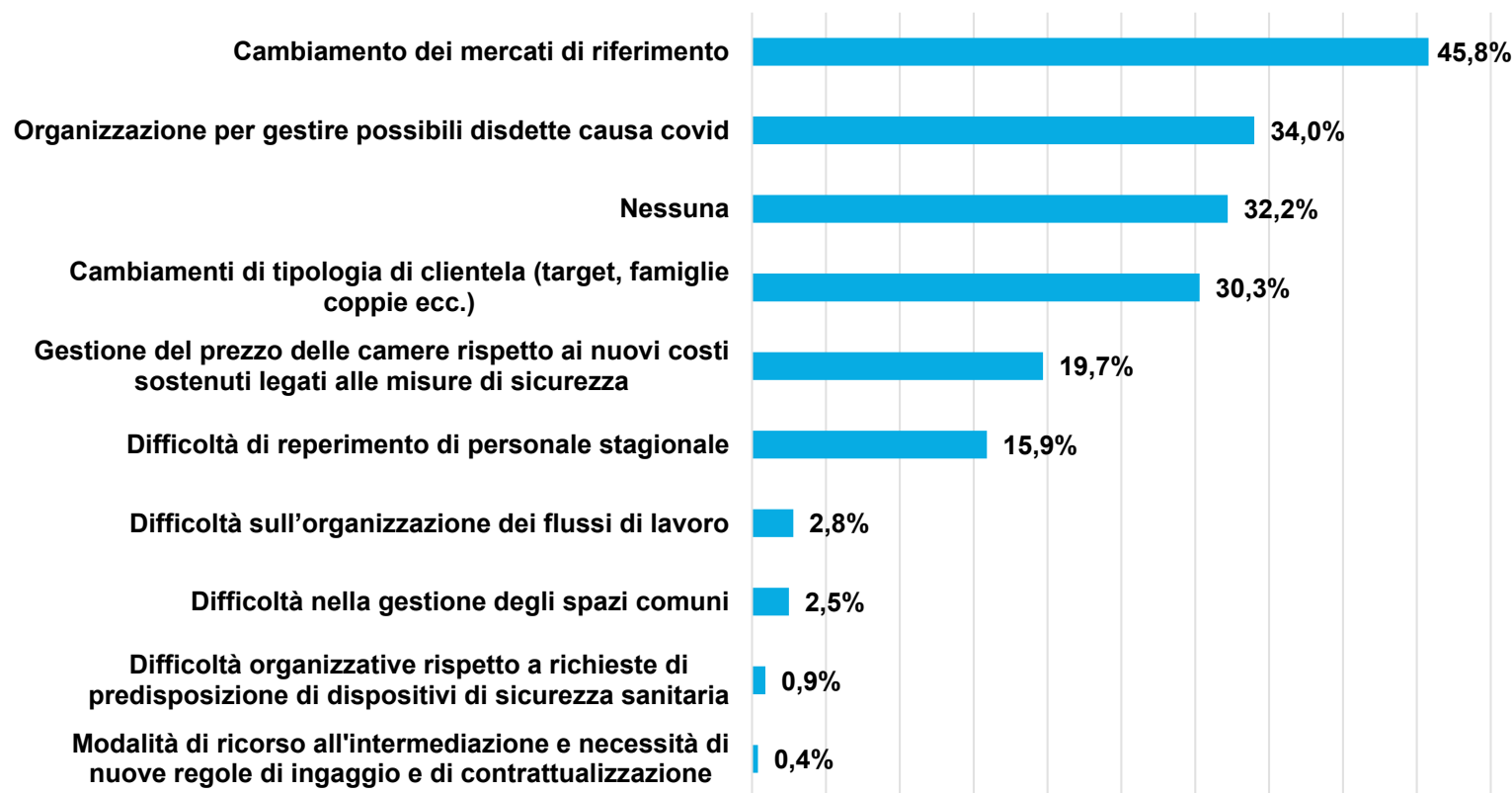


Dall'indagine diretta svolta da ISNART alle imprese ricettive in Friuli Venezia Giulia, emerge che più di 4 imprese su 10 (il 43,3%) prevedono di chiudere l'anno 2021 con delle perdite, in Italia sono in media più di 5 su 10 (54%).

Il 37,1% delle imprese stima invece di raggiungere il pareggio di bilancio – *break even point* - nell'anno 2021 (26,7% il dato nazionale).

Infine, solo il 19,6% delle imprese intervistate sostiene che conseguirà degli utili (in linea con il dato medio italiano pari a 19,3%).

Le principali problematiche incontrate dalle imprese della filiera turistica nel corso del 2021



Le principali problematiche incontrate dalle imprese della filiera turistica del Friuli Venezia Giulia nel corso dell'anno 2021 sono le seguenti: cambiamento dei mercati di riferimento (45,8%), organizzazione per gestire possibili disdette causa Covid-19 (34%), cambiamenti di tipologia di clientela (30,3%).

Seguono la gestione del prezzo delle camere rispetto ai nuovi costi sostenuti legati alle misure di sicurezza (19,7%) e la difficoltà di reperimento di personale stagionale (15,9%).

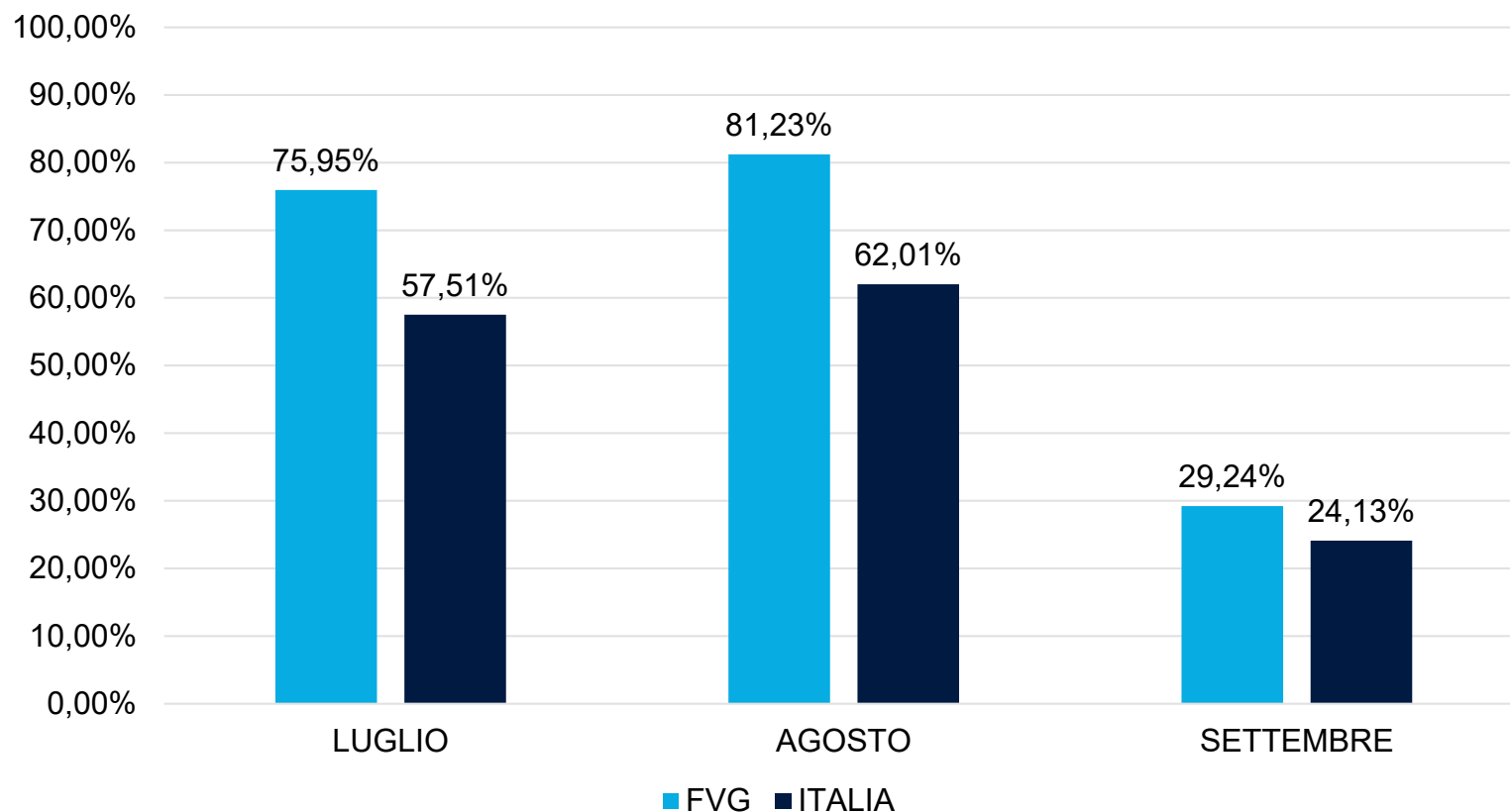
Il 32,2% delle imprese intervistate dichiara invece di non aver incontrato problematiche nel corso del 2021.

I risultati, confrontati con la media italiana, indicano minori difficoltà di adattamento per le imprese del Friuli Venezia Giulia: in Italia solo il 14,9% delle imprese intervistate non ha incontrato difficoltà, mentre al primo posto ci sono i problemi organizzativi per la gestione di disdette (48,5%).



4. L'offerta: l'indagine congiunturale alle imprese

Percentuale di camere prenotate nelle imprese ricettive, estate 2022

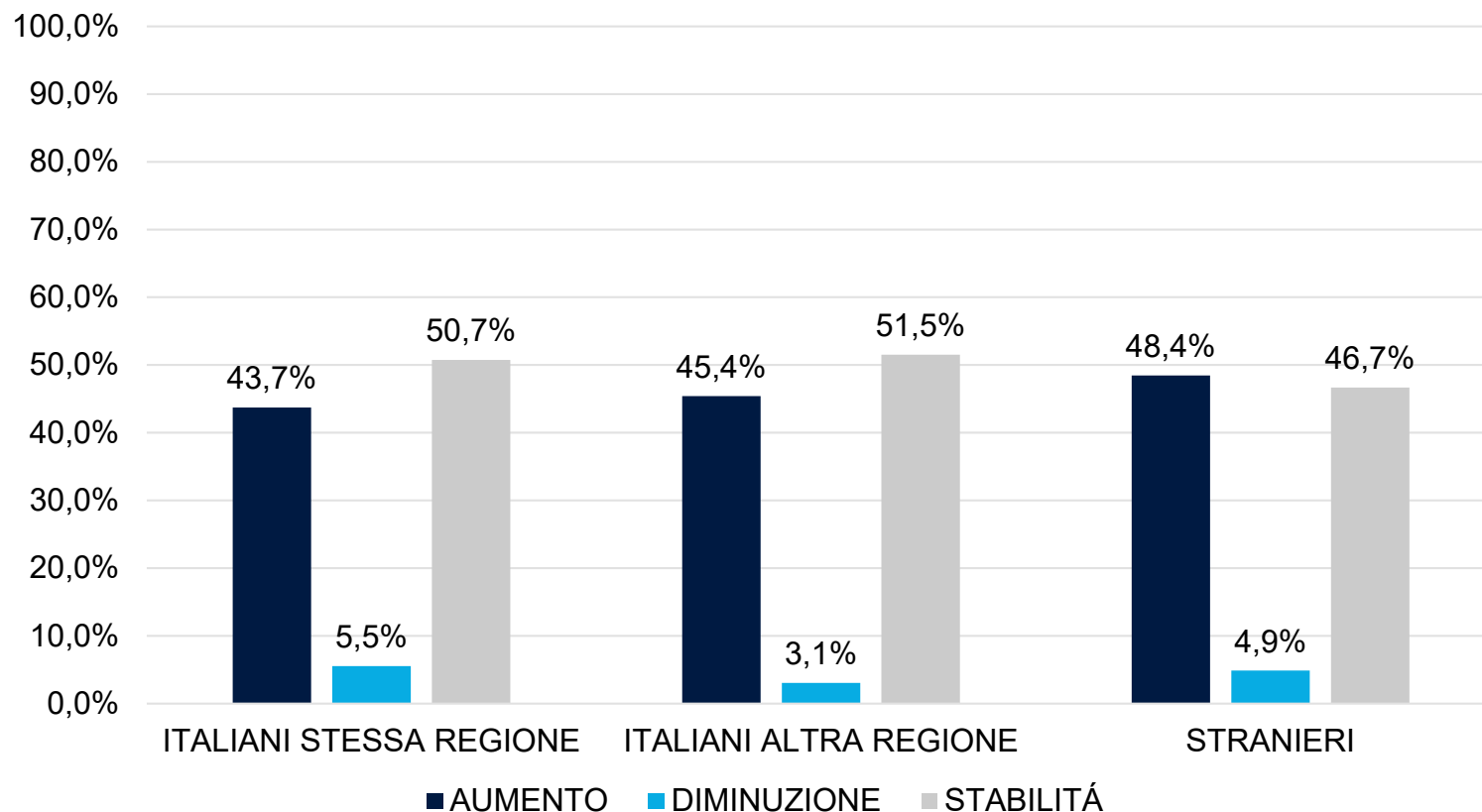


A giugno 2022 ISNART ha condotto un'indagine CAWI indirizzata ad oltre 100.000 imprese ricettive italiane.

Dall'indagine è emerso che il tasso di occupazione delle camere nelle imprese ricettive del Friuli Venezia Giulia nell'estate 2022 supera quello medio italiano.

Il dato più alto si registra nel mese di agosto: l'81,23% delle camere in Friuli Venezia Giulia risultano prenotate, contro una media italiana del 62,01%.

Prenotazioni estive in FVG, andamento della clientela rispetto all'estate 2021



Quest'estate una percentuale molto bassa di imprese ha registrato clientela in calo rispetto all'estate 2021 (media inferiore al 5%).

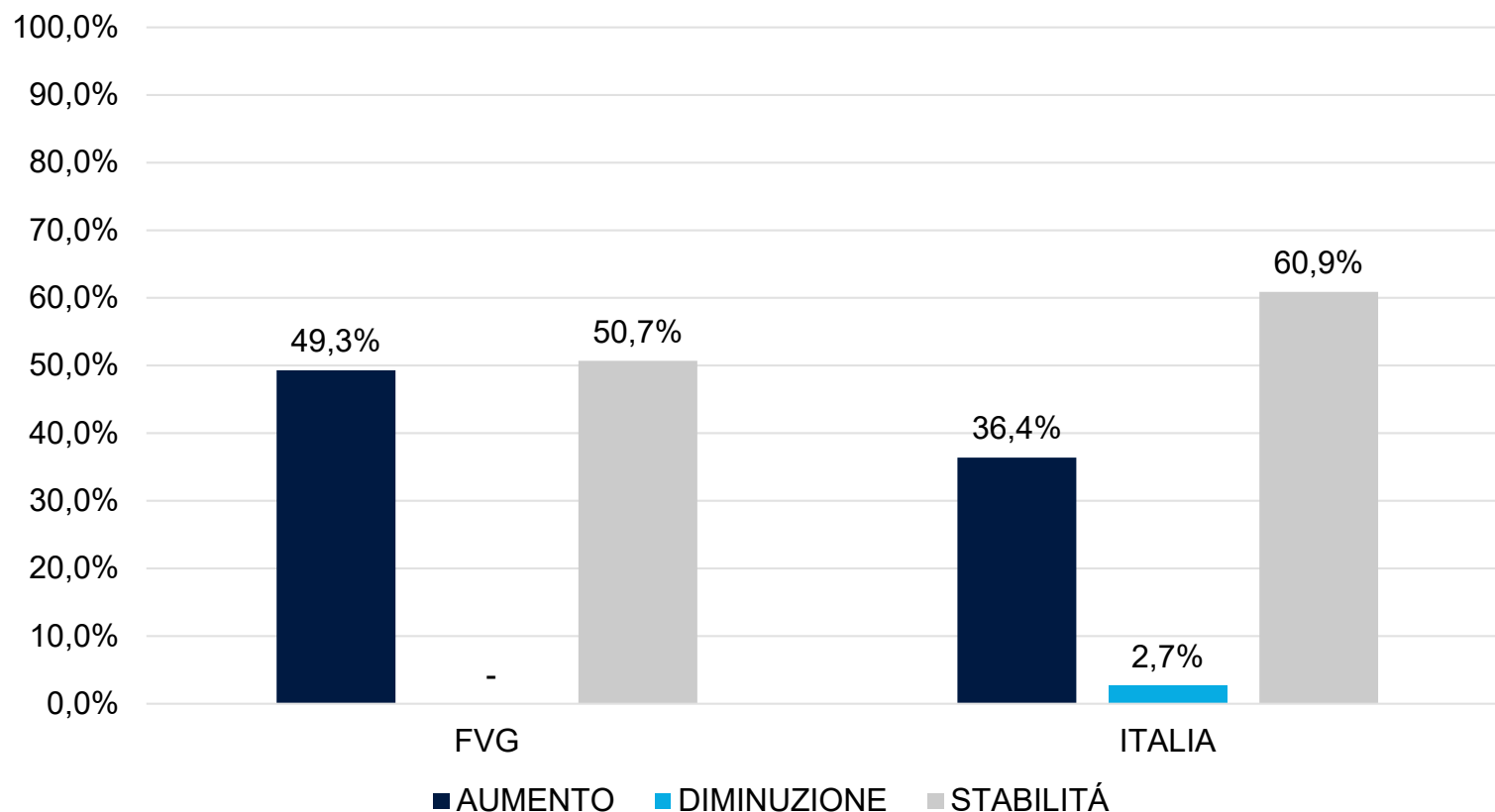
Per quanto riguarda gli italiani provenienti dal Friuli Venezia Giulia, le imprese hanno registrato clientela stabile nel 50,7% dei casi e in aumento nel 43,7%.

Percentuali molto simili hanno riguardato gli italiani provenienti da altre regioni (51,5% stabili e 45,4% in aumento).

Gli stranieri sono invece in aumento nel 48,4% dei casi (un valore superiore a quello registrato per gli italiani) e stabili nel 46,7%.

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio.

Andamento prezzi di vendita delle camere rispetto all'estate 2021



I prezzi di vendita delle camere per l'estate 2022, rispetto all'estate 2021, sono in aumento nella metà delle imprese ricettive intervistate in Friuli Venezia Giulia (49,3%) e stabili nella restante metà (50,7%).

Non si rilevano prezzi in diminuzione.

A livello medio italiano, invece, i prezzi sono stabili nel 60,9% delle imprese ricettive intervistate, in aumento rispetto all'estate precedente per il 36,4% e in diminuzione per il 2,7%.



5. La domanda: l'andamento dei flussi turistici

La variazione di arrivi e presenze per provincia nell'ultimo anno (2021/2020)

	VARIAZIONE % ARRIVI 2021/2020			VARIAZIONE % PRESENZE 2021/2020		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
GORIZIA	30,0%	93,3%	62,6%	24,5%	100,2%	63,3%
PORDENONE	41,7%	54,7%	44,5%	41,2%	41,4%	41,3%
TRIESTE	37,7%	82,8%	55,5%	44,3%	80,1%	58,3%
UDINE	20,4%	91,7%	45,8%	25,7%	91,9%	49,7%
FVG	26,4%	89,0%	50,1%	29,0%	90,0%	52,7%

La pandemia ha colpito duramente il settore turistico nell'anno 2020 con una flessione della domanda che ha riguardato soprattutto il turismo internazionale.

Secondo i dati di PromoTurismoFVG, nel 2021 rispetto al 2020 si sono registrati incrementi negli arrivi e nelle presenze sia per i turisti italiani sia per quelli stranieri.

In Friuli Venezia Giulia in media gli arrivi degli italiani in questo periodo temporale sono aumentati del 26,4% e quelli degli stranieri dell'89%. Le presenze sono rispettivamente salite del 29% e dell'90%.

Dati positivi per il periodo 2021/2020 si registrano per tutti i territori del Friuli Venezia Giulia e indicano una complessiva ripresa del turismo nell'ultimo anno.

Il confronto con il periodo pre-Covid19 per provincia (2021/2019)

	VARIAZIONE % ARRIVI 2021/2019			VARIAZIONE % PRESENZE 2021/2019		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
GORIZIA	-11,1%	-31,1%	-24,5%	-1,0%	-30,8%	-22,1%
PORDENONE	-17,3%	-50,5%	-28,2%	2,8%	-41,8%	-15,3%
TRIESTE	-37,8%	-42,4%	-40,0%	-20,0%	-36,1%	-28,1%
UDINE	-14,3%	-32,4%	-23,8%	-1,1%	-30,5%	-17,4%
FVG	-19,7%	-34,8%	-27,7%	-3,9%	-31,8%	-19,7%

Diversa è la situazione rispetto al periodo pre-pandemico.

Secondo i dati di PromoTurismoFVG, nel 2021 gli arrivi e le presenze, sia per i turisti italiani sia per quelli stranieri, sono ancora inferiori rispetto ai livelli del 2019.

In Friuli Venezia Giulia in media gli arrivi degli italiani nel 2021 sono ancora inferiori del 19,7% rispetto al periodo pre-pandemico e quelli degli stranieri del 34,8%. Le presenze sono rispettivamente calate del 3,9% e del 31,8% nel periodo considerato.

Si è vicini al recupero dei livelli pre-Covid19 per quanto riguarda le presenze di italiani (-3,9% sul 2019). In particolare, il territorio di Udine registra un valore pari a -1,1%, quello di Gorizia un -1% mentre in quello di Pordenone si sono già superati i livelli del 2019 in termini di presenze italiane (+2,8%).

Fonte: Elaborazione Centro Studi Camera di Commercio di Pordenone Udine su dati PromoTurismoFVG – piattaforma WebTur.

Incidenza delle presenze turistiche di italiani e stranieri per provincia (2021)

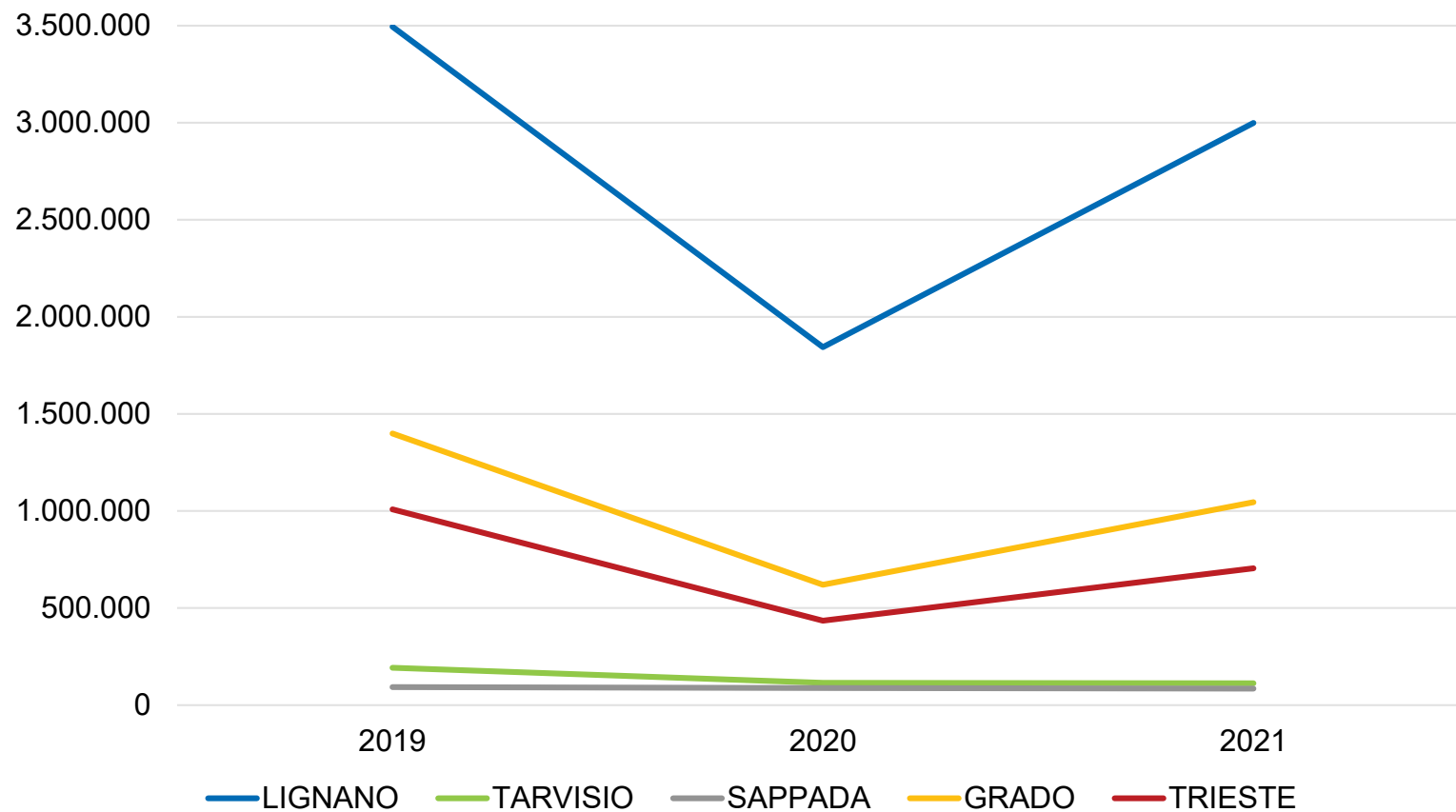
	INCIDENZA % ARRIVI 2021 SU TOTALE FVG			INCIDENZA % PRESENZE 2021 SU TOTALE FVG		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
GORIZIA	13,1%	22,7%	17,7%	14,0%	25,3%	19,4%
PORDENONE	10,3%	3,3%	6,9%	8,5%	3,5%	6,1%
TRIESTE	18,0%	17,2%	17,6%	13,6%	11,8%	12,7%
UDINE	58,7%	56,8%	57,8%	63,9%	59,4%	61,8%
FVG	100%	100%	100%	100%	100%	100%

In Friuli Venezia Giulia si concentrano il 2,3% degli arrivi e delle presenze turistiche registrate in Italia nel 2020, di cui 1,4% a Udine, 0,4% a Gorizia e anche a Trieste e 0,2% a Pordenone (dati ISTAT).

Il sistema ricettivo della provincia di Udine nel 2021 ha accolto il 58,7% degli arrivi di italiani dell'intera regione e il 63,9% delle presenze, per gli stranieri i dati sono rispettivamente pari a 56,8% e 59,4%. La provincia di Pordenone ha invece ospitato il 10,3% degli arrivi degli italiani e il 3,3% di quelli stranieri, per le presenze l'8,5% e il 3,5%.

La provincia di Trieste ha accolto nello stesso periodo il 18% degli arrivi italiani e il 17,2% di quelli stranieri, per le presenze i valori sono 13,6% e 11,8%. Il territorio di Gorizia ha ospitato molti turisti stranieri (arrivi 22,7%, presenze 25,3%) mentre per gli italiani i dati sono pari a 13,1% e 14%.

Le presenze nelle principali località turistiche del Friuli Venezia Giulia, anni 2019-2021



È stato analizzato l'andamento delle presenze nelle principali località turistiche del Friuli Venezia Giulia: Lignano, Tarvisio, Sappada, Grado e Trieste.

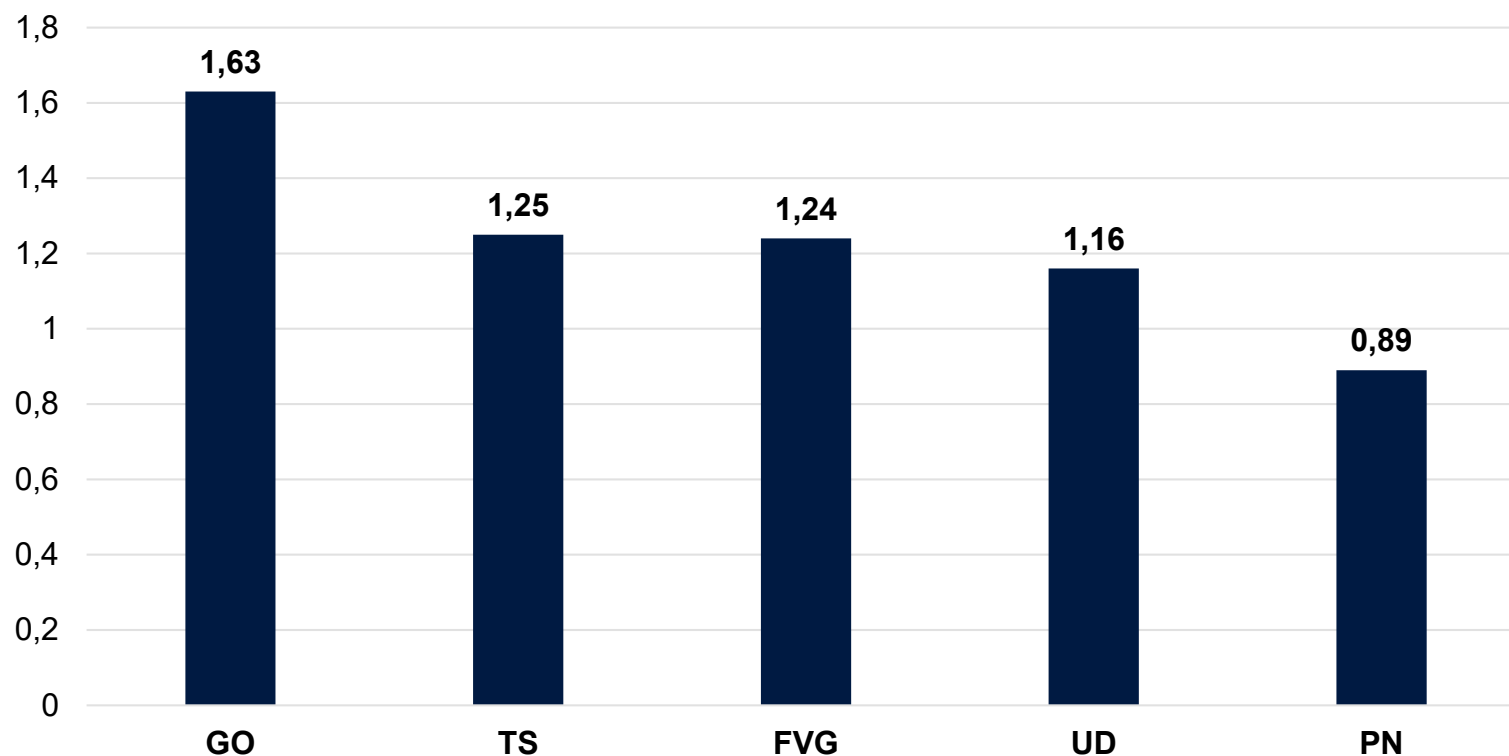
Come si può vedere dal grafico, le presenze turistiche sono scese considerevolmente tra l'anno 2019 e il 2020 in tutte le località, con l'eccezione di Sappada, dove le presenze si sono mantenute pressoché costanti.

Il calo è stato determinato prevalentemente dalla riduzione delle presenze straniere, più che dimezzate nel 2020 rispetto all'anno precedente nella maggior parte delle località turistiche.

Nel 2021 c'è stato un sostanziale recupero, ma nessuna località ha recuperato ancora le presenze pre pandemia.

Indice di specializzazione turistica internazionale della regione, anno 2020

Indice di specializzazione turistica internazionale della regione



L'indice di specializzazione turistica internazionale viene calcolato come rapporto tra il peso % delle presenze turistiche straniere nella regione di riferimento e il peso % delle presenze turistiche straniere in Italia.

Valori dell'indice superiori a 1 denotano pertanto un'incidenza di presenze turistiche straniere nella regione superiore a quelle dell'Italia in generale.

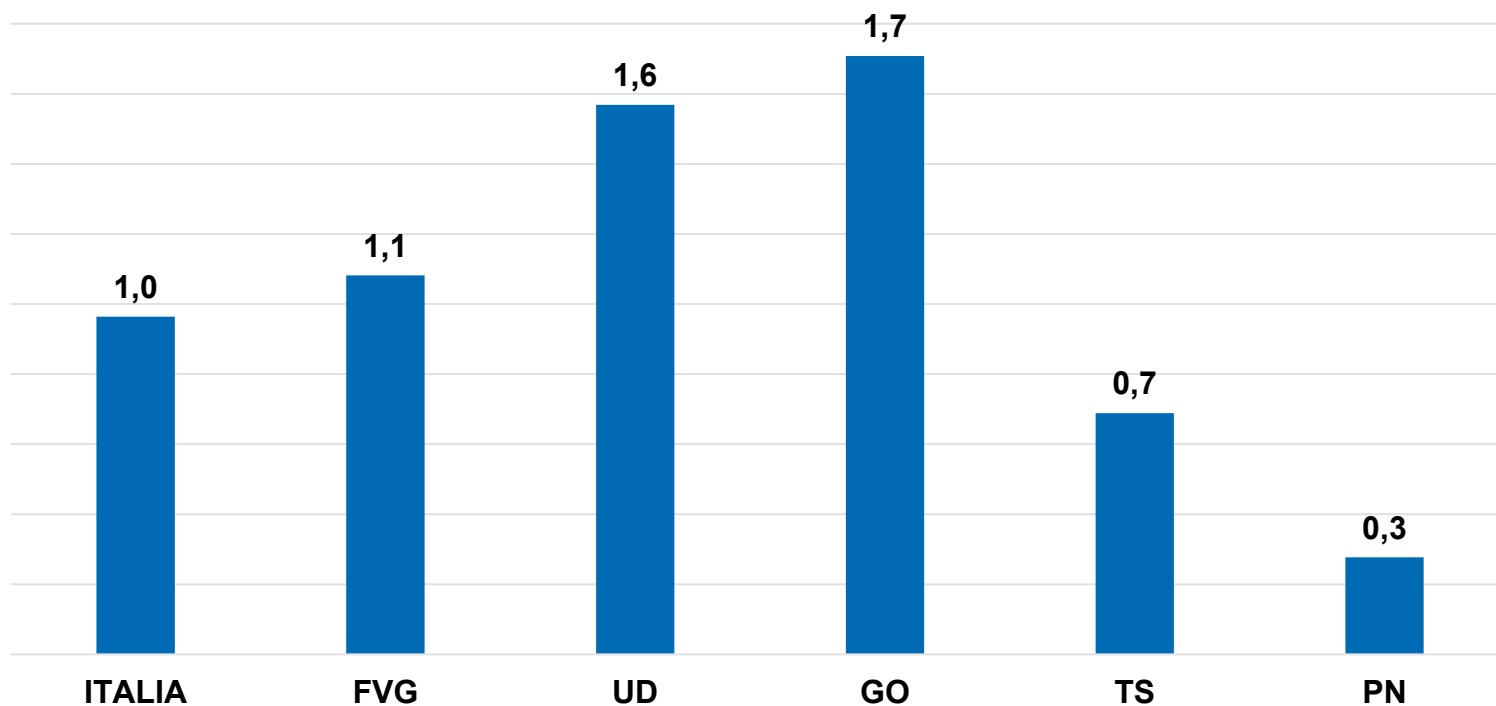
L'indice di specializzazione turistica internazionale della regione Friuli Venezia Giulia è pari a 1,24. Ciò significa che la regione si contraddistingue per una concentrazione del turismo internazionale più elevata di quella media italiana.

Tra le province spicca Gorizia con un indice di specializzazione turistica internazionale superiore a quello regionale e pari a 1,63, seguita da Trieste (1,25), Udine (1,16) e Pordenone (0,89).

Fonte: Elaborazione Centro Studi Camera di Commercio di Pordenone Udine su dati ISTAT.

Indice di pressione turistica, anno 2020

Indice di pressione turistica
[[Presenze turistiche/(Popolazione*365))*100]



L'indice di pressione turistica indica il numero di presenze turistiche per abitante, in questo modo è possibile valutare quanto sia alta la pressione turistica di un territorio rispetto al valore medio italiano.

Un indice di pressione turistica elevato può incidere negativamente sull'organizzazione dei servizi a disposizione dei turisti e sul livello di accettazione da parte della popolazione locale.

Il Friuli Venezia Giulia ha un indice di pressione turistica leggermente più alto di quello medio italiano, 1,1 contro 1,0.

I territori con la pressione turistica più alta sono quelli di Gorizia (1,7) e Udine (1,6). La pressione turistica è invece più contenuta nei territori di Trieste (0,7) e Pordenone (0,3).

Fonte: Elaborazione Centro Studi Camera di Commercio di Pordenone Udine su dati ISTAT.



6. La domanda: i comportamenti

Le principali motivazioni per la scelta della vacanza (% sul totale turisti), anno 2021

	FRIULI VENEZIA GIULIA	ITALIA
Balneare: svago e relax	40,0	24,5
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale	15,9	23,7
Ho i parenti/amici che mi ospitano	13,7	9,1
Per i divertimenti che offre	12,9	7,2
Posto ideale per praticare un particolare sport	12,6	14,9
Per la vicinanza rispetto all'origine del viaggio	12,0	4,4
Shopping	11,5	14,7
Visitare amici e parenti	11,1	5,7
Abbiamo la casa in questa località	10,7	4,5
Assistere ad un evento	10,3	13,3
Rapporto qualità-prezzo	10,3	7,7
Il desiderio di vedere un posto mai visto	10,3	8,9
Posto ideale per riposarsi	9,9	8,0
Interessi enogastronomici	8,3	12,4
Facilità di raggiungimento grazie alla buona offerta di collegamenti	7,5	7,6
Natura, bellezze naturali del luogo /stare a contatto con la natura/interessi naturalistici	7,0	10,3
Posto adatto per bambini piccoli	6,7	1,8
Perché siamo clienti abituali di una struttura ricettiva	6,4	6,0
Stile di vita italiano	5,8	4,8
Località esclusiva	5,3	5,4
Montagna: svago e relax	4,0	7,9

Le principali motivazioni per la scelta della vacanza derivano da un'indagine campionaria ai turisti svolta da ISNART tra agosto e settembre del 2021.

Le risposte sono espresse in percentuale sul totale dei turisti intervistati (con possibilità di risposta multipla).

Il turismo balneare (inteso in termini di svago e relax) è la prima motivazione di visita in Friuli Venezia Giulia, con una media regionale che raggiunge il 40% (contro appena il 24,5% della media italiana).

Seguono la ricchezza del patrimonio artistico/monumentale (15,9%), l'essere ospitati presso parenti e amici (13,7%), i divertimenti (12,9%) e la pratica di particolari sport (12,6%).

Le principali attività svolte durante la vacanza (% sul totale turisti), anno 2021

	FRIULI VENEZIA GIULIA	ITALIA
Sono andato al mare	66,5	42,1
Escursioni e gite	53,7	59,6
Ho visitato il centro storico	17,1	26,4
Visitato monumenti e siti di interesse archeologico	16,4	11,6
Ho praticato attività sportive	15,4	24,7
Degustazione prodotti enogastronomici locali	15,0	12,4
Ho fatto shopping	14,9	20,8
Visita di musei e/o mostre	12,0	14,1
Ho assistito a spettacoli musicali	10,4	10,7
Partecipazione a spettacoli teatrali o cinematografici	7,1	2,9
Ho acquistato prodotti tipici e/o dell'artigianato locale	5,6	7,3
Partecipazione ad eventi enogastronomici	5,4	5,1
Ho pescato	4,6	4,0
Sono andato in centri benessere (saune ecc.)	4,5	4,9
Ho fatto escursioni di pesca-turismo	4,2	3,3
Partecipazione ad eventi tradizionali e folkloristici	3,3	5,2

Questi orientamenti trovano conferma anche dall'osservazione delle attività effettivamente svolte dai turisti durante la vacanza.

Il turismo prevalentemente balneare si declina infatti nell'attività principale dell'andare al mare, il valore per il Friuli Venezia Giulia è pari al 66,5% contro una media italiana di 42,1%.

Seguono nell'ordine escursioni e gite (53,7%), la visita dei centri storici (17,1%), la visita a monumenti e siti di interesse archeologico (16,4%).

Si ritrovano poi, in coerenza con le motivazioni espresse, la pratica di attività sportive (15,4%) e la degustazione di prodotti enogastronomici locali (15%), percentuale quest'ultima superiore a quella media italiana (12,4%).



7. La Sentiment Analysis

La piattaforma Simoo++

La piattaforma Simoo++, realizzata da ISNART per conto di Unioncamere nell'ambito delle attività dell'Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio, supporta la programmazione istituzionale e della filiera identificando potenziali gap e opportunità per le destinazioni, mettendo in rapporto attrattori turistici e servizi.

Tra le funzionalità, la Sentiment Analysis riconosce varie dimensioni delle recensioni espresse dai turisti su Tripadvisor al fine di valorizzare le destinazioni turistiche in base alla qualità dei servizi delle offerte turistiche.

I dati rilevati dal sistema sono fondamentali per capire i fenomeni turistici, andando ad evidenziare le eccellenze e gli ambiti di miglioramento sui quali è necessario intervenire per potenziare le destinazioni in termini di appeal.

In particolare, nel sistema vengono scaricati i messaggi collegati alle singole destinazioni turistiche e arricchiti con meta-dati semantici (derivati applicando tecniche di Natural Language Processing e Machine Learning) che riflettono l'espressione della soggettività (cioè la Sentiment) espressa nelle recensioni.

Con i dati raccolti viene effettuata l'analisi della soggettività in cui ogni commento viene categorizzato come positivo, negativo o neutro per riflettere la percezione di qualità dei servizi, l'esperienza individuale dei turisti e la loro percezione complessiva in merito al luogo o all'attrattore visitato.

Le destinazioni inserite

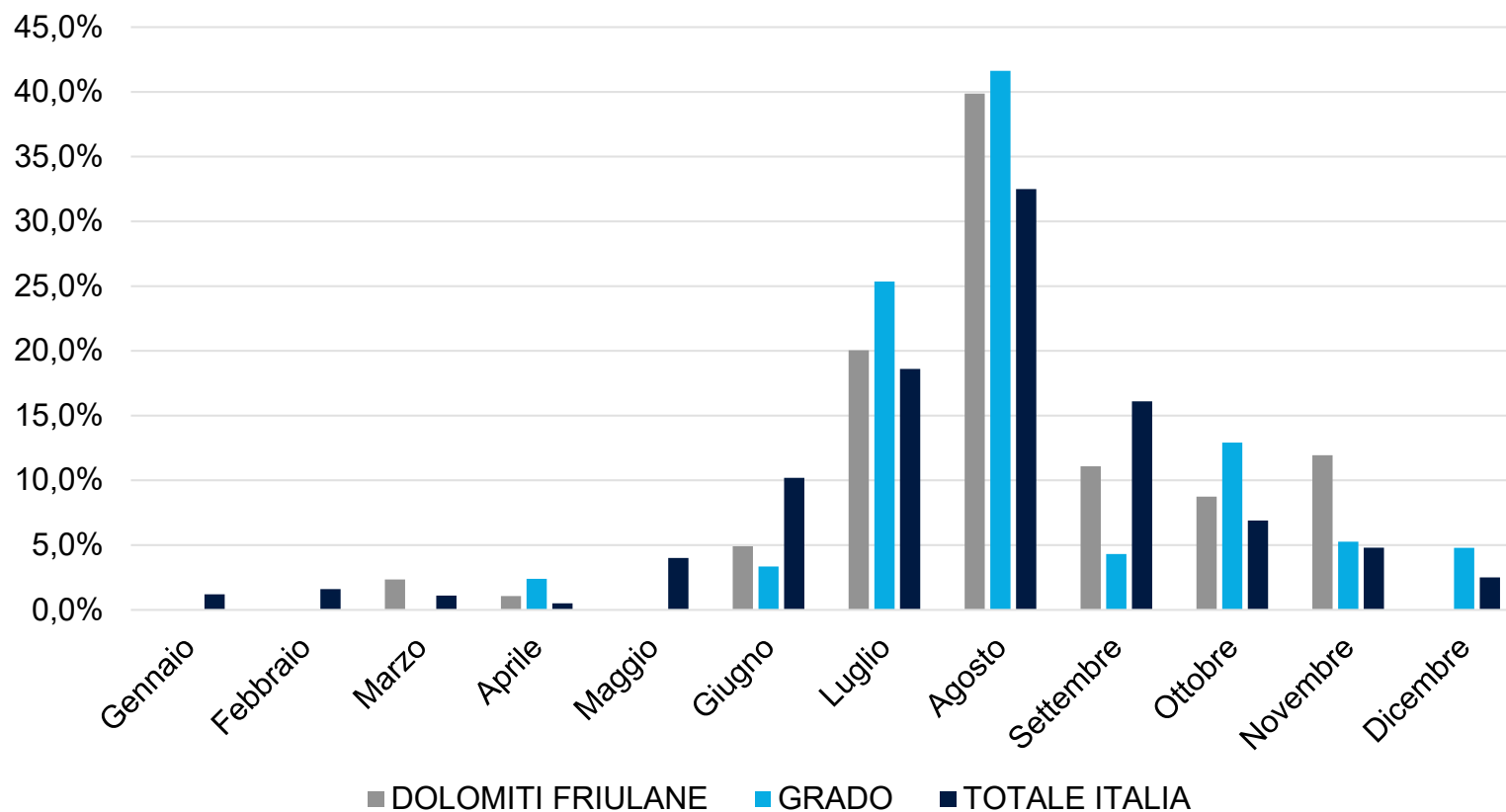
Per quanto riguarda l'Italia, sono state finora inserite 208 destinazioni che includono 2.250 comuni italiani (queste destinazioni rappresentano circa il 10% delle presenze turistiche italiane).

Per il Friuli Venezia Giulia sono state inserite le seguenti destinazioni:

1. **Carnia**
2. **Carso**
3. **Collio e Gorizia**
4. **Dolomiti Friulane**
5. **Grado**
6. **Il Cammino di San Cristoforo**
7. **Il Tarvisiano**
8. **Lignano Sabbiadoro** (in fase di implementazione)
9. **Pordenone**
10. **Sauris - Zahre** (in fase di implementazione)
11. **Trieste**

Questo report si concentra sulle destinazioni **Dolomiti Friulane** e **Grado**.

Recensioni totali, dati mensili (% sul totale anno 2021)



La destinazione Dolomiti Friulane nel corso del 2021 ha ottenuto il 3,2% delle recensioni totali relative alle destinazioni della regione Friuli Venezia Giulia. La destinazione Grado ne ha ottenute l'1,4%.

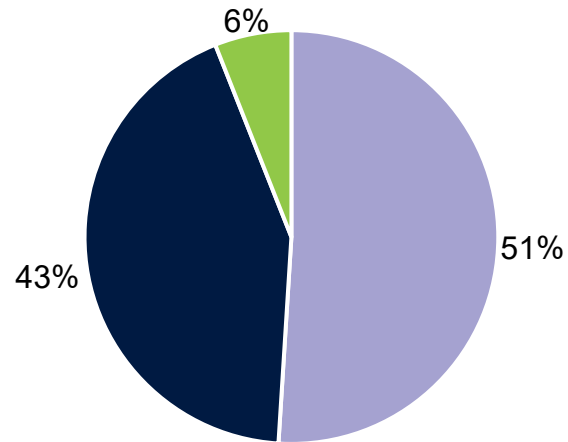
L'andamento stagionale evidenzia una più spiccata concentrazione di recensioni nei mesi da luglio in poi rispetto alla media del totale destinazioni Italia, sia per le Dolomiti Friulane sia per Grado.

Si precisa che la prima parte dell'anno 2021 è stata caratterizzata da chiusure per pandemia da Covid-19.

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio, piattaforma Simoo++.

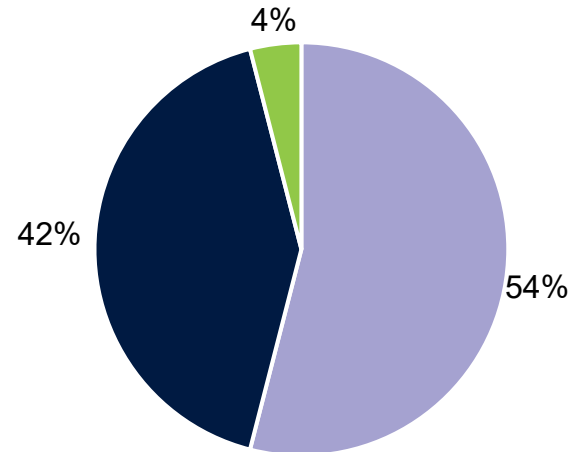
Recensioni per dimensione dell'esperienza turistica, anno 2021

DOLOMITI FRIULANE
Principali dimensioni della vacanza descritte dai turisti (% sul totale recensioni)



- PERCEZIONE COMPLESSIVA
- ESPERIENZA INDIVIDUALE
- QUALITÀ SERVIZI

GRADO
Principali dimensioni della vacanza descritte dai turisti (% sul totale recensioni)



- PERCEZIONE COMPLESSIVA
- ESPERIENZA INDIVIDUALE
- QUALITÀ SERVIZI

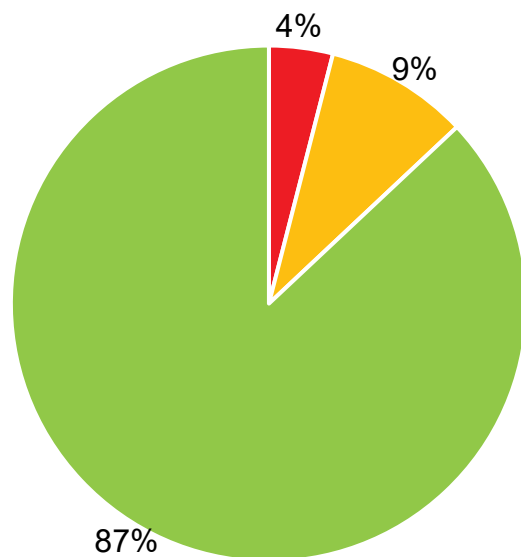
I giudizi espressi per la destinazione Dolomiti Friulane, nel corso del 2021, hanno riguardato in prevalenza la dimensione “Percezione Complessiva” (51%) ed “Esperienza Individuale” (43%). I giudizi espressi per la “Qualità dei servizi” offerti dalla destinazione sono invece stati pari al 6% del totale.

Anche la destinazione Grado ha ottenuto maggiori recensioni nelle dimensioni “Percezione Complessiva” (54%) ed “Esperienza Individuale” (42%).

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio, piattaforma Simoo++.

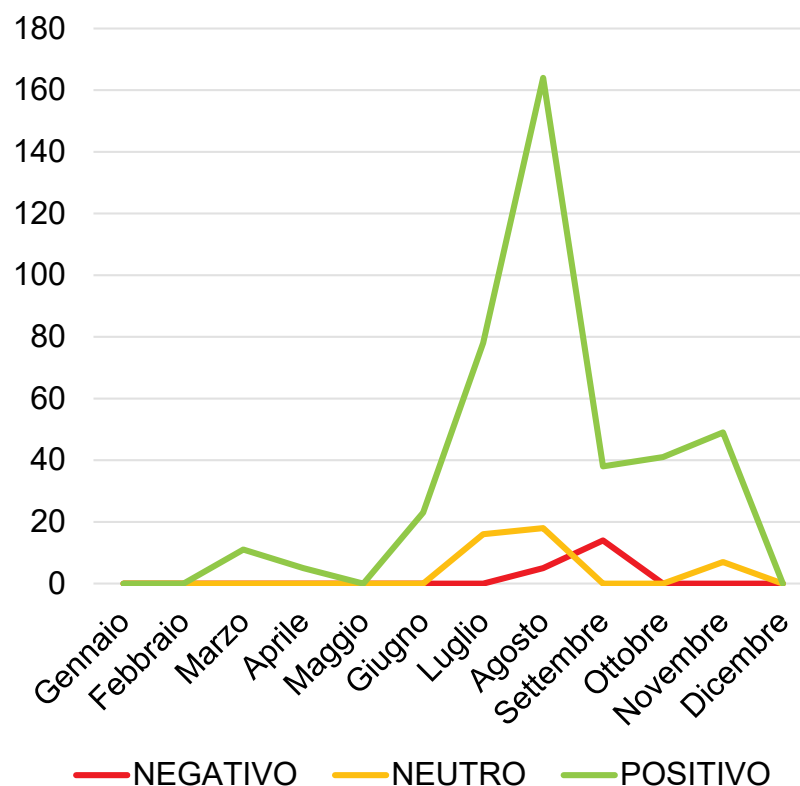
DOLOMITI FRIULANE: recensioni per polarità, anno 2021

Recensioni totali per polarità della destinazione (% su totale recensioni)



■ NEGATIVO ■ NEUTRO ■ POSITIVO

Recensioni mensili per polarità



— NEGATIVO — NEUTRO — POSITIVO

Il sistema di Intelligenza Artificiale della piattaforma Simoo++ consente di attribuire alle recensioni dei visitatori una polarità, ovvero un carattere prevalente positivo, negativo o neutro.

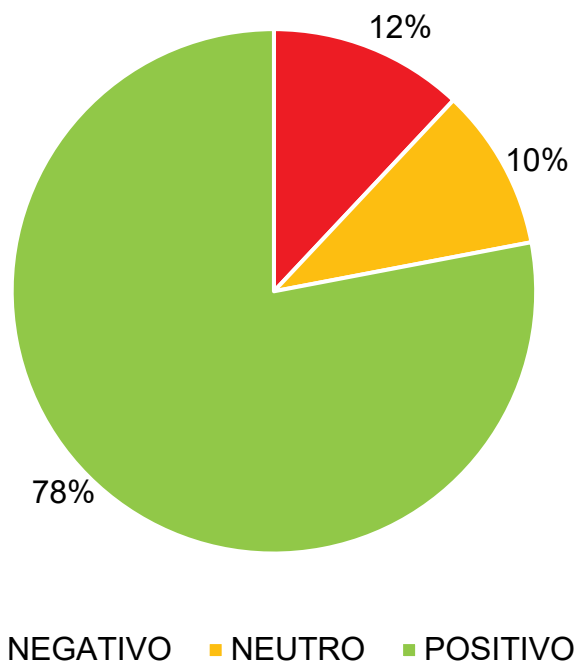
Sotto questo profilo, nel 2021 il Sentiment espresso dai visitatori nei confronti della località Dolomiti Friulane è stato ampiamente positivo (l'87% delle recensioni).

Le recensioni positive si sono concentrate nei mesi di luglio e agosto, ma sono state numerose anche nel periodo settembre-novembre a confermare una buona organizzazione nell'offerta dei servizi turistici anche dopo il periodo estivo.

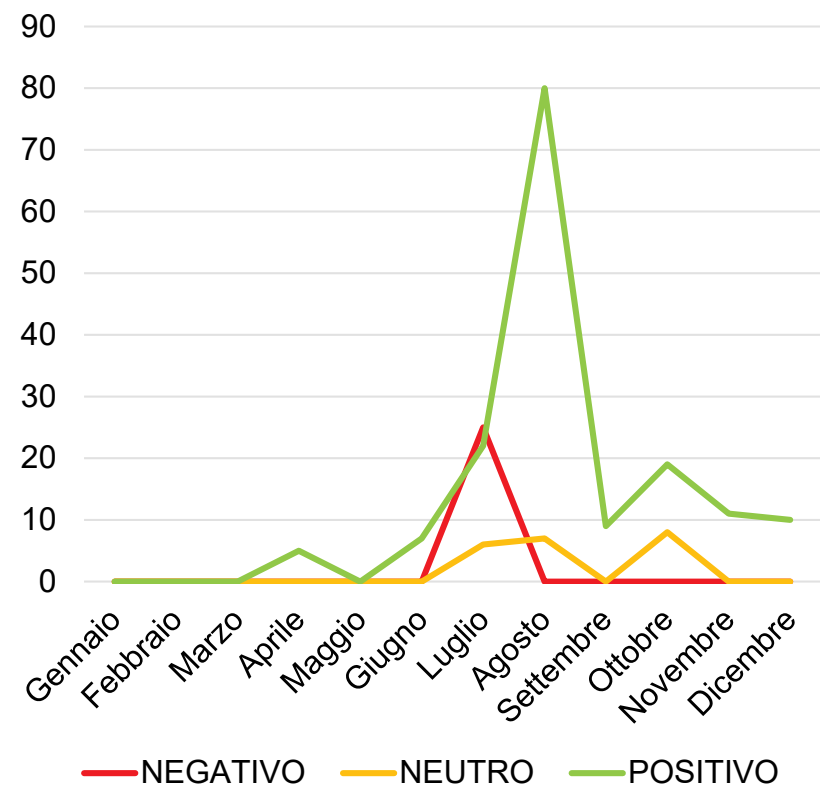
Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio, piattaforma Simoo++.

GRADO: recensioni per polarità, anno 2021

Recensioni totali per polarità della destinazione (% su totale recensioni)



Recensioni mensili per polarità



Anche il Sentiment espresso dai visitatori nei confronti della località di Grado nel corso del 2021 è stato ampiamente positivo (il 78% delle recensioni).

Le recensioni positive si sono concentrate nei mesi estivi, ciò conferma una buona organizzazione nell'offerta dei servizi turistici durante la stagione, ma sono state numerose anche dopo la fine della stagione estiva.

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio, piattaforma Simoo++.

DOLOMITI FRIULANE: topics, anno 2021

PRODOTTI TURISTICI



ATTIVITÀ



Per la destinazione Dolomiti Friulane l'analisi delle recensioni rispetto ai vari topics mostra come i prodotti turistici di cui si è parlato di più rispetto a questa destinazione siano Cultura materiale, Turismo/svago/relax, Natura/svago,/relax, Trekking, Turismo religioso e Enogastronomia.

Le attività maggiormente recensite sono state invece Escursioni/gite e, a seguire, Borghi/città/centri/monumenti, Visite a musei/mostre. Altre attività recensite sono state la Degustazione di prodotti enogastronomici, lo Shopping, lo Sport/passeggiate in montagna e le Visite a parchi tematici e di divertimento.

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio, piattaforma Simoo++.

GRADO: topics, anno 2021

PRODOTTI TURISTICI



ATTIVITÀ



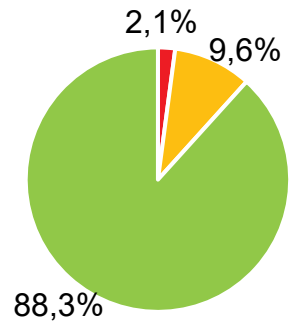
Per la destinazione Grado l'analisi delle recensioni rispetto ai vari topics mostra come i prodotti turistici di cui si è parlato di più rispetto a questa destinazione siano stati nell'ordine Cultura materiale, Turismo religioso, Turismo balneare/svago/relax, Enogastronomia e Vela.

Le attività maggiormente recensite sono state invece Escursioni/gite/borghi/città/centri/monumenti, Degustazione di prodotti enogastronomici e Visite mare/spiaggia. Seguono Visite a musei e mostre, Escursioni e gite in barca.

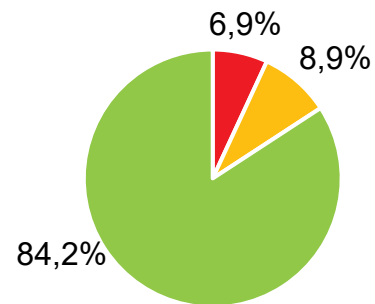
Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio, piattaforma Simoo++.

DOLOMITI FRIULANE: dimensioni dell'esperienza turistica e relative polarità, anno 2021

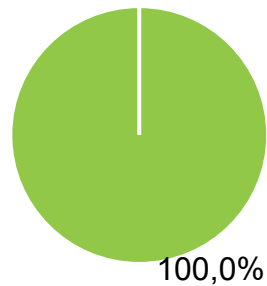
PERCEZIONE
COMPLESSIVA



ESPERIENZA
INDIVIDUALE



PERCEZIONE
QUALITÀ SERVIZI



Osservando i giudizi relativi alle singole dimensioni si rileva una netta prevalenza di valutazioni positive per la destinazione Dolomiti Friulane.

La “percezione complessiva” è stata giudicata positivamente nell’88,3% delle recensioni, l’ “esperienza individuale” nell’84,2% dei casi. Per entrambe le dimensioni in media poco meno di una recensione su dieci è neutra.

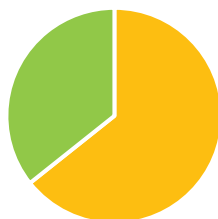
I giudizi espressi per la dimensione relativa alla “percezione di qualità dei servizi” sono tutti positivi.

DOLOMITI FRIULANE: singoli aspetti dell'esperienza turistica e relative polarità, anno 2021

CUORE



ARTE



NATURA



GENERALE



PERSONALE



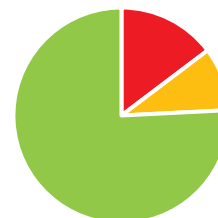
RAGGIUNGIBILITÀ



SERVIZIO GUIDA



SFIDE



Per quanto riguarda gli aspetti dell'esperienza turistica, l'aspetto "cuore" (ossia commenti che esprimono emozioni e che spingono i turisti a ritornare) ha una percentuale di recensioni positive pari al 100%, così come "natura" (commenti che riguardano paesaggio, flora e fauna), "personale" (personale impiegato nelle strutture turistiche) e "servizio guida" (persone, guide cartacee, audioguide, ecc.).

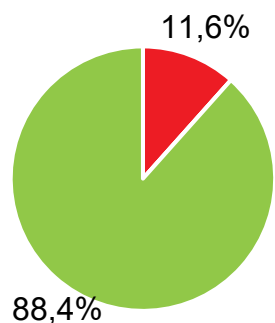
"Arte" (monumenti, chiese, ecc.) e "raggiungibilità" (inteso anche come parcheggio) sono invece gli aspetti a maggior prevalenza di commenti neutri, rispettivamente 64,3% e 100%.

Pur rimanendo nel complesso aspetti ampiamente positivi, una parte di recensioni negative viene rilevata negli aspetti "generale" (giudizio complessivo della recensione) e "sfide" (possibilità di imparare, fare qualcosa di nuovo), rispettivamente per il 2,3% e 14,7%.

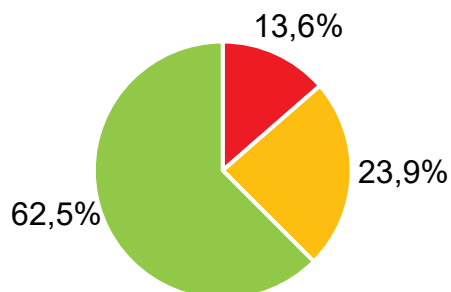
Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio, piattaforma Simoo++.

GRADO: dimensioni dell'esperienza turistica e relative polarità, anno 2021

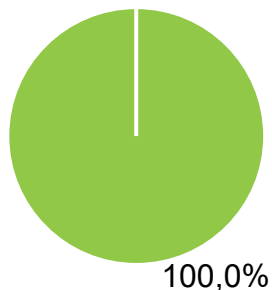
PERCEZIONE
COMPLESSIVA



ESPERIENZA
INDIVIDUALE



PERCEZIONE
QUALITÀ SERVIZI



Osservando i giudizi relativi alle singole dimensioni si rileva una prevalenza di valutazioni positive anche per la destinazione di Grado.

La “percezione complessiva” è stata giudicata positivamente nell’88,4% delle recensioni. In media una recensione su dieci è invece negativa.

Nella dimensione “esperienza individuale” le recensioni positive rappresentano il 62,5% del totale, si noti che il 23,9% dei giudizi sono neutri (ossia recensioni dalle quali non emerge un giudizio specifico e di conseguenza suscettibili di ulteriori approfondimenti).

I giudizi espressi per la dimensione relativa alla “percezione della qualità dei servizi” sono tutti positivi.

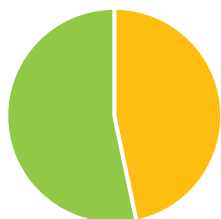
Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio, piattaforma Simoo++.

GRADO: singoli aspetti dell'esperienza turistica e relative polarità, anno 2021

CUORE



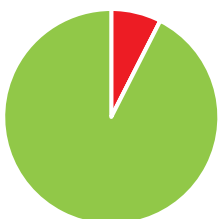
ARTE



NATURA



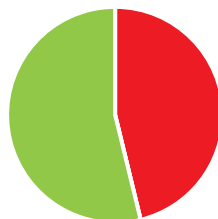
GENERALE



PERSONALE



SFIDE



Per quanto riguarda i singoli aspetti dell'esperienza turistica, l'aspetto "cuore" (ossia commenti che esprimono emozioni e che spingono i turisti a ritornare) ha una percentuale di recensioni positive pari al 100%, così come gli aspetti "natura" (commenti che riguardano paesaggio, flora e fauna) e "personale" (impiegato nelle strutture turistiche).

L'aspetto "arte" (monumenti, chiese, ecc.) è prevalentemente positivo ma con il 46,7% di recensioni neutre.

Una parte di recensioni negative si riscontra negli aspetti "generale" (giudizio complessivo della recensione) per il 7,5% e "sfide" (possibilità di imparare, fare qualcosa di nuovo) per il 46,2%.

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio, piattaforma Simoo++.



8. Nota metodologica

Nota metodologica (1/2)

INDAGINE ALLE IMPRESE:

Nel corso dei mesi di settembre e di dicembre 2021 sono state svolte da ISNART due indagini rivolte alle imprese ricettive italiane. Le indagini hanno lo scopo di monitorare l'andamento della stagione estiva in termini di occupazione delle camere e le caratteristiche della clientela.

Lo studio è stato realizzato tramite indagine CAWI ed indirizzato ad oltre 100.000 imprese ricettive italiane. All'indagine hanno risposto 2.500 imprese, tra le strutture alberghiere e extralberghiere.

L'universo di riferimento di tale indagine è composto dal totale delle strutture ricettive in Italia, per il riporto a tale universo viene utilizzato un sistema di pesi ponderato per la tipologia delle strutture per area geografica.

INDAGINE CONGIUNTURALE ALLE IMPRESE:

Nel corso del mese di giugno 2022 (tra il 15 e il 30 giugno) è stata svolta un'indagine rivolta alle imprese ricettive italiane, realizzata tramite metodologia CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) ed indirizzata ad oltre 100.000 imprese ricettive italiane. Hanno risposto 2.000 imprese ricettive italiane (tra strutture alberghiere ed extralberghiere).

Nota metodologica (2/2)

INDAGINE AI TURISTI:

Per monitorare la domanda turistica, la rilevazione è stata effettuata nei mesi di agosto e settembre su un campione rappresentativo di quasi 10.000 turisti che abbiano soggiornato almeno due notti nella regione dell'intervista.

Il campionamento è di tipo stratificato con l'assegnazione di una predefinita ampiezza campionaria per ciascuna delle 20 regioni italiane. Una volta individuate, all'interno di ogni regione, le località di maggior interesse per ogni singolo prodotto (sulla base del numero di arrivi e presenze), si passa alla successiva fase di campionamento che prevede una distribuzione delle interviste tra turisti italiani e turisti stranieri. Tale divisione viene stabilita in base ai dati dell'Istat relativi alle presenze.

Per l'analisi dei dati raccolti il campione viene riportato all'universo di riferimento attraverso un sistema di pesi. Tali pesi, attribuiti ad ogni singola unità, sono costruiti rapportando il numero di interviste effettuate per ogni provincia al totale delle presenze nel territorio (dati Istat).



Rapporto redatto da

Elaborazione statistica

- **Elisa Qualizza**

Grafica e impaginazione

- **Giovanni Mambrini**

Si autorizza la riproduzione, la diffusione e l'utilizzazione della presente pubblicazione a condizione di citarne la fonte.

Approfondimenti e domande sui contenuti del report possono essere richiesti a **statistica@pnud.camcom.it** o telefonando al numero **0432 273 539**

Documento pubblicato nel sito: **www.pnud.camcom.it**