



Big data
Economics
web Marketing

RAPPORTO SULL'E-TOURISM

CRESCE IL TURISMO IN ITALIA, NONOSTANTE L'OFFERTA DIGITALE INADEGUATA



AGOSTO 2018

Indice

Executive summary

1. Turisti stranieri in Italia

1.1. Le mete preferite dai turisti stranieri

2. Offerta digitale dei musei italiani

2.1. La metodologia di analisi

2.2. Risultati: prestazioni dei siti web

2.3. Risultati: gradimento su Facebook

2.4. Risultati: interazione su TripAdvisor

2.5. Risultati: disponibilità e utilità dell'app

2.6. Risultati: indice generale

Copyright © BEM Research 2018

È possibile utilizzare le informazioni presenti nel Report nei propri documenti, blog e siti web a condizione di citare la fonte.

Executive summary

Nel 2017 si è consolidato il trend di crescita del numero di turisti stranieri che hanno scelto l'Italia per trascorre le loro vacanze. Secondo le statistiche della Banca d'Italia i visitatori dall'estero sono stati quasi 91 milioni, in aumento di circa 5 milioni rispetto al 2016. Rispetto al 2011 l'incremento si attesta a 14 milioni. Le indicazioni che offre il web, attraverso le ricerche effettuate su Google a livello globale sull'Italia come destinazione turistica, segnalano che anche nella prima metà del 2018 la tendenza è stata positiva.

Nel dettaglio per singola nazione sono ancora i paesi europei ad essere in testa tra quelli che visitano di più l'Italia. Sono però in forte aumento anche i turisti dal continente americano, così come in crescita sono anche quelli dall'Asia. In leggera flessione sono invece i turisti che vengono dai paesi europei non facenti parte dell'Unione, dall'Africa e dall'Oceania.

Guardando alle mete preferite dagli stranieri si osserva come il Nord d'Italia sia ancora in testa alla classifica. Nel 2017 il 68% degli stranieri ha scelto il Nord, il 21% il Centro e l'11% il Mezzogiorno. L'area geografica che ha mostrato il maggior dinamismo nell'ultimo anno è il Sud, i cui visitatori sono cresciuti dell'8% (+19% nell'anno precedente), contro il +2% del Centro-Nord.

Nel complesso, la Lombardia, con 23,2 milioni di turisti, è la regione più visitata dagli stranieri secondo le statistiche relative al 2017 (-700 mila visitatori rispetto all'anno precedente). Segue il Veneto (14,6 milioni) e il Lazio (14,4 milioni), che scavalca nuovamente il Friuli. In coda alla classifica Molise, Basilicata e Calabria.

Il patrimonio storico-culturale del nostro paese costituisce uno dei volani di attrazione del turismo internazionale. **Valutare quanto l'offerta museale italiana sia al passo con**

L'evoluzione digitale è fondamentale per rintracciare possibili spazi di miglioramento.

A tal fine anche nel Rapporto e-tourism 2018 abbiamo ripetuto l'analisi volta a individuare quei musei o aree archeologiche che hanno le migliori prestazioni sul web e che sono più predisposti a interfacciarsi con i visitatori in modo virtuale.

È il Museo Egizio il sito storico-artistico statale italiano con le migliori prestazioni online mettendo insieme le informazioni relative al web, ai social network, ai siti specializzati nel turismo e alle applicazioni per dispositivi mobili (smartphone e tablet). Il Museo di Torino, sesto nella precedente rilevazione, è riuscito a migliorare la sua posizione grazie soprattutto alle migliori prestazioni del sito web e all'introduzione dell'app dedicata.

In seconda posizione, come nell'anno precedente, si trova la Valle dei Templi. Al terzo posto il Cenacolo Vinciano, settimo lo scorso anno.

Rispetto al 2017 tutte le aree del paese hanno registrato un peggioramento. Il Nord continua ad essere l'area con le più alte prestazioni, seguita a non molta distanza dal Centro. Il Mezzogiorno ha comunque ridotto il divario con il resto d'Italia.

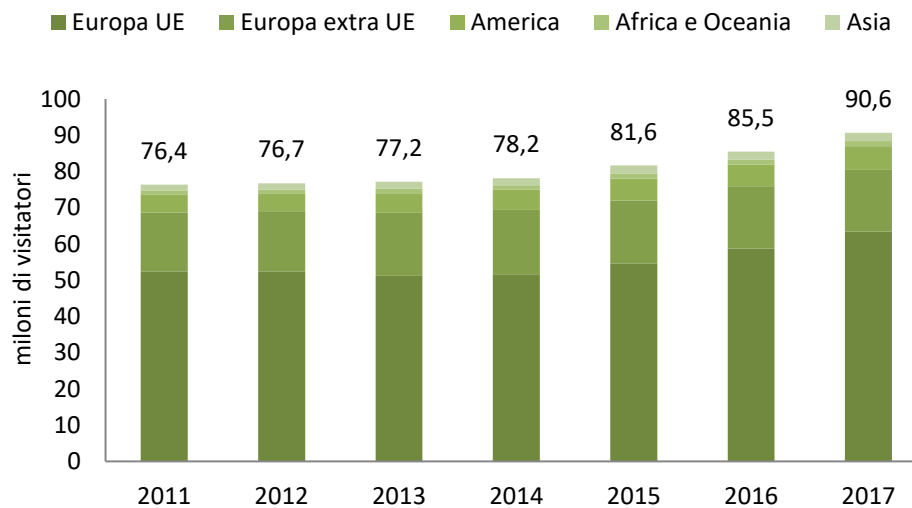
Nel confronto internazionale il gap italiano sull'online rimane ancora ampio, seppur in leggera riduzione rispetto allo scorso anno. La Torre Eiffel evidenzia prestazioni ben più alte del migliore sito storico-artistico italiano. Il divario è ampio anche nei confronti della Torre di Londra, mentre il Museo del Prado ha prestazioni in linea con il Museo Egizio.

Se l'offerta digitale del nostro patrimonio storico-artistico si adegua agli standard degli altri paesi europei l'industria turistica italiana potrebbe avere un notevole impulso. Una migliore offerta digitale favorirebbe un turismo di qualità, che informato meglio sull'immense opportunità che il nostro paese propone non si soffermerebbe solo su alcune gettonatissime attrazioni. Al riguardo è da notare che la spesa media per turista è contenuta, evidenziando il fatto che prevale ancora il cosiddetto turismo mordi-e-fuggi.

1. Turisti stranieri in Italia

Nel 2017 il flusso di turisti esteri che hanno scelto come meta l'Italia è ulteriormente aumentato. Dai circa 85,5 milioni di visitatori del 2016 si è passati a 90,6 milioni, un incremento di 5 milioni di turisti pari ad un tasso di crescita del 6%. Lo scorso anno il maggior afflusso era stato di 4 milioni di visitatori, in crescita del 4,8% (grafico 1).

Grafico 1. Numero di turisti che hanno varcato le frontiere per visitare l'Italia
Classificazione in base al continente di provenienza

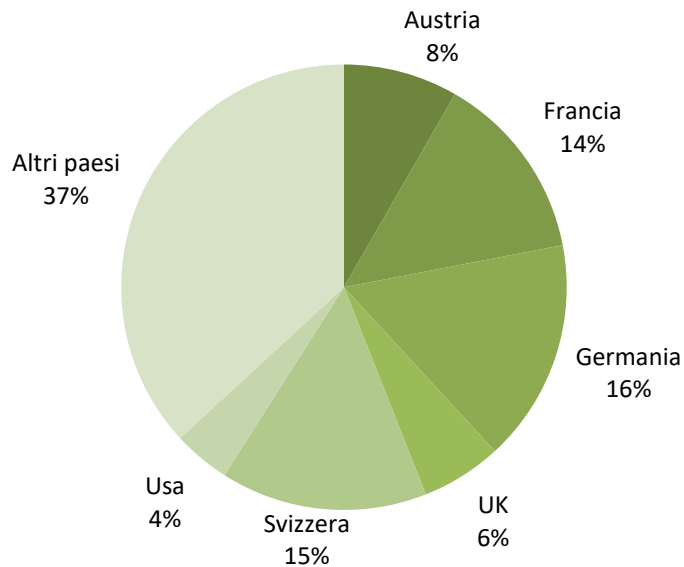


Fonte: elaborazioni BEM Research su dati Banca d'Italia.

Il maggior numero di turisti stranieri proviene dai paesi appartenenti all'Unione Europea (circa 63,4 milioni nel 2017), con una crescita del 7,9% rispetto al 2016. Dai paesi europei non appartenenti all'Unione sono giunti circa 17 milioni di turisti, con una tendenza in leggera riduzione (-0,4%; -1% l'anno precedente). In netto aumento i turisti provenienti dal continente americano (+7,9%), che nel complesso sono stati pari a circa 6,5 milioni. Anche dall'Asia, quarta area per provenienza con circa 2,2 milioni di turisti, la tendenza è in aumento (+0,7%). Infine, dai due restanti continenti, Africa e Oceania, il flusso di turisti è stato pari a 1,4 milioni, in aumento del 7,9% rispetto al 2016 (-3,4% l'anno precedente).

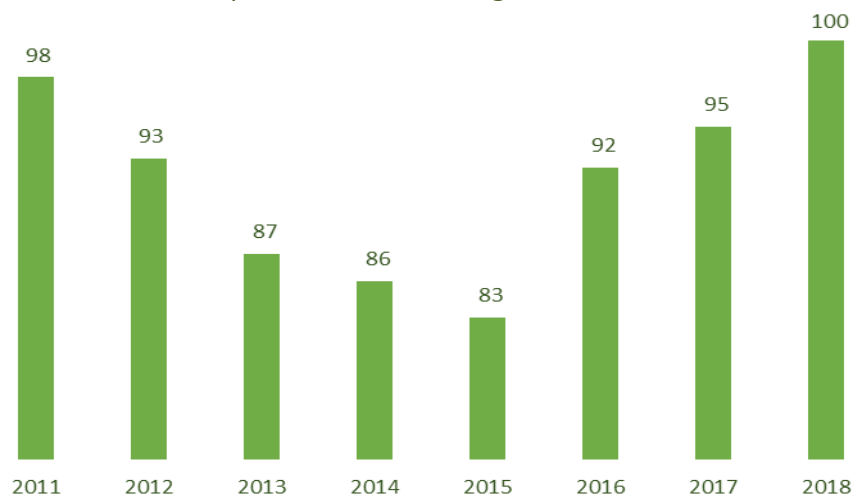
Nel dettaglio per singola nazione, si riscontra che nel 2017 il maggior afflusso di turisti proviene dalla **Germania** (16%, un punto in più rispetto all'anno precedente). Seguono gli svizzeri (15%), francesi (14%) e austriaci (8%). Regno Unito e Usa pesano sul flusso turistico di stranieri per il 6 e il 4% rispettivamente (grafico 2).

Grafico 2. Numero di turisti che hanno varcato le frontiere per visitare l'Italia
Composizione percentuale in base alla nazione



Fonte: elaborazioni BEM Research su dati Banca d'Italia.

Grafico 3. Interesse globale del web sull'Italia come destinazione turistica
Numeri indice relativi al primo semestre di ogni anno - massimo interesse = 100



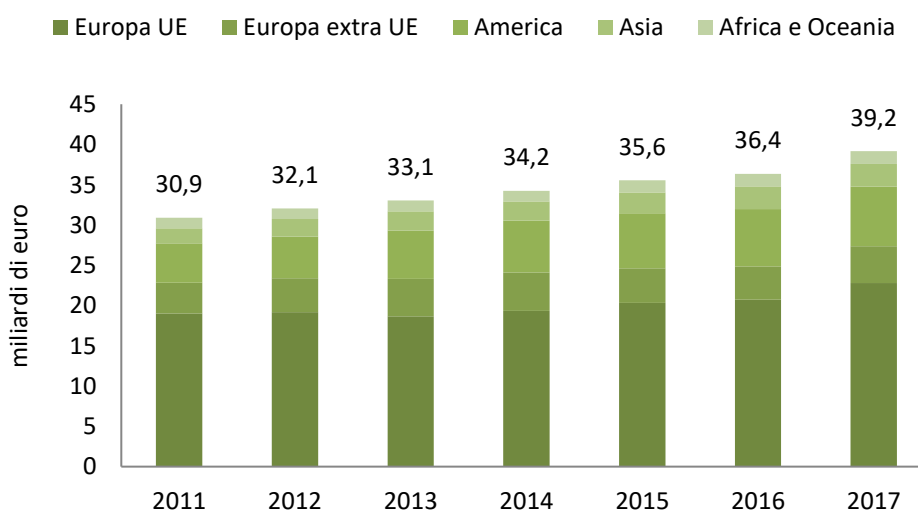
Fonte: elaborazioni BEM Research su dati Google Trends.

Le indicazioni che offre il web segnalano che anche nella prima parte del 2018 dovrebbe essere continuato il trend positivo in termini di afflusso di turisti. Guardando alle ricerche effettuate su Google, a livello globale, sull'Italia come destinazione turistica vedono infatti una tendenza crescente (grafico 3).

La spesa complessivamente sostenuta dai turisti stranieri è stata pari a 39,2 miliardi di euro nel 2017, in crescita di 2,8 miliardi rispetto all'anno precedente e di oltre 8 miliardi rispetto al 2011. In termini percentuali l'incremento è stato pari al 7,7%, in accelerazione rispetto all'anno precedente (+2,3%).

Il 58% della spesa, pari a circa 22,8 miliardi, è sostenuta dai turisti provenienti dall'Unione Europea. Seguono America (7,4 miliardi) e i paesi non appartenenti all'Unione Europea (4,6 miliardi). Sostanzialmente stabile la tendenza di consumo da parte dei turisti asiatici (+0,5%) e di quelli proveniente da Oceania e Africa (-0,2%; grafico 4).

Grafico 4. Spesa dei turisti che hanno varcato le frontiere per visitare l'Italia
Classificazione in base al continente di provenienza

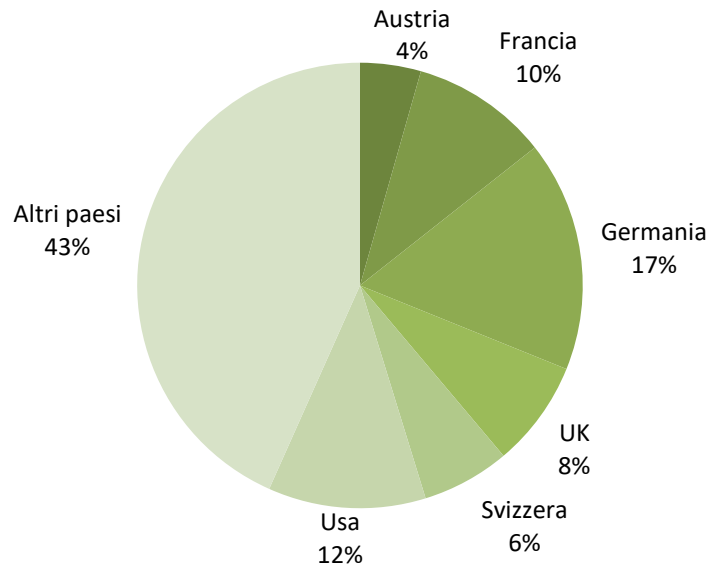


Fonte: elaborazioni BEM Research su dati Banca d'Italia.

A livello di singolo paese sono i tedeschi quelli che spendono di più in Italia (17% della spesa complessiva dei turisti stranieri; era il 16% nel 2016 e il 15% nel 2015),

seguiti dagli statunitensi (12%) e dai francesi (10%). Seguono gli inglesi (8%), gli svizzeri (6%) e gli austriaci (4%) (grafico 5).

Grafico 5. Spesa dei turisti che hanno varcato le frontiere per visitare l'Italia
Composizione percentuale in base alla nazione



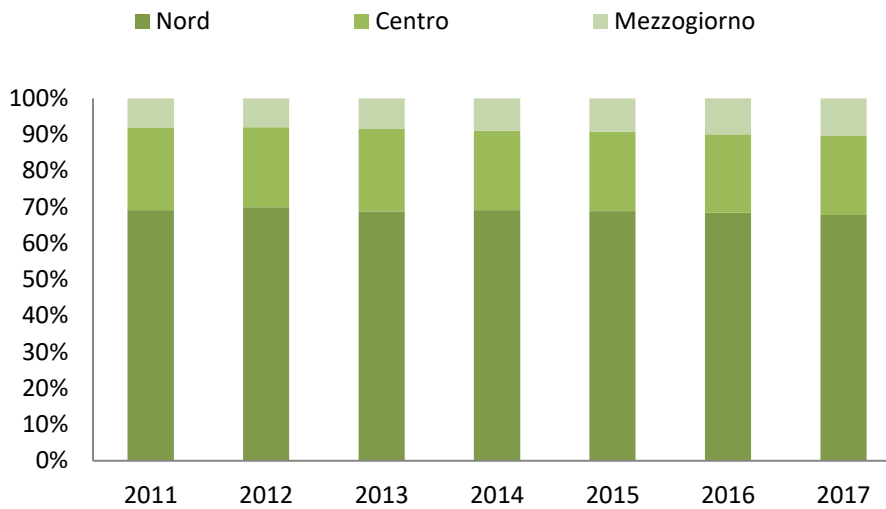
Fonte: elaborazioni BEM Research su dati Banca d'Italia.

Combinando le informazioni circa il numero di viaggiatori dall'estero e la spesa da loro sostenuta, si rileva che la spesa media per turista straniero è aumentata nel 2017, passando da 425 euro a 432 euro (variazione del +1,6%). Negli anni passati era stata leggermente più alta: 436 euro nel 2015 e 438 nel 2014.

1.1. Le mete preferite dai turisti stranieri

Guardando alle mete preferite dagli stranieri si osserva come il Nord d'Italia risulti ancora il favorito. Nel 2017 il 68% degli stranieri ha scelto il Nord, il 21% il Centro e il 10% il Mezzogiorno (grafico 6). L'area geografica che ha mostrato il maggior dinamismo nell'ultimo anno è il Sud, i cui visitatori sono cresciuti dell'8% (+19% nell'anno precedente), contro il +2% del Centro-Nord.

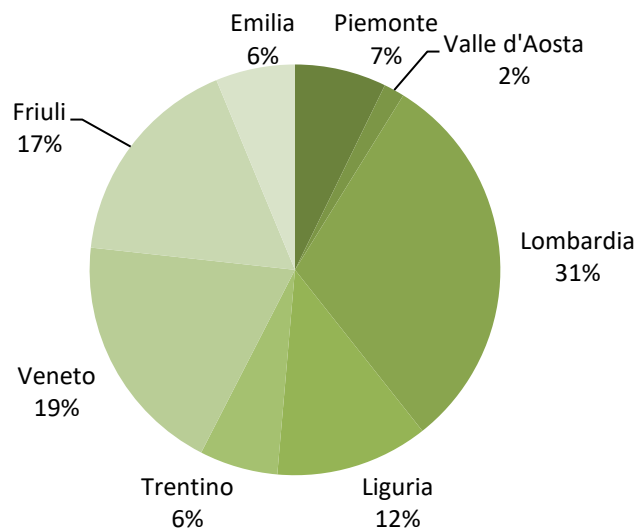
Grafico 6. Numero di turisti stranieri in Italia
Composizione percentuale in base alla regione di destinazione



Fonte: elaborazioni BEM Research su dati Banca d'Italia.

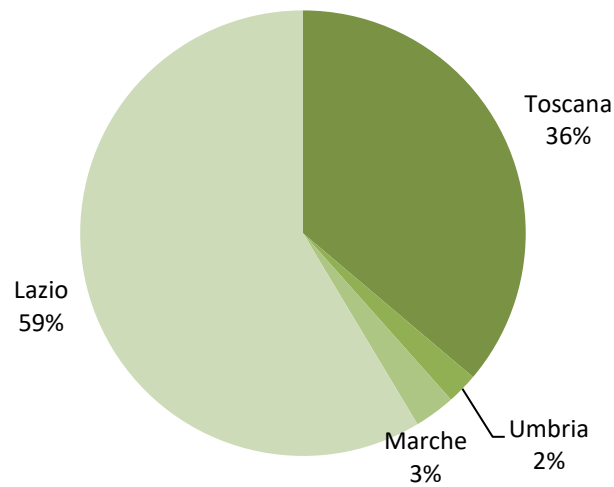
Nel Nord la regione preferita dagli stranieri anche nel 2017 continua ad essere la Lombardia. Il 31% dei turisti stranieri ha scelto una località di questa regione per trascorrere delle vacanze nel Nord (32% nel 2016), il 19% il Veneto (in calo di un punto), il 17% il Friuli-Venezia Giulia (grafico 7).

Grafico 7. Numero di turisti stranieri nel Nord Italia
Composizione percentuale per regione



Fonte: elaborazioni BEM Research su dati Banca d'Italia.

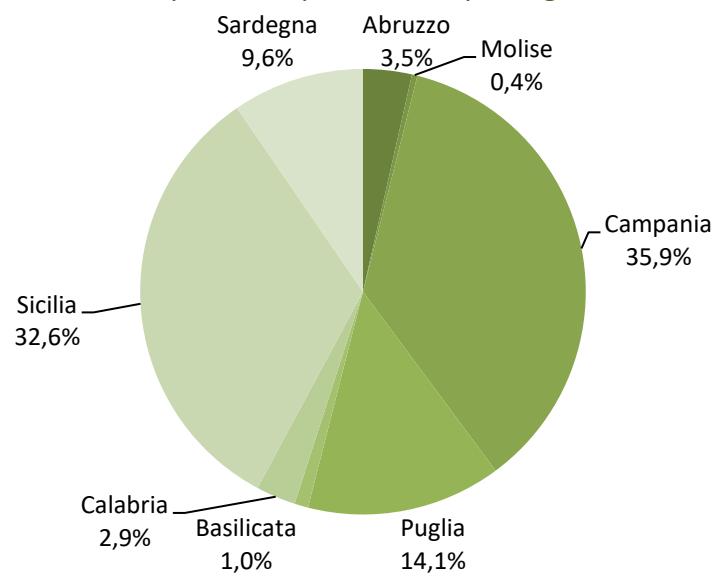
Grafico 8. Numero di turisti stranieri nel Centro Italia
Composizione percentuale per regione



Fonte: elaborazioni BEM Research su dati Banca d'Italia.

Nel Centro la regione più gettonata nel 2017, con il 59% dei turisti stranieri, è stata il Lazio. La quota del Lazio è aumentata di 7 punti percentuali rispetto all'anno precedente. La Toscana è al 36% (41% nel 2016), mentre Marche e Umbria hanno quote ben più contenute (grafico 8).

Grafico 9. Numero di turisti stranieri nel Sud Italia
Composizione percentuale per regione

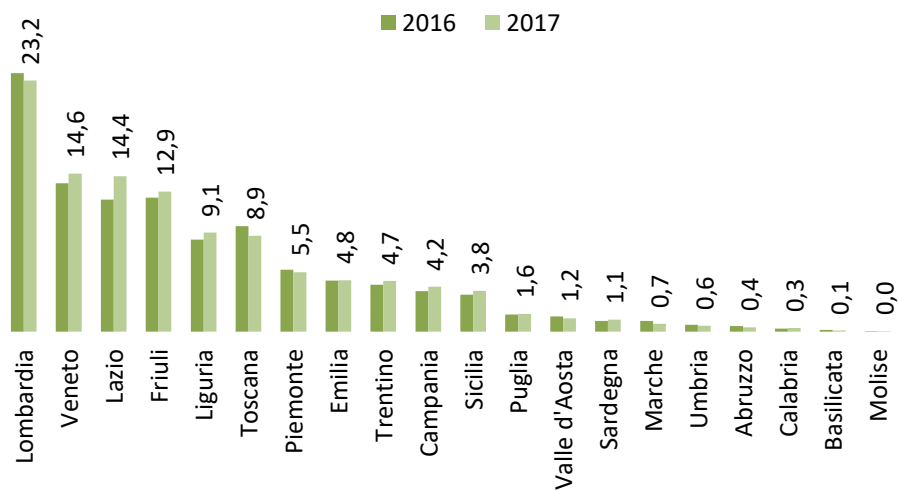


Fonte: elaborazioni BEM Research su dati Banca d'Italia.

Nel Mezzogiorno Campania e Sicilia hanno aumentato ulteriormente le loro quote di afflusso di turisti stranieri, pari rispettivamente al 36 e il 33%. Seguono la Puglia, con il 14%, e la Sardegna, con il 10% (grafico 9).

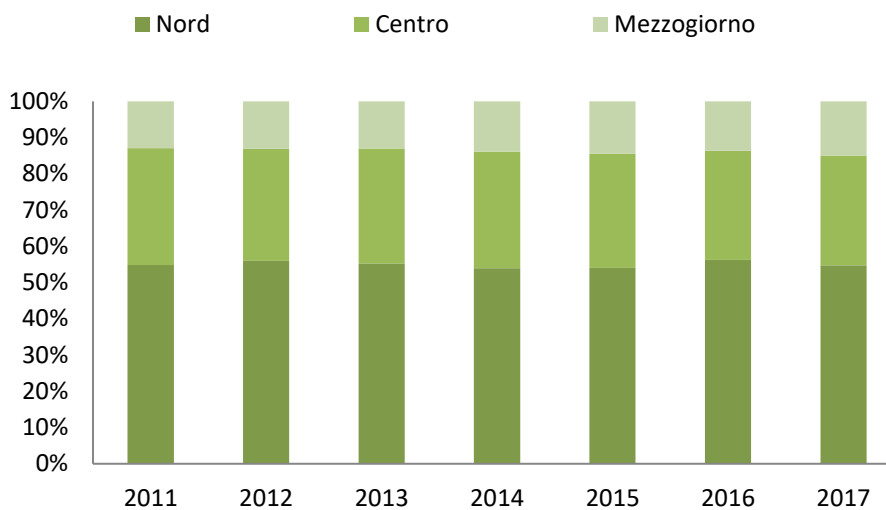
Nel complesso, la Lombardia, con 23,2 milioni di turisti, è la regione più visitata dagli stranieri secondo le statistiche relative al 2017 (-700 mila visitatori rispetto all'anno precedente). Segue il Veneto (14,6 milioni) e il Lazio (14,4 milioni), che riscavalca nella terza posizione il Friuli. In coda alla classifica Molise, Basilicata e Calabria (grafico 10). In termini di tassi di variazione, la performance migliore si è registrata in Calabria, con un incremento del 19,7%, e nel Lazio (+17,8%). Negativa invece la dinamica per Basilicata (-32%), Marche (-26%), Abruzzo (-21%) e Umbria (-14,6%). Complice della flessione di queste tre ultime regioni sono gli effetti del terremoto che ha colpito queste aree.

Grafico 10. Numero di turisti stranieri in Italia
Classificazione in base alla regione di destinazione – in milioni di visitatori



Fonte: elaborazioni BEM Research su dati Banca d'Italia.

Grafico 11. Spesa dei turisti stranieri in Italia
Composizione percentuale in base alla regione di destinazione



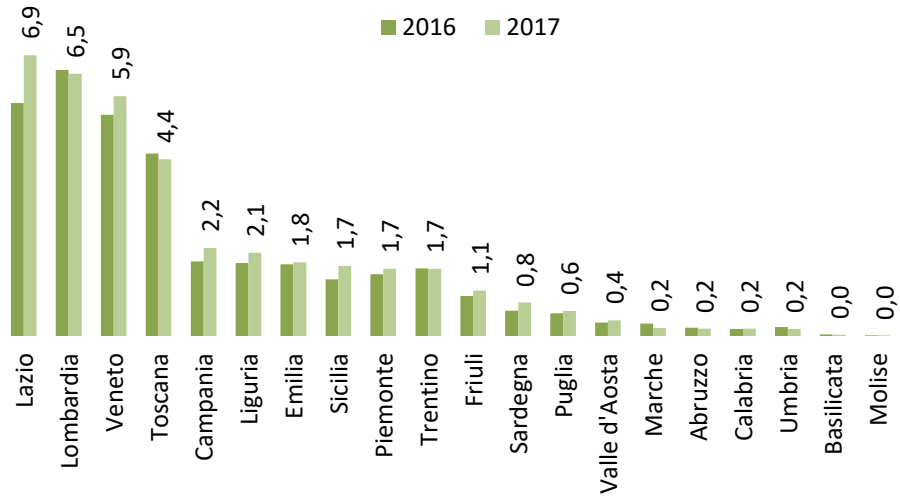
Fonte: elaborazioni BEM Research su dati Banca d'Italia.

In termini di composizione della spesa sostenuta dai turisti stranieri la ripartizione per macro aree geografiche vede differenze più contenute. Ancora una volta primeggia il Nord, che si è accaparrato il 55% della spesa complessiva sostenuta dai turisti stranieri nel corso del 2017 (56% nel 2015). Al Centro è andato il 30% (invariata rispetto all'anno precedente), mentre al Mezzogiorno il restante 15 per cento (grafico 11). In termini di tassi di variazione il Sud ha registrato un aumento del 19%, +8% per il Centro e +5% per il Nord.

In termini di spesa il Lazio si riprende la prima posizione, persa lo scorso anno a favore della Lombardia, con 6,9 miliardi di euro complessivi (+1,2 miliardi). In leggera flessione la spesa in Lombardia, mentre aumenta fino a 5,9 miliardi quella in Veneto (5,5 nel 2016). Chiudono la classifica Molise, Basilicata, Umbria, Calabria, Abruzzo e Marche (grafico 12).

Grafico 12. Spesa dei turisti stranieri in Italia

Classificazione in base alla regione di destinazione – in milioni di euro



Fonte: elaborazioni BEM Research su dati Banca d'Italia.

2. Offerta digitale dei musei italiani

Come per il Rapporto e-tourism del 2016 e 2017, anche in questa edizione 2018 abbiamo realizzato un'analisi volta a individuare i siti web di musei o aree archeologiche che hanno le migliori prestazioni sul web e che sono più predisposti a interfacciarsi con i visitatori in modo virtuale. Nello specifico, sono stati presi in considerazione quei musei o aree archeologiche, normalmente con ingresso a pagamento, che hanno attratto più visitatori. In aggiunta, abbiamo anche considerato le attrazioni storico-artistiche più visitate nei principali paesi europei al fine di avere un parametro di confronto internazionale.

Il perimetro di ricerca ha riguardato il sito storico-artistico, statale e a pagamento, più visitati in ognuna delle 20 regioni italiane desunto dalle statistiche diffuse dal Ministero dei Beni Culturali. Per Sicilia, Trentino-Alto Adige e Valle d'Aosta, data l'assenza di tale informazione, il sito più visitato è stato individuando incrociando le informazioni fornite dalle singole regioni con quelle del gradimento degli utenti desumibile da TripAdvisor. Sul fronte europeo abbiamo considerato i siti di interesse storico-artistico più visitati di Londra, Madrid e Parigi, capitali rispettivamente del Regno Unito, Spagna e Francia. Nel complesso, quindi, abbiamo preso in considerazione 23 diversi musei/aree archeologiche (20 italiani e 3 stranieri). L'elenco completo dei siti è riportato nella tabella 1.

Tabella 1. Attrazioni storico-artistiche statali più visitate nelle singole regioni italiane e nei principali paesi europei

Attrazioni storico-artistiche	Regione/Nazione	Città
Museo d'Arte Sacra della Marsica	Abruzzo	Celano
Museo Archeologico Nazionale del Melfese Massimo Pallottino	Basilicata	Melfi
Museo Archeologico di Reggio Calabria	Calabria	Reggio Calabria
Sito Archeologico di Pompei	Campania	Pompei
Basilica di Sant' Apollinare in Classe	Emilia Romagna	Ravenna
Museo del Castello di Miramare	Friuli Venezia Giulia	Trieste
Colosseo - Foro Romano – Palatino	Lazio	Roma
Galleria di Palazzo Reale	Liguria	Genova
Cenacolo Vinciano	Lombardia	Milano
Rocca di Gradara	Marche	Gradara
Santuario Italoico	Molise	Pietrabbondante
Museo Egizio	Piemonte	Torino
Castel del Monte	Puglia	Andria
Area Archeologica di Tharros	Sardegna	San Giovanni di Sinis
Valle dei Templi	Sicilia	Agrigento
Galleria degli Uffizi	Toscana	Firenze
Giardini di Castel Trauttmansdorff	Trentino-Alto Adige	Merano
Galleria Nazionale dell'Umbria	Umbria	Perugia
Forte di Bard	Valle d'Aosta	Bard
Museo Archeologico Nazionale di Venezia	Veneto	Venezia
Torre di Londra	Regno Unito	Londra
Museo del Prado	Spagna	Madrid
Torre Eiffel	Francia	Parigi

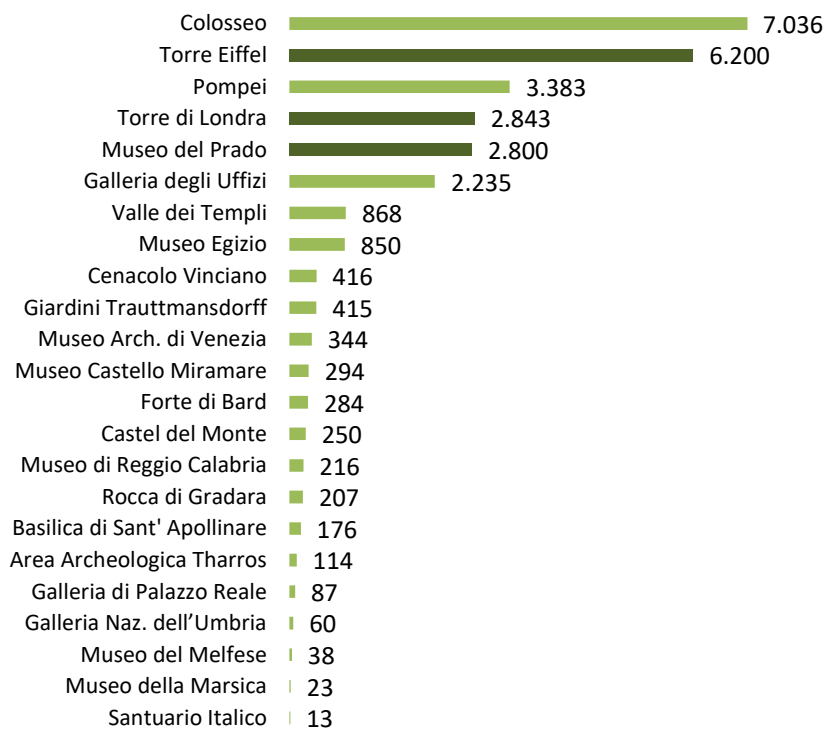
Fonte: Ministero dei Beni Culturali e fonti varie.

Tra i 23 considerati, l'area archeologica del Colosseo-Foro Romano-Palatino, con circa 7 milioni di visitatori nel 2017, risulta essere quella ad aver registrato il maggior numero di accessi (grafico 13). La Tour Eiffel, con 6,2 milioni di accessi, mantiene la seconda posizione. Più staccata Pompei, che con circa 3,4 milioni di visitatori è terza in classifica. Segue poi la Torre di Londra (2,8 milioni) che per poche migliaia di visitatori scavalca il Museo del Prado di Madrid. Nel complesso i 20 siti italiani considerati hanno attirato nel 2017 circa 17,3 milioni di visitatori, in aumento del 7% rispetto all'anno prima (+4,5% nel 2016), che in termini assoluti equivalgono a più di un milione di

accessi, 50 milioni se si considera la totalità degli oltre 400 musei/siti archeologici/monumenti statali.

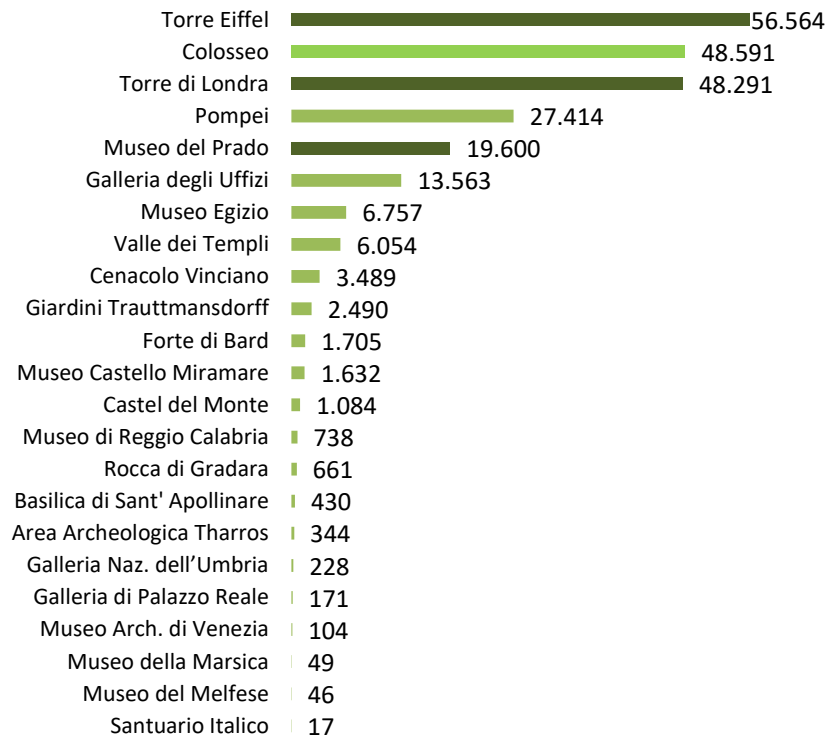
In termini di introiti, la Torre Eiffel, con quasi 57 milioni di euro di incassi dai biglietti, è ancora in testa alla classifica (grafico 14). L'area archeologica del Colosseo (48,6 milioni di euro; +4,2 milioni rispetto al 2016) supera per poche migliaia di euro la Torre di Londra (48,3 milioni), scavalcandola nella graduatoria. Pompei registra incassi per 27,4 milioni di euro (+0,7 milioni rispetto al 2016), mentre il Museo del Prado si aggira intorno ai 19,6 milioni, stabile rispetto all'anno precedente.

Grafico 13. Principali siti storico-artistici statali – numero di accessi
(in migliaia – dati relativi al 2017)



Fonte: elaborazioni e stime BEM Research su dati Ministero dei Beni Culturali e fonti varie.

Grafico 14. Principali siti storico-artistici statali – introiti
(in migliaia – dati relativi al 2017)



Fonte: elaborazioni e stime BEM Research su dati Ministero dei Beni Culturali e fonti varie.

2.1. La metodologia di analisi

Ognuno dei 23 siti storico-artistici elencati in precedenza è stato valutato secondo quattro diversi blocchi di riferimento:

- A. prestazione del sito web;
- B. gradimento su Facebook;
- C. interazione su TripAdvisor;
- D. disponibilità e utilità dell'applicazioni per dispositivi mobili.

Per valutare il primo blocco, ovvero prestazioni e fruibilità del sito web di musei/aree archeologiche, sono stati presi in considerazione i tempi di caricamento delle pagine, che prescindono dalla velocità di connessione, e il grado di usabilità, entrambi valutati sia per i tradizionali computer sia attraverso i dispositivi mobili (smartphone o tablet).

Pagine web troppo lente nell'aprirsi, soprattutto quando l'utente è in mobilità e quindi ha meno tempo a disposizione, inducono ad abbandonare la ricerca di informazioni. Stesso effetto viene indotto sugli utenti quando questi si trovano a utilizzare siti web poco usabili, dove è difficile reperire informazioni, dove non è chiaro quali siano i link utili e gli oggetti grafici non sono facilmente consultabili, soprattutto per schermi di ridotte dimensioni. Inoltre, è stato considerato come parametro di valutazione la **disponibilità sul sito web di pagine in lingua straniera, parametro di fondamentale importanza se si vogliono attirare visitatori dall'estero**. Nello specifico sono state considerate quattro lingue straniere: inglese, spagnolo, francese e tedesco (per i siti web delle attrazioni estere è stata valutata la presenza dell'italiano).

L'indice di gradimento su Facebook, il principale social network utilizzato in Italia e negli altri paesi occidentali, considera il numero di "mi piace" rilasciati sulla pagina ufficiale del museo/area archeologica per ogni visitatore. Presupposto fondamentale per valutare il gradimento sui social è quindi che il sito storico-artistico abbia una pagina ufficiale su Facebook e che questa non sia una mera vetrina, ma che offra informazioni utili per i potenziali visitatori. Un più ampio gradimento sui social network può facilitare un maggior afflusso di turisti.

L'indice di interazione su TripAdvisor è valutato attraverso due diversi parametri. In primo luogo, sono state considerate il numero di recensioni per ogni visitatore registrate nel 2017. Siti turistici con più recensioni, a prescindere dal giudizio fornito, attirano di più l'attenzione perché dimostrano di essere una meta turistica molto gettonata. **L'altro parametro considerato è il voto attribuito al museo/sito archeologico dagli utenti che hanno rilasciato una recensione**. Nello specifico è stata considerata l'incidenza dei giudizi positivi rispetto al totale dei giudizi rilasciati. Siti turistici che ottengono un maggior numero di recensioni positive hanno una più alta probabilità di incrementare il numero di visitatori.

Con riguardo al quarto e ultimo blocco, relativo alle applicazioni per dispositivi mobili, si è verificato se il museo/sito archeologico dispone di un'applicazione ufficiale che offra informazioni utili ai turisti. Per quelle attrazioni turistiche che si sono dotate di un'app sono stati presi in considerazione tre diversi parametri¹:

- i. il giudizio offerto dagli utenti che hanno scaricato l'app, ponderato per la numerosità dei giudizi rilasciati ogni mille abitanti (ottime recensioni rilasciate però da pochi utenti hanno una minore importanza);
- ii. la frequenza degli aggiornamenti dell'app (app aggiornate più frequentemente sono valutate positivamente);
- iii. il numero di download² ogni mille visitatori nel corso del 2017 (le app più scaricate sono quelle ritenute più utili).

2.2. Risultati: prestazioni dei siti web

Il sito storico-artistico statale che risulta avere le migliori prestazioni sul web è il Museo Egizio che rispetto allo scorso anno scala diverse posizioni in graduatoria. Il Cenacolo Vinciano perde la prima posizione e si attesta al secondo posto. La Valle dei Templi di Agrigento è in terza posizione. Seguono la Basilica di Sant' Apollinare in Classe (Ravenna) e la Rocca di Gradara (tabella 2). Tra le principali attrazioni italiane la Galleria degli Uffizi di Firenze si attesta in 6a posizione e gli scavi di Pompei in 13a. L'area archeologica del Colosseo-Foro Romano-Palatino è invece ultima, con una perdita di quattro posizioni rispetto al 2016. In coda si trovano anche il Museo Archeologico di Venezia e la Galleria Nazionale dell'Umbria.

¹ Sono state considerate esclusivamente le applicazioni sviluppate per Android, software creato da Google, ovvero il sistema operativo per smartphone e altri dispositivi mobili più diffuso al mondo.

² Come numero di download è stato considerato il valore mediano di installazioni desumibile dall'intervallo indicato su Google Play Store.

Tabella 2. Principali siti storico-artistici statali – prestazioni siti web
(100 migliore prestazione per l'Italia)

Musei italiani	Prestazioni siti web		Velocità di caricamento		Usabilità		Multilingua	
	indice	rank	indice	rank	indice	rank	indice	rank
Museo Egizio	100	(1)	63	(8)	89	(3)	100	(1)
Cenacolo Vinciano	99	(2)	70	(6)	72	(12)	100	(1)
Valle dei Templi	90	(3)	83	(4)	100	(1)	75	(4)
Basilica di Sant' Apollinare	82	(4)	64	(7)	83	(5)	75	(4)
Rocca di Gradara	79	(5)	1	(19)	60	(17)	100	(1)
Galleria degli Uffizi	58	(6)	93	(3)	100	(1)	25	(8)
Museo della Marsica	57	(7)	100	(1)	83	(5)	25	(8)
Giardini Trauttmansdorff	54	(8)	29	(14)	74	(11)	50	(6)
Santuario Italico	50	(9)	79	(5)	76	(9)	25	(8)
Forte di Bard	48	(10)	11	(17)	63	(16)	50	(6)
Castel del Monte	48	(11)	60	(9)	87	(4)	25	(8)
Area Archeologica Tharros	46	(12)	57	(10)	80	(7)	25	(8)
Pompei	37	(13)	39	(13)	58	(20)	25	(8)
Museo del Melfese	36	(14)	96	(2)	64	(15)	0	(17)
Galleria di Palazzo Reale	34	(15)	19	(16)	68	(13)	25	(8)
Museo di Reggio Calabria	30	(16)	10	(18)	60	(18)	25	(8)
Museo Castello Miramare	27	(17)	0	(20)	59	(19)	25	(8)
Galleria Naz. dell'Umbria	25	(18)	43	(11)	79	(8)	0	(17)
Museo Arch. di Venezia	23	(19)	40	(12)	76	(9)	0	(17)
Colosseo	19	(20)	29	(14)	67	(14)	0	(17)
Media Italia	52		49		75		39	
Torre di Londra	112		93		108		100	
Torre Eiffel	102		71		86		100	
Museo del Prado	50		69		88		25	

Fonte: elaborazioni e stime BEM Research su dati Google.

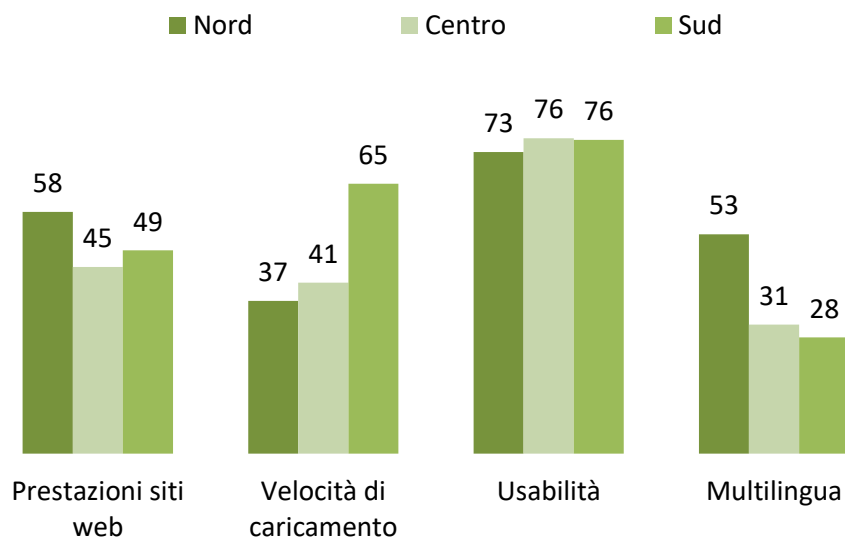
Analizzando le singole componenti dell'indice delle prestazioni dei siti web si rileva che il Museo della Marsica ha le migliori performance in termini di velocità di caricamento. Il Museo del Melfese e la Galleria degli Uffizi seguono in seconda e terza posizione. Più lenti sono i siti web del Museo del Castello di Miramare, della Rocca di Gradara e del Museo Archeologico di Reggio Calabria.

In termini di usabilità la Valle dei Templi e la Galleria degli Uffizi mostrano le migliori prestazioni. Segue il Museo Egizio. Chiude la classifica il sito archeologico di Pompei.

L'ultimo indicatore, che segnala la disponibilità sui siti web di pagine in lingua straniera, vede in testa il Museo Egizio, il Cenacolo Vinciano e la Rocca di Gradara, che propongono ai loro utenti molteplici lingue. Rispetto all'anno passato è rimasto invariato il numero di siti web che propongono contenuti solo in italiano.

Nel complesso musei e aree archeologiche del Nord continuano a mostrare le migliori prestazioni sul web, anche se in peggioramento rispetto all'anno passato. Migliorano invece sia il Centro che il Mezzogiorno, che quindi sono riuscite a ridurre il divario con il Nord. Il Centro-Sud risulta in generale essere in ritardo nella disponibilità di pagine in lingua straniera, mentre su velocità di caricamento e usabilità delle pagine web le performance sono migliori rispetto al Nord (grafico 15).

Grafico 15. Principali siti storico-artistici statali – prestazioni siti web
Classificazione per macro area geografica (100 massima prestazione per l'Italia)



Fonte: elaborazioni e stime BEM Research su dati Google.

Dal confronto internazionale si rileva che la Torre di Londra e la Torre Eiffel registrano performance dei siti web migliori rispetto al Museo Egizio. Il Museo del Prado di Madrid, come già rilevato lo scorso anno, risulta invece essere più deficitario

posizionandolo vicino al livello medio dei siti storico-artistici italiani. Nel complesso i siti italiani risultano aver perso terreno, rispetto alla precedente rilevazione, in termini di prestazioni web nei confronti della concorrenza straniera.

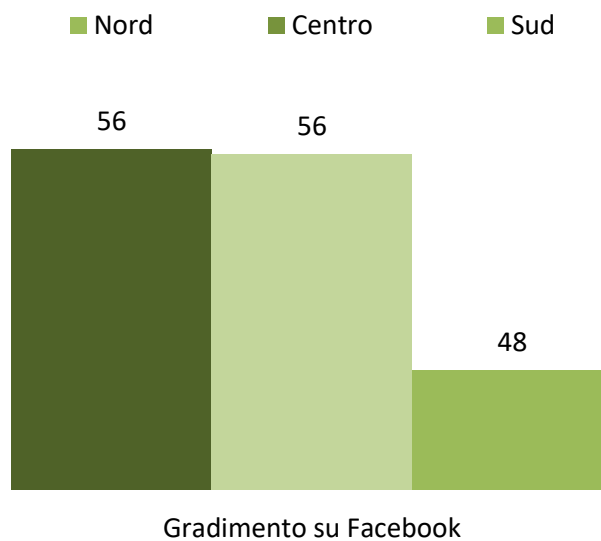
2.3. Risultati: gradimento su Facebook

Rispetto allo scorso anno è ulteriormente aumentato il numero di storico-artistici statali italiani considerati che dispongono di una pagina ufficiale su Facebook. Dalle precedenti 15 attrazioni si è passati a 18 (tabella 3). Ad oggi risultano ancora prive di una pagina ufficiale sul principale social network al mondo sono il Cenacolo Vinciano e il Santuario Italico di Pietrabbondante (Molise).

Il Forte di Brad si conferma essere il sito turistico che riscontra il maggior numero di “like” su Facebook, in proporzione al numero di visitatori del 2017. Si confermano anche la seconda e terza posizione, rispettivamente con il Museo Egizio e con la Galleria Nazionale dell’Umbria a Perugia.

Grafico 16. Principali siti storico-artistici statali – gradimento su Facebook

Classificazione per macro area geografica (100 massima prestazione per l’Italia)



Fonte: elaborazioni e stime BEM Research su dati Facebook.

Tabella 3. Principali siti storico-artistici statali – gradimento su Facebook
(100 migliore prestazione per l'Italia)

Musei italiani	Indice gradimento su Facebook	
	indice	rank
Forte di Bard	100	(1)
Museo Egizio	80	(2)
Galleria Naz. dell'Umbria	69	(3)
Museo di Reggio Calabria	64	(4)
Galleria di Palazzo Reale	58	(5)
Giardini Trauttmansdorff	56	(6)
Museo della Marsica	55	(7)
Area Archeologica Tharros	55	(8)
Pompei	53	(9)
Castel del Monte	53	(10)
Valle dei Templi	52	(11)
Museo del Melfese	52	(12)
Galleria degli Uffizi	52	(13)
Museo Arch. di Venezia	52	(14)
Rocca di Gradara	51	(15)
Museo Castello Miramare	50	(16)
Basilica di Sant' Apollinare	50	(17)
Colosseo	50	(18)
Media Italia	53	
Museo del Prado	99	
Torre Eiffel	95	
Torre di Londra	71	

Fonte: elaborazioni e stime BEM Research su dati Facebook.

Da un punto di vista territoriale, il Centro-Nord ha mostrato un netto miglioramento in termini di gradimento su Facebook rispetto allo scorso anno. Il Mezzogiorno, invece, è rimasto stabile sui livelli dell'ultima rilevazione (grafico 16).

A livello internazionale il Museo del Prado e la Torre Eiffel mostrano un gradimento su Facebook, leggermente inferiore a quello del Forte di Bard. La Torre di Londra è più staccata, anche se con un indice ben superiore alla media italiana.

Il ruolo di Instagram

Anche Instagram inizia a essere **più diffuso rispetto al passato**, sebbene, ad oggi, Facebook resti ancora il più utilizzato dei social. Infatti se consideriamo le attrazioni più gradite su Facebook (Tabella 3), andando a vedere il numero di follower degli account ufficiali Instagram, **la classifica cambia completamente**.

Nelle prime tre posizioni si trovano l'account ufficiale di **Galleria degli Uffizi** con 151 mila follower, seguito da **Pompei** (58 mila) e **Museo Egizio** (28 mila), poi seguono Galleria di Palazzo Reale, Forte di Bard, Galleria nazionale dell'Umbria, Basilica di Sant'Apollinare, il Colosseo, Museo Castello Miramare e Rocca di Gradara.

2.4. Risultati: interazione su TripAdvisor

Il Colosseo scala una posizione rispetto al 2016 evidenziando la più alta interazione su TripAdvisor. Seguono i Giardini Trauttmansdorff e il Santuario Italo. In fondo alla classifica il Museo Archeologico di Venezia, Pompei e il Museo del Melfese (tabella 4). Tra gli altri siti di maggiore interesse la Galleria degli Uffizi si attesta in 12a posizione.

Dal dettaglio delle componenti si rileva che **sulla base dei giudizi positivi derivanti dalle recensioni rilasciate dagli utenti su TripAdvisor è in prima posizione il Colosseo.** Più critici sono invece i giudizi sul Museo Archeologico di Venezia, su Castel del Monte e sul Museo Archeologico di Reggio Calabria. Nel complesso delle attrazioni considerate si rileva una sostanziale stabilità dell'incidenza dei giudizi positivi rilasciata dagli utenti.

L'incidenza delle recensioni rispetto al numero di visitatori del 2017 vede in testa il Cenacolo Vinciano, seguito dal Museo Egizio di Torino e dal Colosseo. Minore attenzione nel rilasciare recensioni è dedicata dai visitatori del Museo Archeologico di Venezia, Museo del Melfese e dell'Area Archeologica di Tharros.

Tabella 4. Principali siti storico-artistici statali – interazione su TripAdvisor

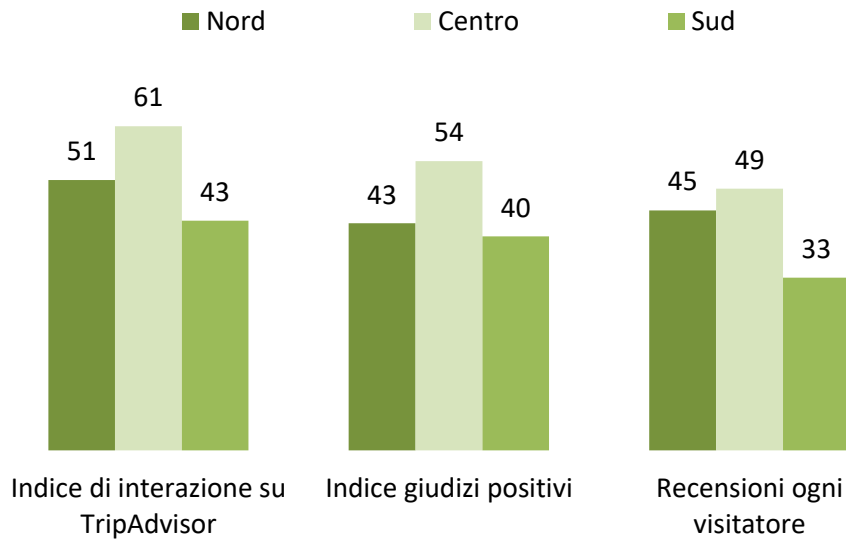
(100 migliore prestazione per l'Italia)

Musei italiani	Indice interazione su TripAdvisor		Indice giudizi positivi		Recensioni ogni visitatore	
	indice	rank	indice	rank	indice	rank
Colosseo	100	(1)	100	(1)	63	(3)
Giardini Trauttmansdorff	80	(2)	98	(2)	24	(16)
Santuario Italoico	80	(2)	90	(3)	37	(12)
Cenacolo Vinciano	76	(4)	42	(8)	100	(1)
Galleria Naz. dell'Umbria	62	(5)	62	(4)	41	(9)
Valle dei Templi	60	(6)	50	(6)	54	(5)
Museo Egizio	60	(6)	31	(13)	83	(2)
Museo della Marsica	56	(8)	45	(7)	52	(6)
Museo Castello Miramare	54	(9)	39	(9)	57	(4)
Basilica di Sant' Apollinare	53	(10)	55	(5)	31	(14)
Galleria di Palazzo Reale	43	(11)	37	(10)	38	(11)
Galleria degli Uffizi	41	(12)	27	(15)	48	(7)
Rocca di Gradara	41	(12)	29	(14)	45	(8)
Museo di Reggio Calabria	32	(15)	23	(18)	35	(13)
Area Archeologica Tharros	32	(15)	35	(11)	16	(18)
Castel del Monte	32	(15)	21	(19)	38	(10)
Forte di Bard	30	(17)	24	(17)	28	(15)
Museo del Melfese	27	(18)	33	(12)	10	(19)
Pompei	27	(18)	26	(16)	19	(17)
Museo Arch. di Venezia	11	(20)	15	(20)	1	(20)
Media Italia	50		44		41	
Museo del Prado	100		102		61	
Torre Eiffel	91		83		70	
Torre di Londra	82		71		69	

Fonte: elaborazioni e stime BEM Research su dati TripAdvisor.

Il Centro si conferma l'area che riesce a evidenziare le migliori interazioni su TripAdvisor rispetto al resto del paese, anche se rispetto all'anno precedente si rileva un peggioramento. In particolare, i giudizi espressi vedono il Centro distanziare sia Nord che Mezzogiorno (grafico 17).

Grafico 17. Principali siti storico-artistici statali – interazioni su TripAdvisor
 Classificazione per macro area geografica (100 massima prestazione per l'Italia)



Fonte: elaborazioni e stime BEM Research su dati TripAdvisor.

Dal confronto con i dati relativi allo scorso anno è aumentato il divario rispetto ai competitors internazionali. Le performance del Museo del Prado sono in linea con quelle del Colosseo, mentre Torre Eiffel e Torre di Londra sono leggermente distanziate rispetto alla testa della classifica.

2.5. Risultati: disponibilità e utilità dell'app

Solo quattro siti storico-artistici statali, sui venti considerati in Italia, dispongono di un'applicazione ufficiale per i dispositivi mobili dotati di sistema operativo Google Android, ovvero Forte di Bard, Galleria di Palazzo Reale di Genova, Rocca di Gradara e il Museo Egizio. L'app contenente informazioni sul Forte di Bard ha le migliori performance in termini di giudizio degli utenti, frequenza di aggiornamento e numero di download (tabella 5).

Il ritardo del Centro-Sud nell'offrire un'esperienza digitale ai visitatori dei propri musei o aree archeologiche permane rispetto allo scorso anno. Solo la Rocca di

Gradara dispone infatti di un'applicazione ufficiale pensata per offrire informazioni/servizi agli utenti.

Tabella 5. Principali siti storico-artistici statali – disponibilità e utilità delle app
(100 migliore prestazione per l'Italia)

Musei italiani	Indice app		Giudizio utenti		Frequenza aggiorn.		Download	
	indice	rank	indice	rank	indice	rank	indice	rank
Forte di Bard	100	(1)	100	(1)	3	(4)	77	(2)
Galleria di Palazzo Reale	84	(2)	48	(3)	4	(3)	100	(1)
Rocca di Gradara	60	(3)	61	(2)	7	(2)	42	(3)
Museo Egizio	28	(4)	0	(4)	100	(1)	0	(4)
Media Italia	14		10		6		11	
Torre Eiffel	575		993		3		28	
Museo del Prado	32		0		100		8	

Fonte: elaborazioni e stime BEM Research su dati Google.

Dal confronto internazionale si può constatare come Torre Eiffel abbia sviluppato un'app ben più apprezzata dai suoi visitatori rispetto alla media italiana. Migliore rispetto alla media anche la prestazione dell'app del Museo del Prado, mentre la Torre di Londra non risulta avere una sua app ufficiale.

2.6. Risultati: indice generale

È il Museo Egizio il sito storico-artistico statale italiano con le migliori prestazioni online mettendo insieme le informazioni relative al web, ai social network, ai siti specializzati nel turismo e alle applicazioni per dispositivi mobili (smartphone e tablet). Il Museo di Torino, sesto nella precedente rilevazione, è riuscito a migliorare la sua posizione grazie soprattutto alle migliori prestazioni del sito web e all'introduzione dell'app dedicata (tabella 6 e grafico 18).

In seconda posizione, come nell'anno precedente, si trova la Valle dei Templi. Al terzo posto il Cenacolo Vinciano, settimo lo scorso anno.

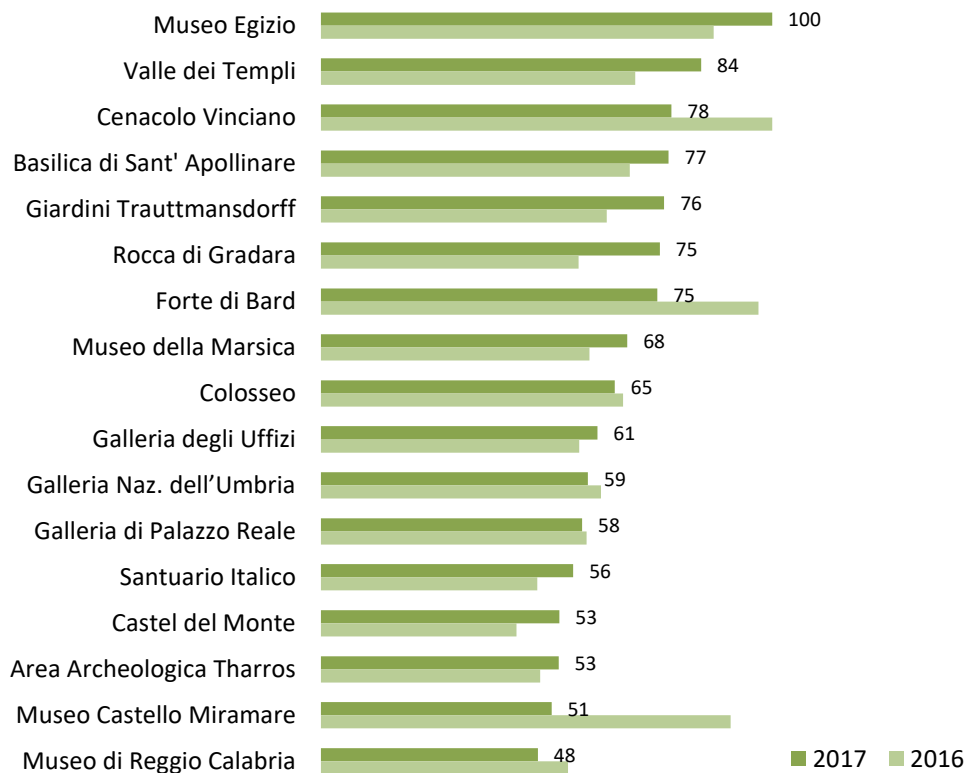
Tabella 6. Principali siti storico-artistici statali – performance online
(100 migliore prestazione per l'Italia)

Indice generale		
Musei italiani	indice	rank
Museo Egizio	100	(1)
Valle dei Templi	84	(2)
Cenacolo Vinciano	78	(3)
Basilica di Sant' Apollinare	77	(4)
Giardini Trauttmansdorff	76	(5)
Rocca di Gradara	75	(6)
Forte di Bard	75	(7)
Museo della Marsica	68	(8)
Colosseo	65	(9)
Galleria degli Uffizi	61	(10)
Galleria Naz. dell'Umbria	59	(11)
Galleria di Palazzo Reale	58	(12)
Santuario Italicò	56	(13)
Castel del Monte	53	(14)
Area Archeologica Tharros	53	(15)
Museo Castello Miramare	51	(16)
Museo di Reggio Calabria	48	(17)
Pompei	46	(18)
Museo del Melfese	45	(19)
Museo Arch. di Venezia	33	(20)
Media Italia	63	
Torre Eiffel	154	
Torre di Londra	109	
Museo del Prado	99	

Fonte: BEM Research

Tra i siti più visitati la Galleria degli Uffizi è 10a (9a nel 2017), il Colosseo 9° (12° in precedenza), mentre gli scavi di Pompei sono al 18° posto (19° nel 2017). Tra i siti considerati chiude la classifica il Museo Archeologico di Venezia.

Grafico 18. Principali siti storico-artistici statali – dinamica della performance online
(valori minimo=0, valore massimo per l'Italia=100)

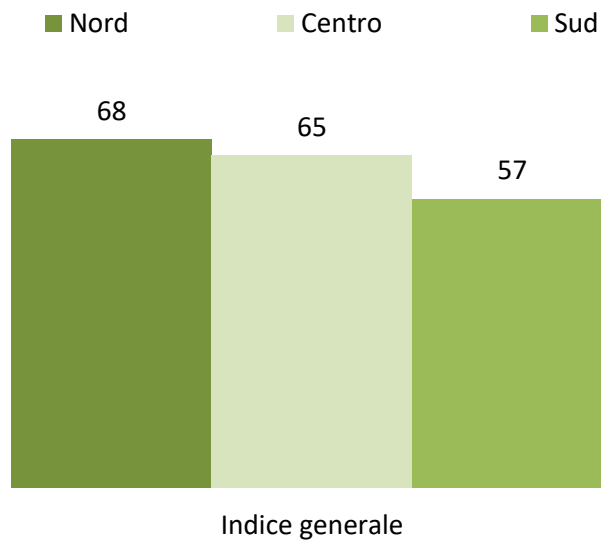


Fonte: BEM Research

Rispetto al 2017 tutte le aree del paese hanno registrato un peggioramento. Il Nord continua ad essere l'area con le più alte prestazioni, seguita a non molta distanza dal Centro. Il Mezzogiorno ha comunque ridotto il divario con il resto d'Italia (grafico 19).

Nel confronto internazionale il gap italiano sull'online rimane ancora ampio, seppur in leggera riduzione rispetto allo scorso anno. La Torre Eiffel evidenzia prestazioni ben più alte del migliore sito storico-artistico italiano. Il divario è ampio anche nei confronti della Torre di Londra, mentre il Museo del Prado ha prestazioni in linea con il Museo Egizio.

Grafico 19. Principali siti storico-artistici italiani statali – performance online
Classificazione in base alla macro area geografica
(valori minimo=0, valore massimo per l'Italia=100)



Fonte: BEM Research



BEM è l'acronimo di Big data, Economics e Marketing online. BEM Research elabora studi nell'ambito dell'economia digitale ed è proprietaria dell'algoritmo BEM Rank®, indice di performance online che esprime la classifica dei migliori brand online su 10 settori economici. È partner dell'AgID - Agenzia per l'Italia Digitale - per la definizione delle Linee guida dei siti web della Pubblica Amministrazione.

Contatti

BEM Research s.r.l.

Big data - Economics - web Marketing

info@bemresearch.it

www.bemresearch.it