



Big data
Economics
web Marketing

RAPPORTO SULL'E-TOURISM

MIGLIORA L'OFFERTA DIGITALE,
CRESCE IL TURISMO

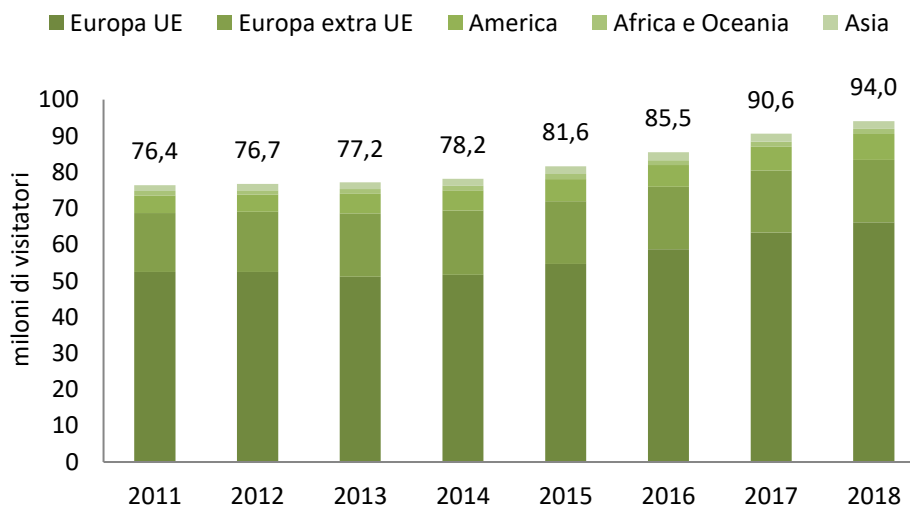


LUGLIO 2019

1. Turisti stranieri in Italia

Nel 2018 il flusso di turisti esteri che hanno scelto come meta l'Italia continua ad evidenziare un trend crescente. Dei circa 91 milioni di visitatori del 2017 si è passati a **94 milioni**, un incremento di oltre 3 milioni di turisti pari ad un tasso di crescita del 3,7%. Lo scorso anno il maggior afflusso era stato di 5 milioni di visitatori, in crescita del 6% (grafico 1).

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



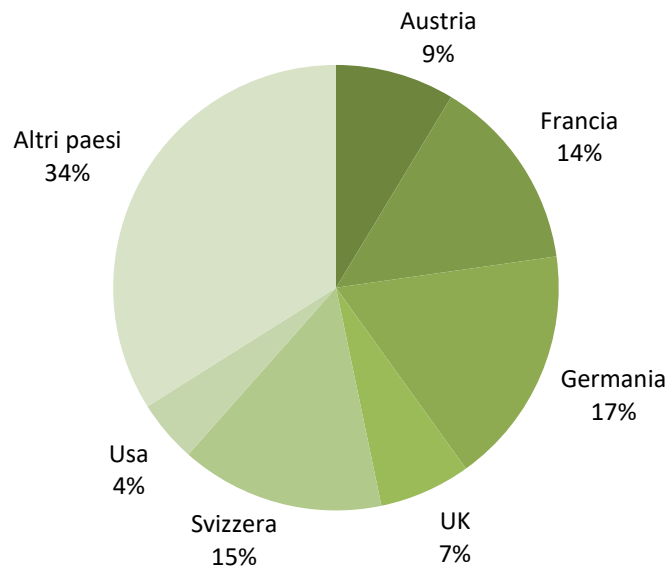
Fonte: elaborazioni BEM Research su dati Banca d'Italia.

Il maggior numero di turisti stranieri proviene dai paesi appartenenti all'Unione Europea (circa 66 milioni nel 2018), con una crescita del 4,3% rispetto al 2017 e di oltre il 25% rispetto 2011. Dai paesi europei non appartenenti all'Unione sono arrivati 17,2 milioni di turisti, con una tendenza in ripresa rispetto alla fase leggermente calante osservata lo scorso anno. In ulteriore aumento sono risultati i turisti provenienti dal continente americano (+9,8%) dopo il già brillante risultato del 2017 (+7,9%). Nel complesso i turisti provenienti dalle Americhe sono stati pari a circa 7,2 milioni. L'Asia, insieme a Oceania e Africa, sono le due uniche aree a mostrare un rallentamento nel 2018, rispettivamente pari al -5,1 e al -2,5%. Nel complesso i turisti provenienti da

queste due aree sono pari a 2,1 e a 1,4 milioni. Rispetto al 2011 si registra in ogni caso una forte crescita per l'Asia (+36%), mentre più moderata è la dinamica dall'Oceania e dall'Africa (+6,2%).

Nel dettaglio per singola nazione, si riscontra che nel 2018 il maggior afflusso di turisti proviene dalla Germania (17%, un punto in più rispetto all'anno precedente e 2 rispetto al 2016). Seguono gli svizzeri (15%), francesi (14%) e austriaci (9%). Regno Unito e Usa pesano sul flusso turistico di stranieri per il 7% 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



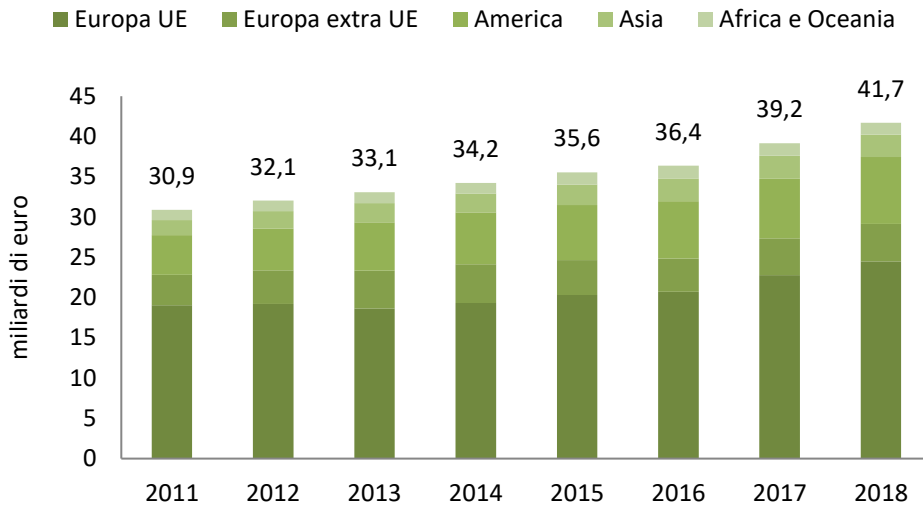
Fonte: elaborazioni BEM Research su dati Banca d'Italia.

La spesa complessivamente sostenuta dai turisti stranieri è stata pari a 41,7 miliardi di euro nel 2018, in crescita di 2,6 miliardi rispetto all'anno precedente e di oltre 10 miliardi rispetto al 2011. In termini percentuali l'incremento è stato pari al 6,5%, in leggera decelerazione rispetto all'anno precedente (+7,7%).

Il 63% della spesa, pari a circa 24,5 miliardi, è sostenuta dai turisti provenienti dall'Unione Europea. Seguono America (8,3 miliardi) e i paesi non appartenenti

all'Unione Europea (4,6 miliardi). In flessione la tendenza di consumo da parte dei turisti asiatici (-2,4%) e di quelli proveniente da Oceania e Africa (-4,6%; grafico 3).

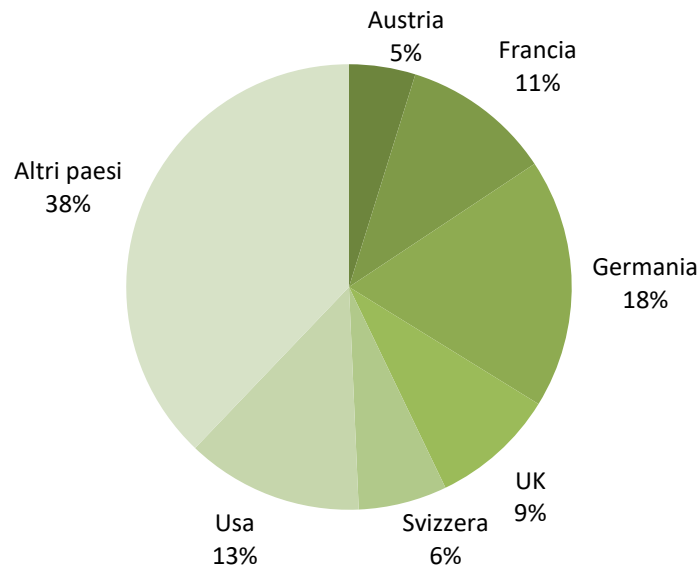
Grafico 3. Spesa dei turisti che hanno varcato le frontiere per visitare l'Italia
Classificazione in base al continente di provenienza



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

A livello di singolo paese sono i tedeschi quelli che spendono di più in Italia (18% della spesa complessiva dei turisti stranieri; era il 17% nel 2017, il 16% nel 2016 e il 15% nel 2015), seguiti dagli statunitensi (13%) e dai francesi (11%). Seguono gli inglesi (9%), gli svizzeri (6%) e gli austriaci (5%) (grafico 4).

Grafico 4. Spesa dei turisti che hanno varcato le frontiere per visitare l'Italia
Composizione percentuale in base alla nazione



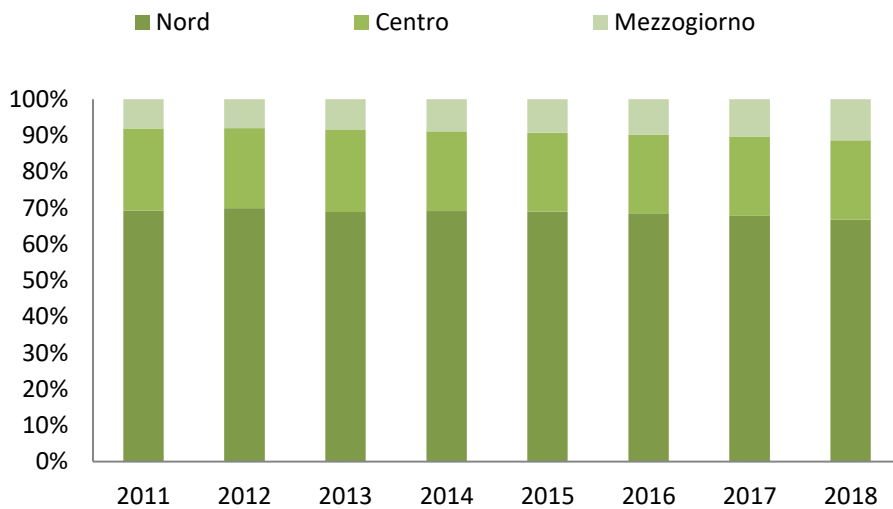
Fonte: elaborazioni BEM Research su dati Banca d'Italia.

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 2018, passando da 432 euro a 444 euro (variazione del +2,7%). Il dato osservato lo scorso anno è il più alto da quando sono disponibili le statistiche di Banca d'Italia (2011).

1.1. Le mete preferite dai turisti stranieri

Il Nord d'Italia continua ad essere la meta preferita dai turisti stranieri. Nel 2018 il 67% degli stranieri ha scelto il Nord (68% nel 2017), il 22% il Centro e l'11% il Mezzogiorno (10% nel 2017; grafico 5). L'area geografica che ha mostrato il maggior dinamismo nell'ultimo anno è il Sud, i cui visitatori sono cresciuti del 15% (+8% nell'anno precedente), contro il +3% del Centro-Nord.

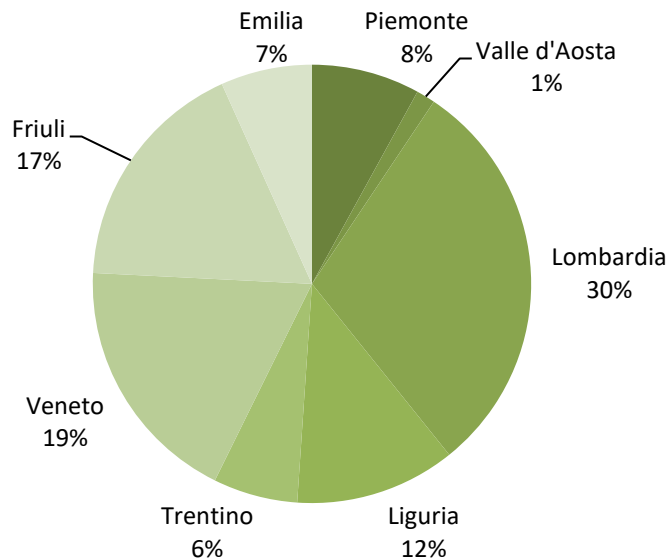
Grafico 5. Numero di turisti stranieri in Italia
Composizione percentuale in base alla regione di destinazione



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

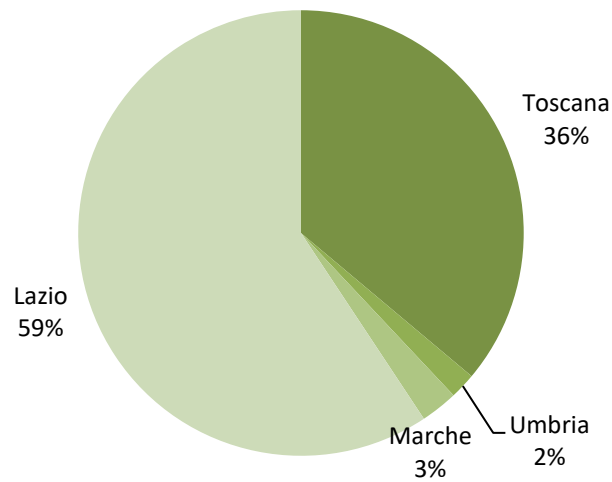
Nel Nord la regione preferita dagli stranieri nel 2018 è ancora una volta la Lombardia. Il 30% dei turisti stranieri ha scelto una località di questa regione per trascorrere delle vacanze nel Nord (31% nel 2017), il 19% il Veneto, il 17% il Friuli-Venezia Giulia (grafico 6).

Grafico 6. Numero di turisti stranieri nel Nord Italia
Composizione percentuale per regione



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

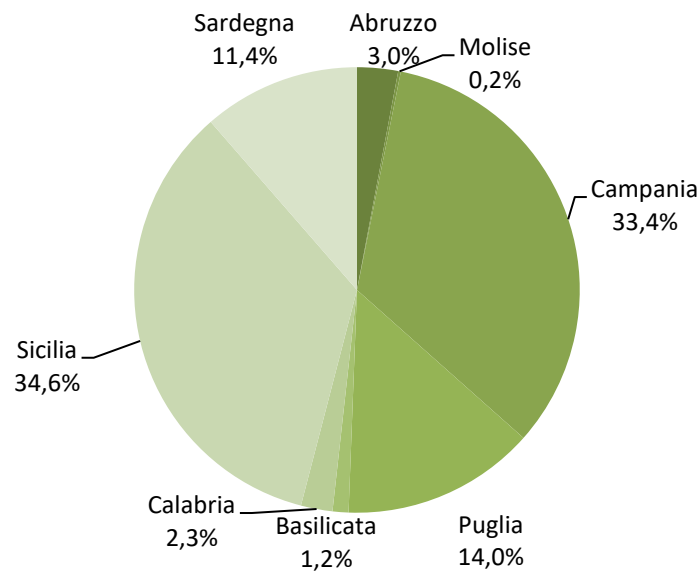
Grafico 7. Numero di turisti stranieri nel Centro Italia
Composizione percentuale per regione



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

Nel Centro la regione più ricercata nel 2018, con il 59% dei turisti stranieri, è stata il Lazio. La quota del Lazio è rimasta invariata rispetto all'anno precedente. La Toscana è al 36% (anch'essa invariata), mentre Marche e Umbria hanno quote ben più contenute (grafico 7).

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



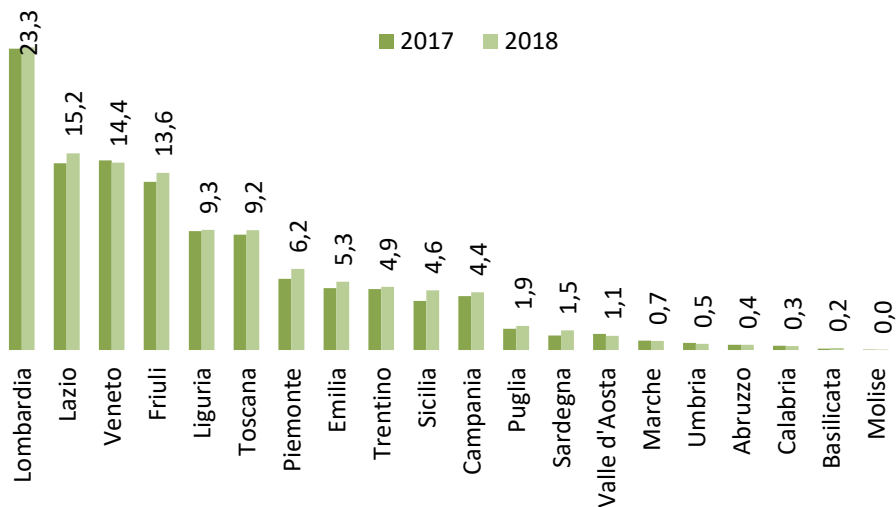
Fonte: elaborazioni BEM Research su dati Banca d'Italia.

Nel Mezzogiorno la Sicilia ha superato la Campania in termini di afflusso di turisti stranieri. La regione insulare si attesta infatti a quasi il 35% (33% nel 2017), mentre la Campania passa dal 36 al 33%. Seguono la Puglia, con il 14%, e la Sardegna, con l'11% (grafico 8).

Nel complesso, la Lombardia, con 23,3 milioni di turisti, è la regione più visitata dagli stranieri secondo le statistiche relative al 2018 (100 mila visitatori in più rispetto all'anno precedente). Segue il Lazio che con 15,2 milioni di visitatori (+800 mila turisti) scavalca il Veneto (14,4 milioni). In coda alla classifica Molise, Basilicata e Calabria (grafico 9). In termini di tassi di variazione, la performance migliore si è registrata in Sardegna, con un incremento del 37%, e in Basilicata (+3%). Negativa invece la dinamica per Molise (-45%), Umbria (-13%) e Valle d'Aosta (-12%).

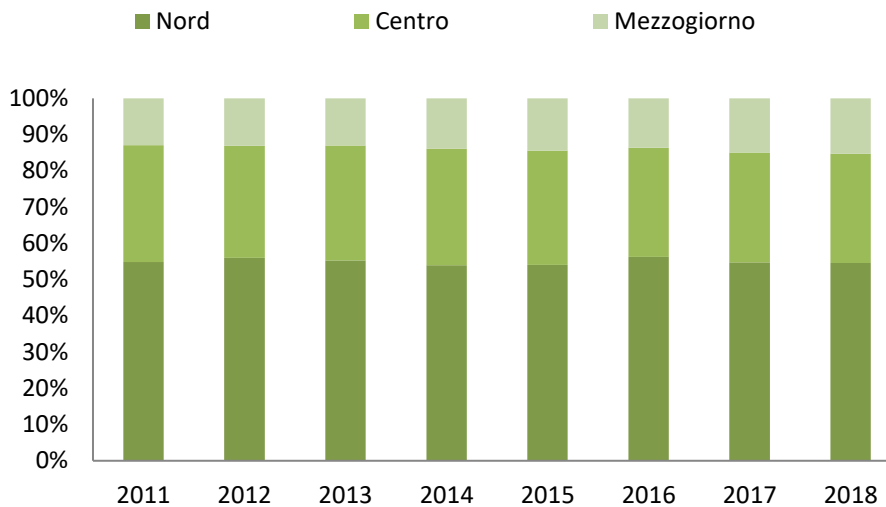
Grafico 9. Numero di turisti stranieri in Italia

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



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

Grafico 10. Spesa dei turisti stranieri in Italia
Composizione percentuale in base alla regione di destinazione



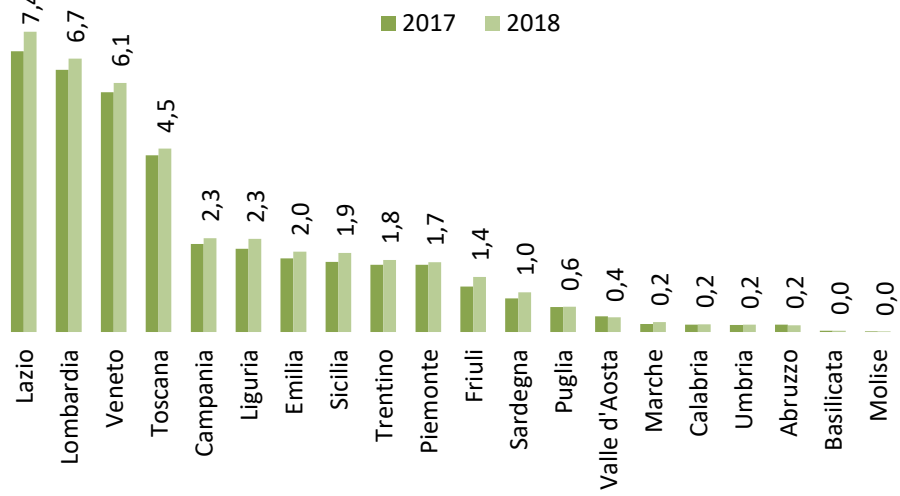
Fonte: elaborazioni BEM Research su dati Banca d'Italia.

In termini di composizione della spesa sostenuta dai turisti stranieri nella ripartizione per macro aree geografiche non si registrano variazioni rispetto allo scorso anno. Ancora una volta primeggia il Nord, che si è accaparrato il 55% della spesa complessiva sostenuta dai turisti stranieri nel corso del 2018. Al Centro è andato il 30%, mentre al Mezzogiorno il restante 15 per cento (grafico 10). In termini di tassi di variazione il Sud ha registrato un aumento del 9%, il Centro e il Nord del 6%.

In termini di spesa il Lazio continua ad essere in prima posizione con 7,4 miliardi di euro complessivi (+500 milioni), segue la Lombardia (6,7 miliardi; +300 milioni) e il Veneto (6,1 miliardi; +200 milioni). Chiudono la classifica Molise, Basilicata, Abruzzo, Umbria, Calabria e Marche (grafico 11).

Grafico 11. 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 i precedenti tre Rapporti e-tourism, anche in questa edizione 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 desunte 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

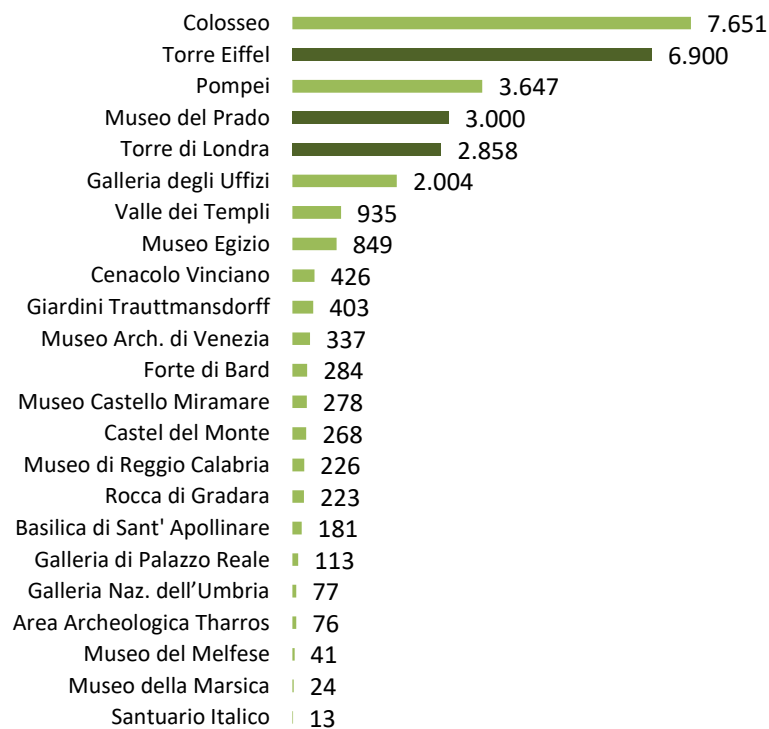
Fonte: Ministero dei Beni Culturali e fonti varie.

Tra i 23 considerati, l'area archeologica del Colosseo-Foro Romano-Palatino, con circa 7,7 milioni di visitatori nel 2018, risulta essere quella ad aver registrato il maggior numero di accessi (grafico 12). La Tour Eiffel, con 6,9 milioni di accessi, mantiene la seconda posizione. Più staccata Pompei, che con circa 3,7 milioni di visitatori è terza in classifica. Segue poi il Museo del Prado di Madrid e la Torre di Londra con circa 3 milioni di visitatori. Nel complesso i 20 siti italiani considerati hanno attirato nel 2018 circa 18 milioni di visitatori, in aumento dell'11% rispetto all'anno prima (+7% nel 2017), che in termini assoluti equivalgono a quasi due milioni di accessi.

In termini di introiti, la Torre Eiffel, con quasi 63 milioni di euro di incassi dai biglietti, è ancora in testa alla classifica (grafico 13). L'area archeologica del Colosseo (53,8 milioni di euro; +5,2 milioni rispetto al 2017) supera la Torre di Londra (48,5 milioni), di circa 5 milioni. Pompei registra incassi per 40 milioni di euro, mentre il Museo del Prado si aggira intorno ai 21 milioni.

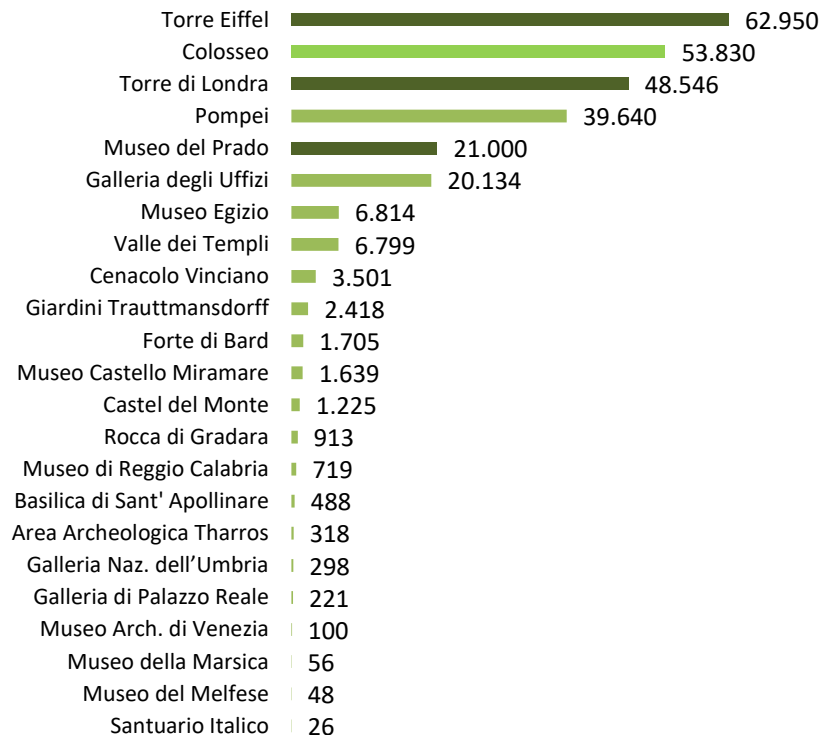
Grafico 12. Principali siti storico-artistici statali – numero di accessi

(in migliaia – dati relativi al 2018)



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

Grafico 13. Principali siti storico-artistici statali – introiti
(in migliaia – dati relativi al 2018)



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 2018. 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 dell'ultimo anno (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 Cenacolo Vinciano, in seconda posizione gli scavi di Pompei e in terza il Museo Egizio. Seguono la Basilica di Sant' Apollinare in Classe (Ravenna) e il Forte di Bard (tabella 2). Tra le principali attrazioni italiane l'area archeologica del Colosseo-Foro Romano-Palatino è 11a e la Galleria degli Uffizi di Firenze si attesta in 13a posizione. In coda si trovano la Galleria Nazionale dell'Umbria e il Museo Archeologico di Venezia.

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)

	Prestazioni siti web		Velocità di caricamento		Usabilità		Multilingua	
	indice	rank	indice	rank	indice	rank	indice	rank
Musei italiani								
Cenacolo Vinciano	100	(1)	100	(1)	100	(1)	100	(1)
Pompei	91	(2)	65	(3)	95	(3)	100	(1)
Museo Egizio	84	(3)	42	(13)	80	(8)	100	(1)
Basilica di Sant' Apollinare	68	(4)	44	(11)	75	(13)	75	(4)
Forte di Bard	59	(5)	18	(18)	57	(18)	75	(4)
Giardini Trauttmansdorff	53	(6)	42	(13)	84	(6)	50	(6)
Galleria di Palazzo Reale	43	(7)	60	(5)	95	(4)	25	(7)
Valle dei Templi	43	(8)	57	(7)	96	(2)	25	(7)
Museo della Marsica	43	(9)	70	(2)	76	(12)	25	(7)
Area Archeologica Tharros	42	(10)	61	(4)	83	(7)	25	(7)
Colosseo	40	(11)	56	(8)	80	(8)	25	(7)
Santuario Italico	38	(12)	55	(9)	70	(15)	25	(7)
Galleria degli Uffizi	38	(13)	43	(12)	85	(5)	25	(7)
Castel del Monte	37	(14)	42	(13)	80	(8)	25	(7)
Museo Castello Miramare	36	(15)	37	(16)	78	(11)	25	(7)
Rocca di Gradara	35	(16)	46	(10)	58	(16)	25	(7)
Museo di Reggio Calabria	25	(17)	5	(19)	55	(19)	25	(7)
Museo del Melfese	22	(18)	60	(5)	57	(17)	0	(18)
Museo Arch. di Venezia	18	(19)	30	(17)	72	(14)	0	(18)
Galleria Naz. dell'Umbria	8	(20)	0	(20)	54	(20)	0	(18)
Media Italia	46		47		77		39	
Torre di Londra	92		63		96		100	
Torre Eiffel	84		42		80		100	
Museo del Prado	36		42		72		25	

Fonte: elaborazioni e stime BEM Research su dati Google.

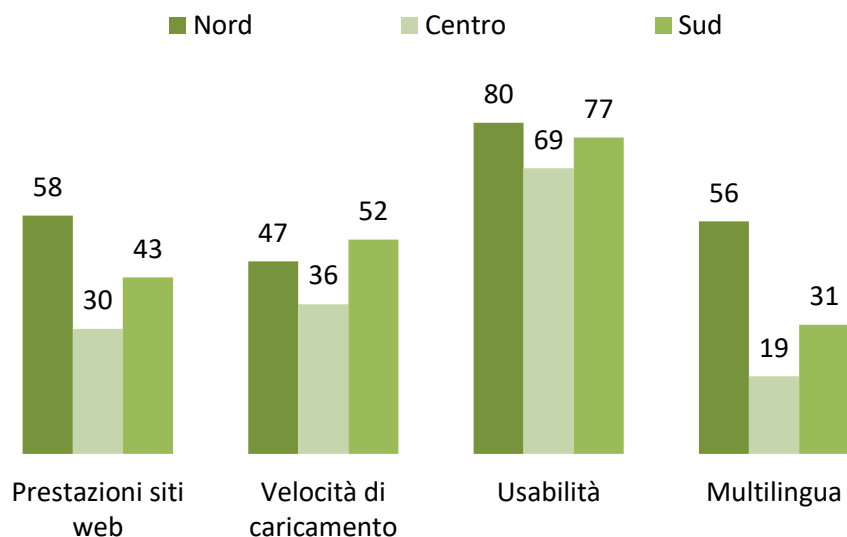
Analizzando le singole componenti dell'indice delle prestazioni dei siti web si rileva che il Cenacolo Vinciano ha le migliori performance in termini di velocità di caricamento. La Valle dei Templi e gli scavi di Pompei seguono in seconda e terza posizione. Più lenti sono i siti web della Galleria Nazionale dell'Umbria e del Museo Archeologico di Reggio Calabria.

In termini di usabilità è ancora una volta il Cenacolo Vinciano ad evidenziare le migliori prestazioni. Segue la Valle dei Templi e gli scavi di Pompei, che migliorano decisamente rispetto all'ultima posizione dello scorso anno. Chiude la classifica il sito della Galleria Nazionale dell'Umbria.

L'ultimo indicatore, che segnala la disponibilità sui siti web di pagine in lingua straniera, vede in testa il Cenacolo Vinciano insieme agli scavi di Pompei e al Museo Egizio che propongono ai loro utenti molteplici lingue. Rispetto all'anno passato è diminuito il numero di siti web che propongono contenuti solo in italiano. Ad oggi ne rimangono solo tre.

Nel complesso musei e aree archeologiche del Nord continuano a mostrare le migliori prestazioni sul web. Peggiorano invece il Mezzogiorno ma soprattutto il Centro. Il Centro-Sud risulta in generale essere in ritardo nella disponibilità di pagine in lingua straniera, mentre su velocità di caricamento delle pagine web le performance sono migliori nel Sud (grafico 14).

Grafico 14. 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.

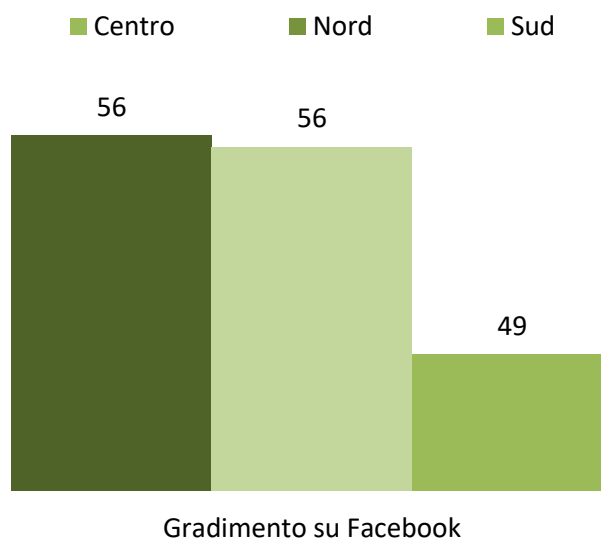
Dal confronto internazionale si rileva che la Torre Eiffel, la Torre di Londra e il Museo del Prado di Madrid hanno performance peggiori rispetto al Cenacolo Vinciano. Nel complesso i siti italiani risultano aver guadagnato terreno, rispetto alla precedente rilevazione, in termini di prestazioni web nei confronti della concorrenza straniera.

2.3. Risultati: gradimento su Facebook

Rispetto allo scorso anno è rimasto invariato il numero di storico-artistici statali italiani considerati che dispongono di una pagina ufficiale su Facebook, pari 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 2018. Si confermano anche la seconda e terza posizione, rispettivamente con il Museo Egizio e con la Galleria Nazionale dell'Umbria a Perugia.

Grafico 15. 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	72	(3)
Museo di Reggio Calabria	64	(4)
Area Archeologica Tharros	58	(5)
Galleria di Palazzo Reale	58	(6)
Giardini Trauttmansdorff	56	(7)
Museo della Marsica	55	(8)
Pompei	54	(9)
Castel del Monte	54	(10)
Valle dei Templi	52	(11)
Museo Arch. di Venezia	52	(12)
Museo del Melfese	52	(13)
Galleria degli Uffizi	52	(14)
Rocca di Gradara	51	(15)
Museo Castello Miramare	51	(16)
Basilica di Sant' Apollinare	50	(17)
Colosseo	50	(18)
Media Italia	53	
Museo del Prado	95	
Torre Eiffel	90	
Torre di Londra	71	

Fonte: elaborazioni e stime BEM Research su dati Facebook.

Da un punto di vista territoriale, Nord, Centro e Mezzogiorno sono rimasti stabili in termini di gradimento su Facebook rispetto allo scorso anno (grafico 15).

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.

2.4. Risultati: interazione su TripAdvisor

Il Colosseo si conferma in prima posizione in termini di interazioni su TripAdvisor. Seguono i Giardini Trauttmansdorff e il Santuario Italo. In fondo alla classifica il Museo Archeologico di Venezia, Castel del Monte e Pompei (tabella 4). Tra gli altri siti di maggiore interesse la Galleria degli Uffizi si attesta in 11a posizione.

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)	60	(4)
Giardini Trauttmansdorff	82	(2)	98	(2)	26	(17)
Santuario Italo	81	(3)	90	(3)	37	(10)
Cenacolo Vinciano	75	(4)	39	(9)	100	(1)
Museo Egizio	62	(5)	29	(14)	88	(2)
Museo Castello Miramare	60	(6)	42	(8)	64	(3)
Galleria Naz. dell'Umbria	59	(7)	62	(4)	33	(13)
Museo della Marsica	59	(7)	50	(6)	51	(7)
Valle dei Templi	58	(9)	45	(7)	54	(6)
Basilica di Sant' Apollinare	54	(10)	55	(5)	33	(12)
Galleria degli Uffizi	49	(11)	31	(13)	57	(5)
Area Archeologica Tharros	39	(12)	37	(10)	27	(16)
Rocca di Gradara	39	(12)	26	(16)	44	(8)
Galleria di Palazzo Reale	37	(14)	33	(12)	30	(14)
Museo di Reggio Calabria	33	(15)	23	(18)	37	(11)
Forte di Bard	31	(16)	24	(17)	29	(15)
Museo del Melfese	29	(17)	35	(11)	10	(19)
Pompei	28	(18)	27	(15)	19	(18)
Castel del Monte	28	(18)	15	(20)	38	(9)
Museo Arch. di Venezia	15	(20)	21	(19)	1	(20)
Media Italia	51		44		42	
Museo del Prado	101		102		59	
Torre Eiffel	89		83		64	
Torre di Londra	84		71		71	

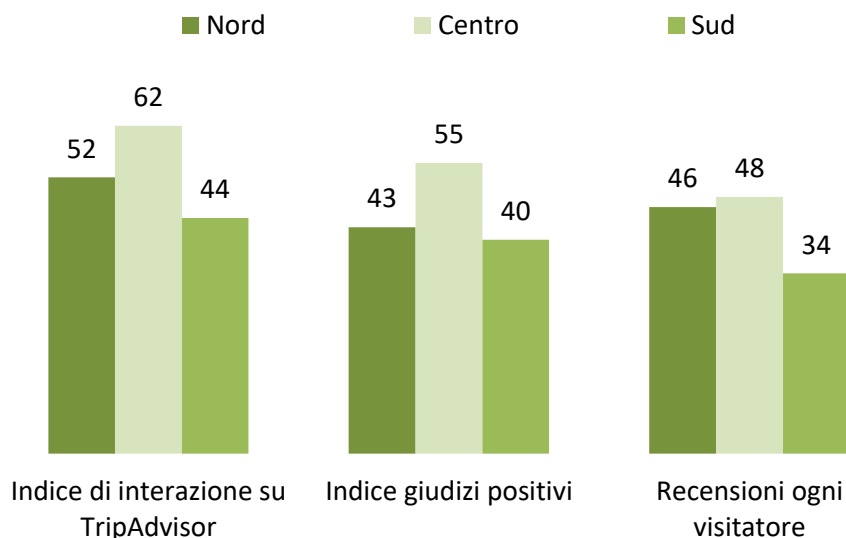
Fonte: elaborazioni e stime BEM Research su dati TripAdvisor.

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 su Castel del Monte, sul Museo Archeologico di Venezia e sul Museo Archeologico di Reggio Calabria.

L'incidenza delle recensioni rispetto al numero di visitatori del 2018 vede in testa il Cenacolo Vinciano, seguito dal Museo Egizio di Torino e Museo Castello Miramare. Minore attenzione nel rilasciare recensioni è dedicata dai visitatori del Museo Archeologico di Venezia, Museo del Melfese e Pompei.

Il Centro si conferma l'area che riesce a evidenziare le migliori interazioni su TripAdvisor rispetto al resto del paese. In particolare, i giudizi espressi vedono il Centro distanziare sia Nord che Mezzogiorno (grafico 16).

Grafico 16. 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 rimasto sostanzialmente invariato 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 tre siti storico-artistici statali, sui venti considerati in Italia, dispongono di un'applicazione ufficiale per i dispositivi mobili dotati di sistema operativo Google Android, Galleria di Palazzo Reale di Genova, Rocca di Gradara e il Museo Egizio. Il Forte di Bard, che lo scorso anno era in testa alla classifica con la sua app, ad oggi non risulta avere più un'applicazione sulla piattaforma Google Play. In questa ristrettissima graduatoria è la Galleria di Palazzo Reale in cima alla classifica (tabella 5).

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
Galleria di Palazzo Reale	100	(1)	73	(2)	1	(3)	100	(1)
Museo Egizio	94	(2)	100	(1)	100	(1)	13	(3)
Rocca di Gradara	37	(3)	42	(3)	2	(2)	20	(2)
Media Italia	12		11		5		7	
Museo del Prado	247		411		4		15	

Fonte: elaborazioni e stime BEM Research su dati Google.

Dal confronto internazionale si può constatare come anche la Torre Eiffel abbia rimosso la sua app dallo store di Google, mentre ben migliore rispetto alla media è l'app del Museo del Prado.

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 si conferma in testa alla classifica come anche nel 2018 (sesto nel 2017).

In seconda posizione si trova il Cenacolo Vinciano, terzo lo scorso anno (tabella 6 e grafico 17). Al terzo posto i Giardini Trauttmansdorff, in quinta posizione nel 2018.

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

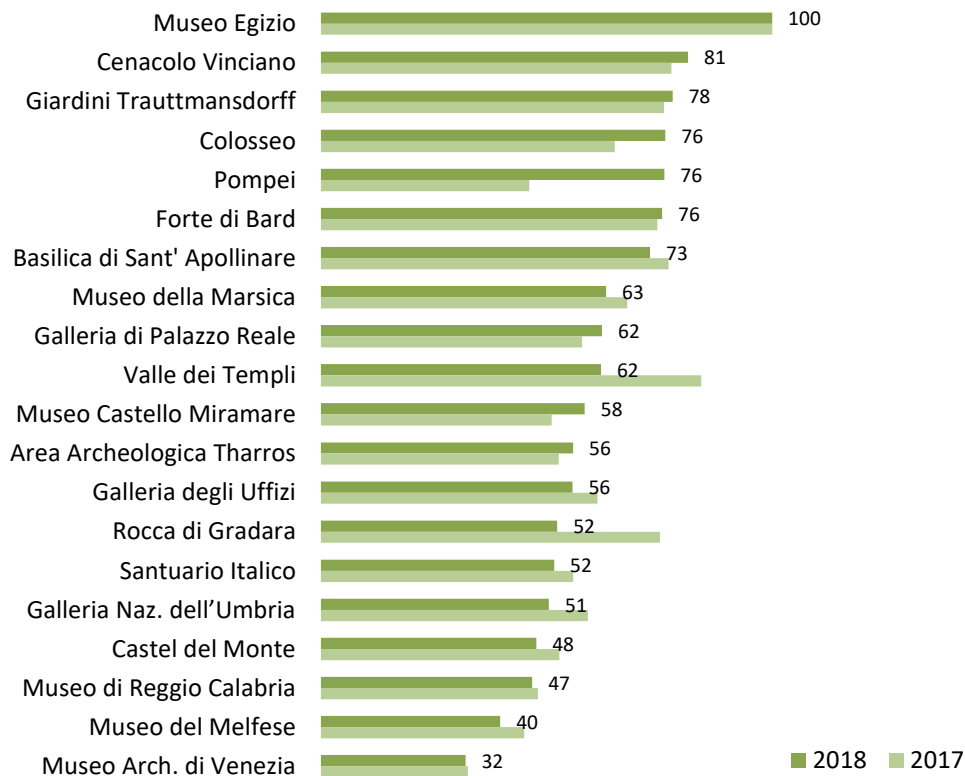
Musei italiani	Indice generale	
	indice	rank
Museo Egizio	100	(1)
Cenacolo Vinciano	81	(2)
Giardini Trauttmansdorff	78	(3)
Colosseo	76	(4)
Pompei	76	(5)
Forte di Bard	76	(6)
Basilica di Sant' Apollinare	73	(7)
Museo della Marsica	63	(8)
Galleria di Palazzo Reale	62	(9)
Valle dei Templi	62	(10)
Museo Castello Miramare	58	(11)
Area Archeologica Tharros	56	(12)
Galleria degli Uffizi	56	(13)
Rocca di Gradara	52	(14)
Santuario Italico	52	(15)
Galleria Naz. dell'Umbria	51	(16)
Castel del Monte	48	(17)
Museo di Reggio Calabria	47	(18)
Museo del Melfese	40	(19)
Museo Arch. di Venezia	32	(20)
Media Italia	62	
Torre Eiffel	108	
Museo del Prado	105	
Torre di Londra	103	

Fonte: BEM Research

Tra i siti più visitati migliorano nettamente il Colosseo che si piazza al quarto posto (9°

nel 2018 e 12° nel 2017) e gli scavi di Pompei in quinta posizione (18° e 19° posto rispettivamente nel 2018 e nel 2017). La Galleria degli Uffizi rimane invece in 10a posizione. Tra i siti considerati chiude la classifica il Museo Archeologico di Venezia, come lo scorso anno.

Grafico 17. Principali siti storico-artistici statali – dinamica della performance online
(valori minimo=0, valore massimo per l'Italia=100)



Fonte: BEM Research

Rispetto al 2017 solo il Nord ha evidenziato un miglioramento, continua tra l'altro ad essere l'area con le più alte prestazioni. Peggiorano invece Centro e Mezzogiorno, che quindi hanno visto aumentare il divario con il Nord (grafico 18).

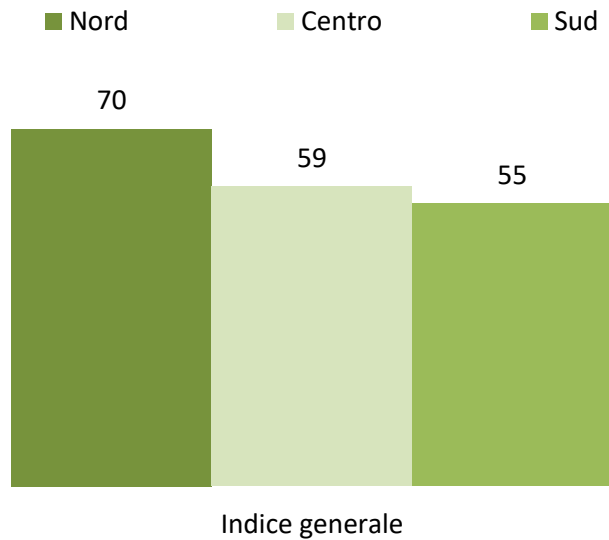
Nel confronto internazionale il gap italiano sull'online si è andato riducendo. La Torre Eiffel, la Torre di Londra e il Museo del Prado evidenziano prestazioni leggermente più alte rispetto al migliore sito storico-artistico italiano. Lo scorso anno il divario era

invece decisamente più ampio (oltre 50 punti) anche con la testa della classifica.

Grafico 18. 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 Research si occupa di **big data, ricerca economico-finanziaria** e analisi nel campo del **web marketing**. È partner dell'AgID - Agenzia per l'Italia Digitale - per la definizione delle Linee guida dei siti web della Pubblica Amministrazione. Si occupa anche di formazione privata e in ambito universitario. Elabora l'indice di performance online, il **BEM Rank®**, che esprime la classifica dei migliori brand online sulla base di un algoritmo che considera diversi cinque fattori: i trend di ricerca su Google; la visibilità dei siti web su parole chiavi ad alto traffico; la velocità di caricamento delle pagine web; l'usabilità dei siti web; il grado di competizione online nel settore in cui l'azienda opera.

Contatti

BEM Research s.r.l.

Big data - Economics - web Marketing

info@bemresearch.it

www.bemresearch.it

Copyright © BEM Research 2019

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