



Il vostro partner nell'analisi e nell'anticipazione della domanda turistica

Barometro turistico

Paesi mediterranei: Francia, Italia, Spagna, Grecia

Estate 2023

Indici di percezione turistica per i visitatori internazionali

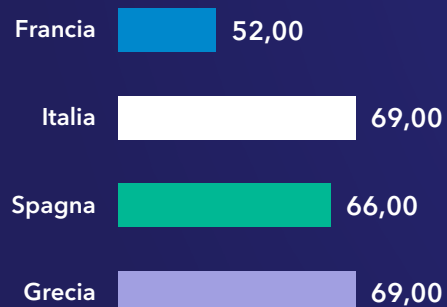
Soddisfazione del prodotto turistico



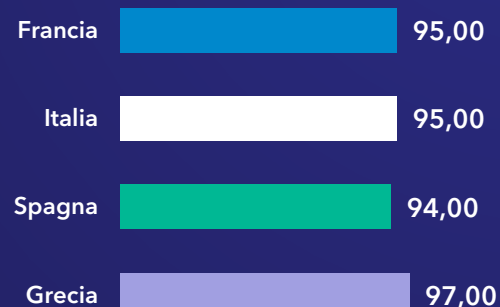
Le quattro principali destinazioni del Mediterraneo godono di alti livelli di soddisfazione per quanto riguarda la sicurezza e il clima.

L'offerta turistica in queste destinazioni è generalmente soddisfacente. Tuttavia, **Italia** e **Grecia** si distinguono leggermente rispetto alla **Francia** e alla **Spagna** in questo aspetto.

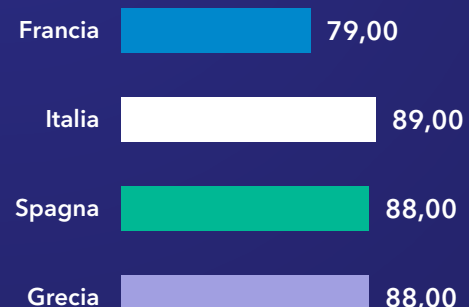
Indice degli alberghi



Percezione della sicurezza

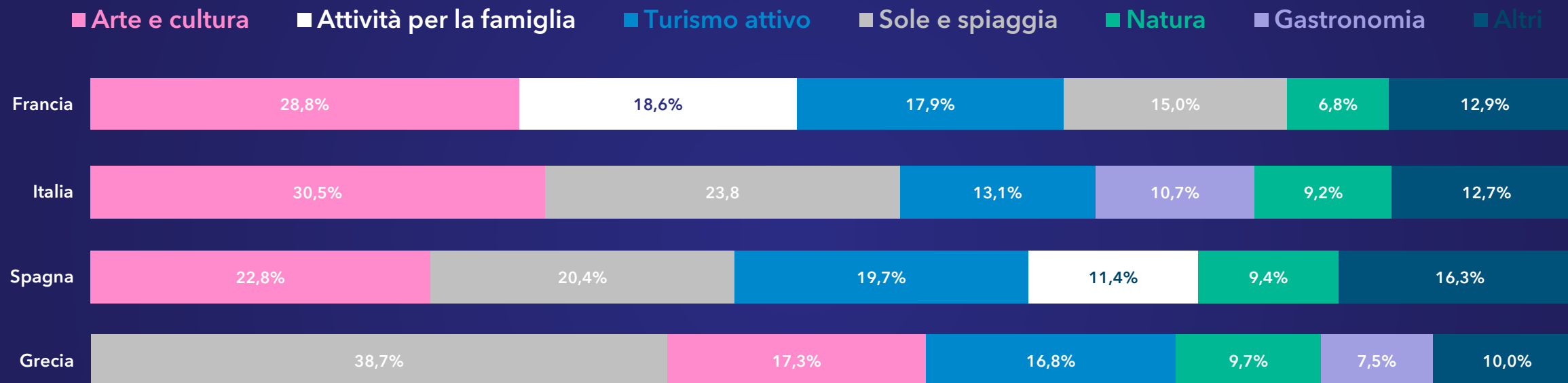


Percezione del clima



Per quanto riguarda l'offerta alberghiera, la **Grecia** è la destinazione che riceve più apprezzamenti da parte dei viaggiatori, mentre la **Francia** risulta meno soddisfacente. **Italia** e **Spagna** presentano livelli di soddisfazione simili in questo ambito.

Distribuzione dei 5 principali interessi turistici




Le principali motivazioni per visitare le destinazioni mediterranee sono piuttosto simili tra loro. Prodotti culturali, attività legate al mare e alla spiaggia, la natura e il turismo attivo sono tra le principali attrazioni.

È interessante notare che i visitatori in **Francia** e **Spagna** godono di una maggiore offerta di attività per tutta la famiglia, mentre i viaggiatori in **Grecia** e **Italia** si deliziano maggiormente con la gastronomia locale.

Analisi del rendimento delle destinazioni - Paesi mediterranei

Destination performance by key air connectivity indicators

Paese	Posti aerei in arrivo	Evoluzione posti % vs 2022			Posti Internazionale vs Domestico
		Totale	Internazionale	Domestico	
Francia	30.85M	+9.9%	+14.2%	-3%	
Italia	35.09M	+6.5%	+13.3%	-4.2%	
Spagna	43.33M	+7.2%	+8.6%	+4.2%	
Grecia	16.66M	+4.2%	+3.8%	+5.5%	

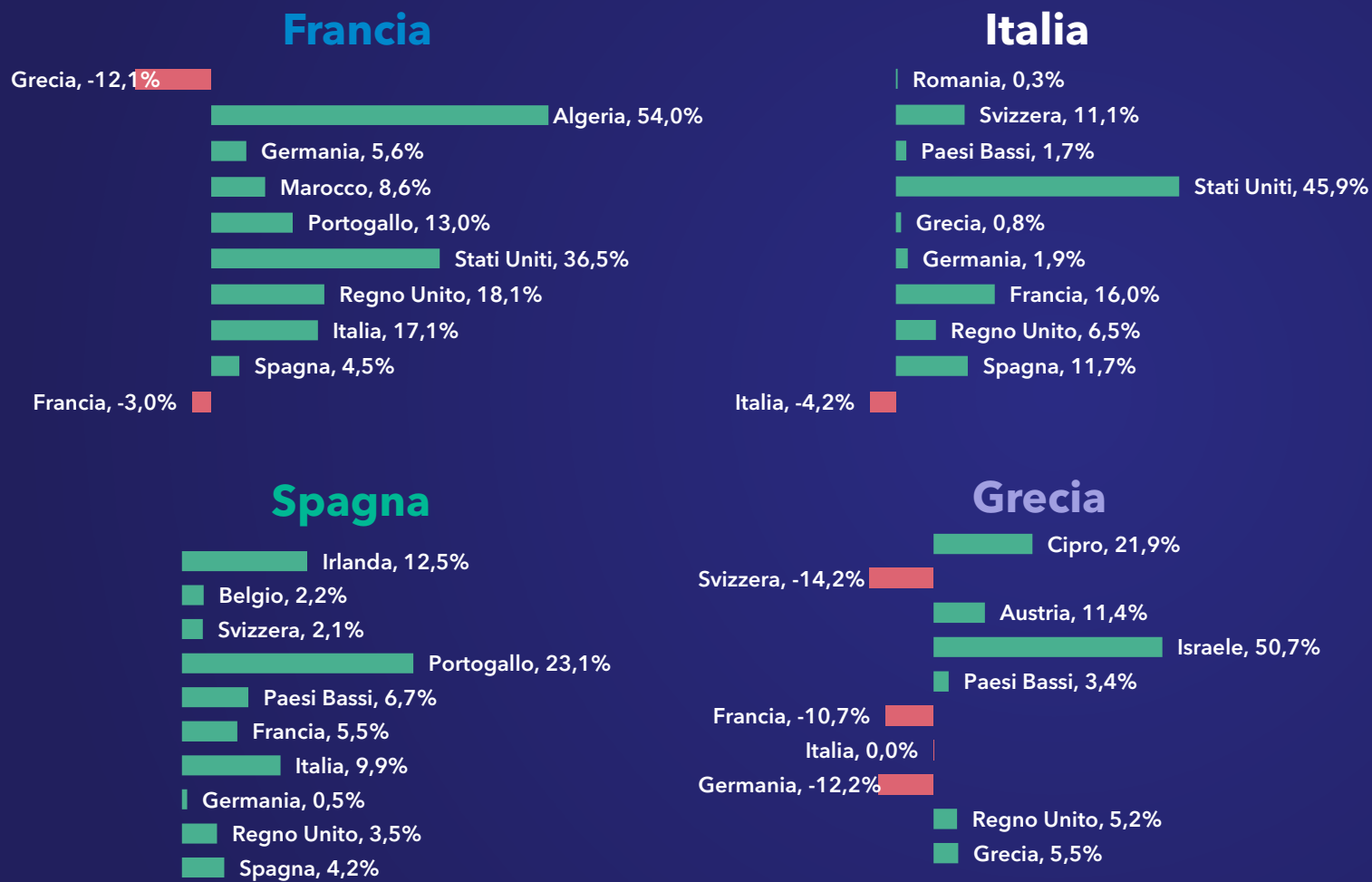
■ Internazionale
■ Domestico

Per quanto riguarda la connettività aerea, le quattro destinazioni hanno aumentato la loro capacità per l'estate del 2023 rispetto all'anno precedente.

Francia e **Italia** hanno registrato una crescita nei voli internazionali, anche se la loro capacità nazionale è **Spagna** e **Grecia** hanno aumentato sia la capacità internazionale che quella nazionale.

Analisi del rendimento delle destinazioni - Paesi mediterranei

Sviluppi di capacità per origine

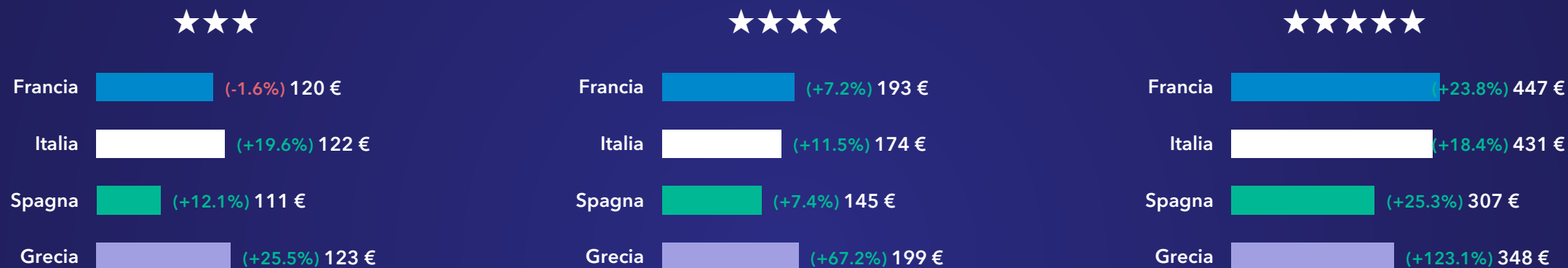


Con l'aumento della facilità di accesso, le destinazioni del Mediterraneo stanno competendo attivamente per catturare l'attenzione dei viaggiatori provenienti dagli **Stati Uniti**. **Francia**, **Italia**, **Grecia** e **Spagna** stanno adottando misure per attrarre questo mercato chiave e migliorare la connettività aerea.

Francia e **Italia**, che già godevano di una buona connettività con il **Nord America** l'anno scorso, hanno ulteriormente incrementato i loro numeri, con un aumento del **36%** e del **45%** dei posti a sedere, rispettivamente

Nel caso della **Spagna** e della **Grecia**, la capacità nelle rotte dirette tra gli **Stati Uniti** e queste destinazioni è aumentata circa del **20%**. Anche se gli **Stati Uniti** non rientrano tra i primi dieci mercati di origine per queste destinazioni, si è osservato un aumento della domanda.

Benchmark dei prezzi degli hotel



Per quanto riguarda i prezzi degli alberghi, si è registrata una tendenza al rialzo in tutte le destinazioni e categorie di hotel. I prezzi più elevati si trovano in **Francia** e **Italia**, mentre la **Spagna** si distingue per offrire una proposta più competitiva. La **Grecia** si è distinta per la maggiore crescita dei prezzi rispetto al 2019. Quest'anno, i viaggiatori interessati a soggiornare in hotel a 5 stelle dovranno pagare il 123% in più rispetto all'estate del 2019.

L'aumento di prezzi è dovuto all'apertura di numerose strutture a 5 stelle negli ultimi anni, un cambiamento strategico che ha portato il paese a richiamare anche un tipo diverso di visitatore. Nonostante ciò la **Grecia** rimane la meta più soddisfacente per l'offerta alberghiera.

Fonti e definizioni

Definizioni degli indici

Indice dei prodotti turistici. *Misura il livello di soddisfazione della destinazione attraverso una serie di categorie: cultura, gastronomia, benessere, ecc. Questo indicatore si ottiene analizzando la distribuzione dei commenti e delle menzioni (positivi, neutri, negativi) relativi a ciascuna delle categorie esistenti.*

Indice di percezione della sicurezza. *Misura il livello di sicurezza della destinazione percepito dai viaggiatori. Si basa sull'analisi delle menzioni e delle opinioni sui social network e sui siti web attraverso l'elaborazione del linguaggio naturale.*

Indice di percezione del clima. *Misura il livello di soddisfazione dei visitatori per il clima della loro destinazione. Si misura il volume delle menzioni o dei commenti negativi. Un numero elevato di commenti negativi influisce sul livello di soddisfazione e, al contrario, se i commenti negativi sono meno numerosi, il livello di soddisfazione sarà più elevato. Questo indicatore permette di comprendere meglio il rapporto tra le aspettative dei visitatori e la realtà climatica della destinazione.*

Indice di soddisfazione di alloggio. *Misura il livello di soddisfazione dei visitatori per gli hotel 3, 4 e 5* di una destinazione. Si basa sull'analisi dei commenti espressi su TripAdvisor, Expedia e Booking. Booking.*

Scala degli indici

L'indicatore di soddisfazione e gli indici che lo compongono si basano su una scala da 0 a 100 punti.

Da 0 a 24 punti: *Livello di soddisfazione molto basso. I problemi individuati dall'indice andrebbero affrontati in via prioritaria.*

Da 25 a 49 punti: *Livello di soddisfazione relativamente basso. Il potenziale di miglioramento è elevato.*

Da 50 a 74 punti: *Livello di soddisfazione alto o molto alto. Potenziale di miglioramento moderato.*

Da 75 a 100 punti: *Ottimo livello di soddisfazione. Ci possono essere ancora alcune aree di miglioramento, ma nel complesso il mantenimento e il consolidamento dei punti acquisiti sono sufficienti.*

Fonti



Ricerca voli: *Travelport*

Tariffe alberghiere: *TripAdvisor*

Social network: *Twitter, Instagram, TripAdvisor*

Recensioni sugli hotel:
Expedia.com, Booking. Com, TripAdvisor



Parliamoci!

Anna Borduzha

VP of BD & Strategic Data Partnerships

annaborduzha@mabrian.com

www.mabrian.com