

PREMIO ITALIA DESTINAZIONE DIGITALE - EDIZIONE 2024 #IDD2024



Italia Destinazione Digitale 2024

Nona Edizione



ITALIA DESTINAZIONE DIGITALE

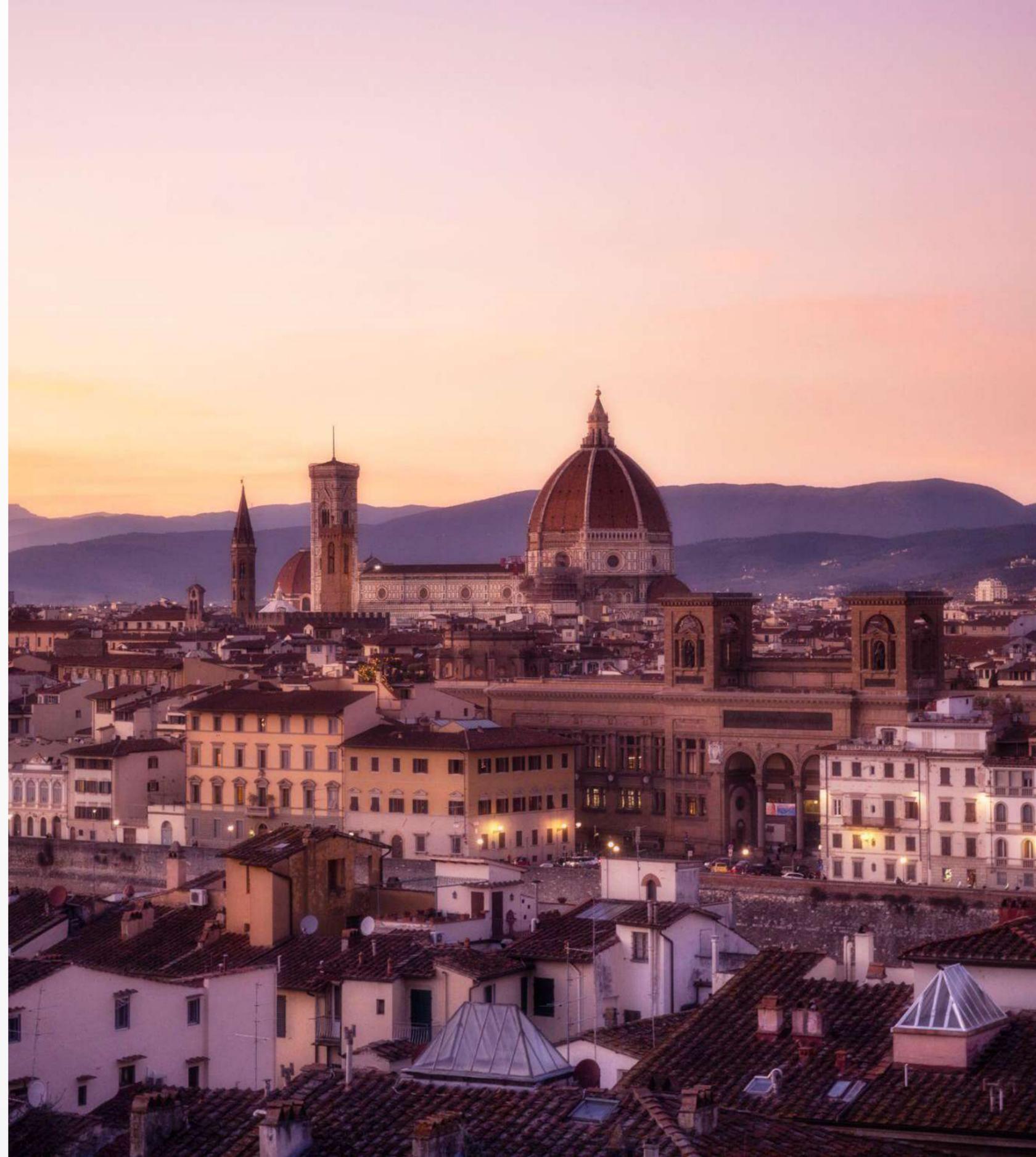
Cos'è Italia Destinazione Digitale

Il Premio Italia Destinazione Digitale è il primo e unico premio nazionale dedicato alle destinazioni turistiche italiane che nell'ultimo anno hanno registrato le migliori performance online.

Il premio è stato ideato e condotto da The Data Appeal Company a partire dal 2016 e viene assegnato in base all'analisi dettagliata di miliardi di conversazioni online su ricettività, attrazioni e ristorazione, combinati con trend di settore, flussi, prenotazioni e prezzi di alberghi e voli aerei.

Il risultato è la più completa e dettagliata analisi dello stato dell'offerta turistica italiana, così com'è vissuta e raccontata dagli stessi visitatori.

#IDD2024 è la nuova edizione, rivista e ampliata nei canali e nei comparti coinvolti, con un occhio rivolto all'attualità e ai nuovi trend del turismo italiano.



I numeri di IDD 2024



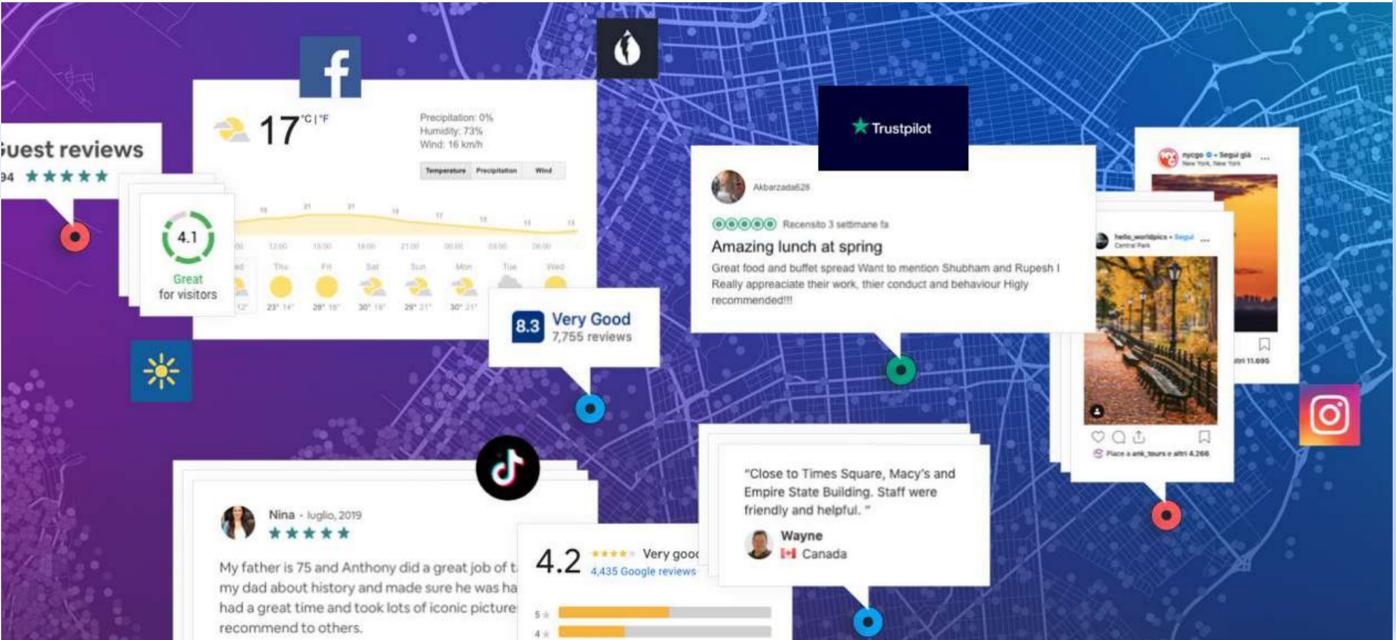
797_k

PUNTI DI INTERESSE



32_{MLN}

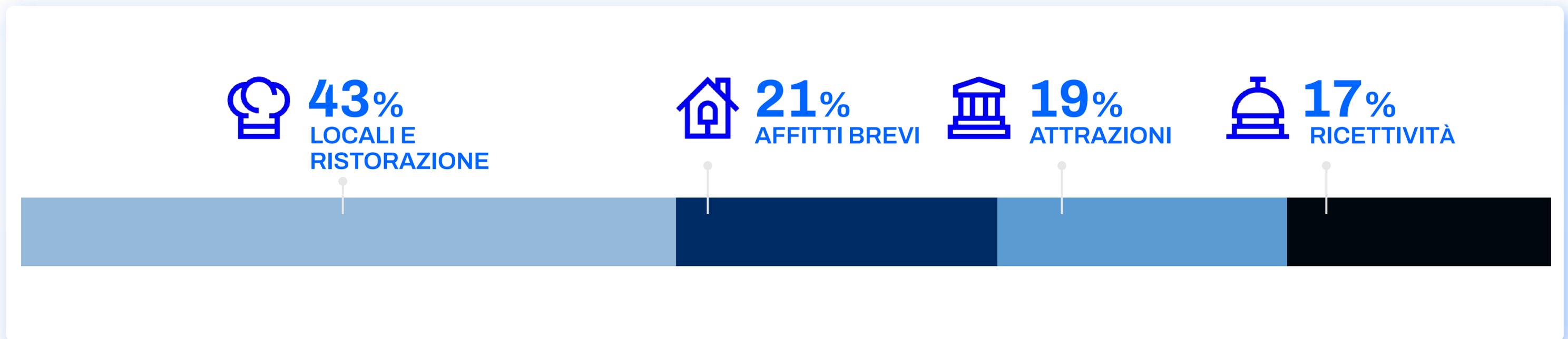
TRACCE DIGITALI



SET 2023 AGO 2024

Composizione dell'offerta turistica italiana

Distribuzione dei Punti di Interesse per tipologia



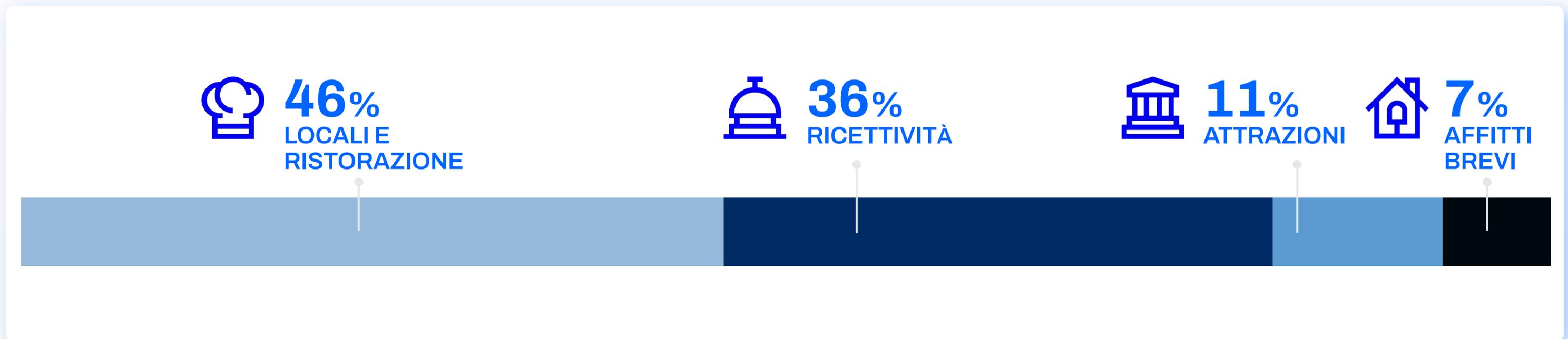
Principali piattaforme monitorate



SET 2023 - AGO 2024

Volume dei contenuti online

Distribuzione del volume dei contenuti per tipologia di Punti di Interesse



Principali piattaforme monitorate



SET 2023 - AGO 2024

Premio
Italia Destinazione Digitale
Edizione 2024

L'impatto degli eventi sul turismo

L'impatto degli eventi sul turismo

Giro D'Italia

4 - 26 mag 2024

Sport

Impatto evento High	Presenza prev. 2.100.000	Spesa prev. 156.763.417€
-------------------------------	------------------------------------	------------------------------------

Spesa prevista	156.763.417€
Ricettività	43.452.196€
Locali e ristoranti	94.051.551€
Trasporti	19.259.669€

Tour de France - Florence - Rimini

29 giu 2024

Impatto evento High	Presenza prev. 730.000	Spesa prev. 57.384.706€
-------------------------------	----------------------------------	-----------------------------------

Spesa prevista	57.384.706€
Ricettività	16.927.680€
Locali e ristoranti	31.078.600€
Trasporti	9.378.424€

La Biennale di Venezia

20 apr - 24 nov 2024 - Venezia

Expo

Impatto evento High	Presenza prev. 800.000	Spesa prev. 133.319.057€
-------------------------------	----------------------------------	------------------------------------

Spesa prevista	133.319.057€
Ricettività	64.549.324€
Locali e ristoranti	54.945.235€
Trasporti	13.824.496€

Artigiano in Fiera

2 - 10 dic 2023 - Milano

Impatto evento High	Presenza prev. 1.000.000	Spesa prev. 166.356.114€
-------------------------------	------------------------------------	------------------------------------

Spesa prevista	166.356.114€
Ricettività	78.065.938€
Locali e ristoranti	69.599.857€
Trasporti	18.690.319€

Lucca Summer Festival

2 giu - 26 lug - Lucca

Festival

Impatto evento High	Presenza prev. 523.000	Spesa prev. 33.122.840€
-------------------------------	----------------------------------	-----------------------------------

Spesa prevista	33.122.840€
Ricettività	7.334.973€
Locali e ristoranti	17.878.641€
Trasporti	7.909.225€

Umbria Jazz Festival

12 - 21 lug 2024 - Umbria

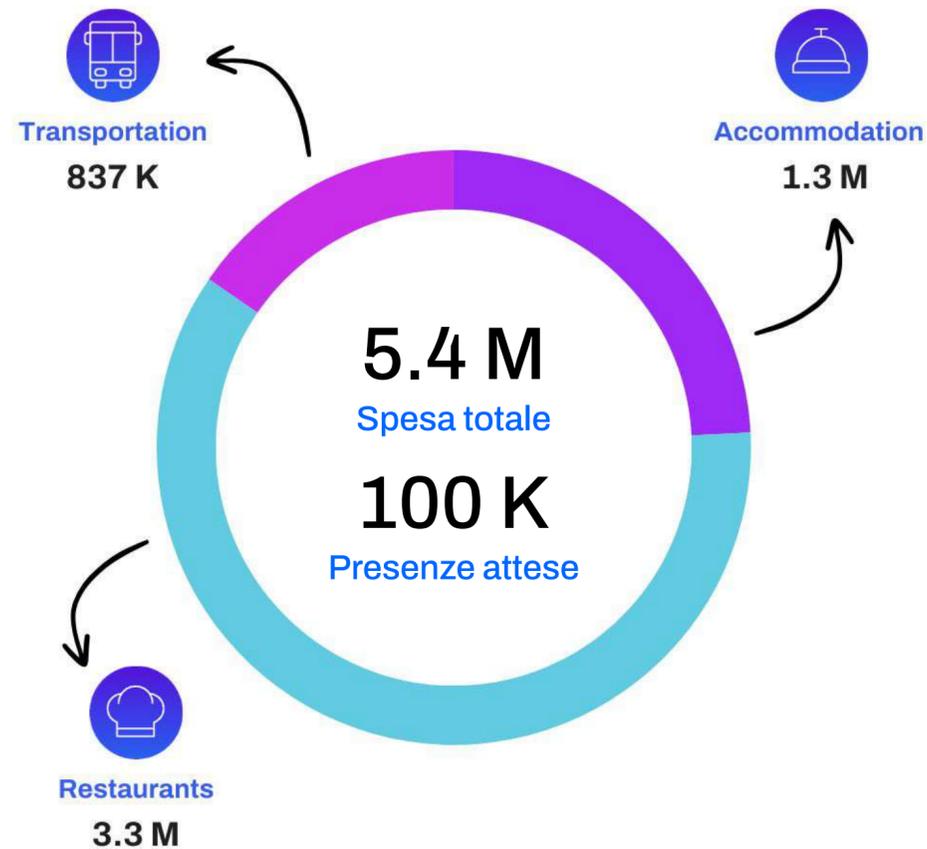
Impatto evento High	Presenza prev. 450.000	Spesa prev. 28.992.678€
-------------------------------	----------------------------------	-----------------------------------

Spesa prevista	28.992.678€
Ricettività	5.324.116€
Locali e ristoranti	13.773.837€
Trasporti	9.894.723€

L'impatto degli eventi sul turismo

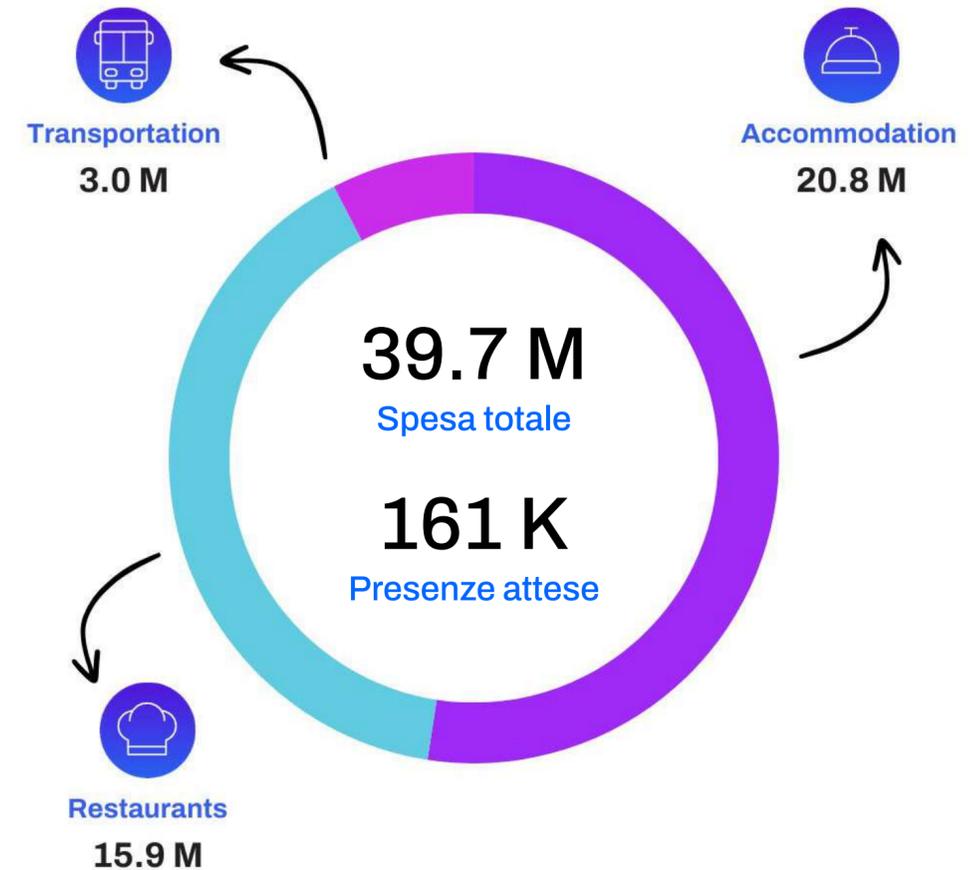
25 Mag

AC/DC and The Pretty Reckless



13/14 Lug

Taylor Swift - The Eras Tour

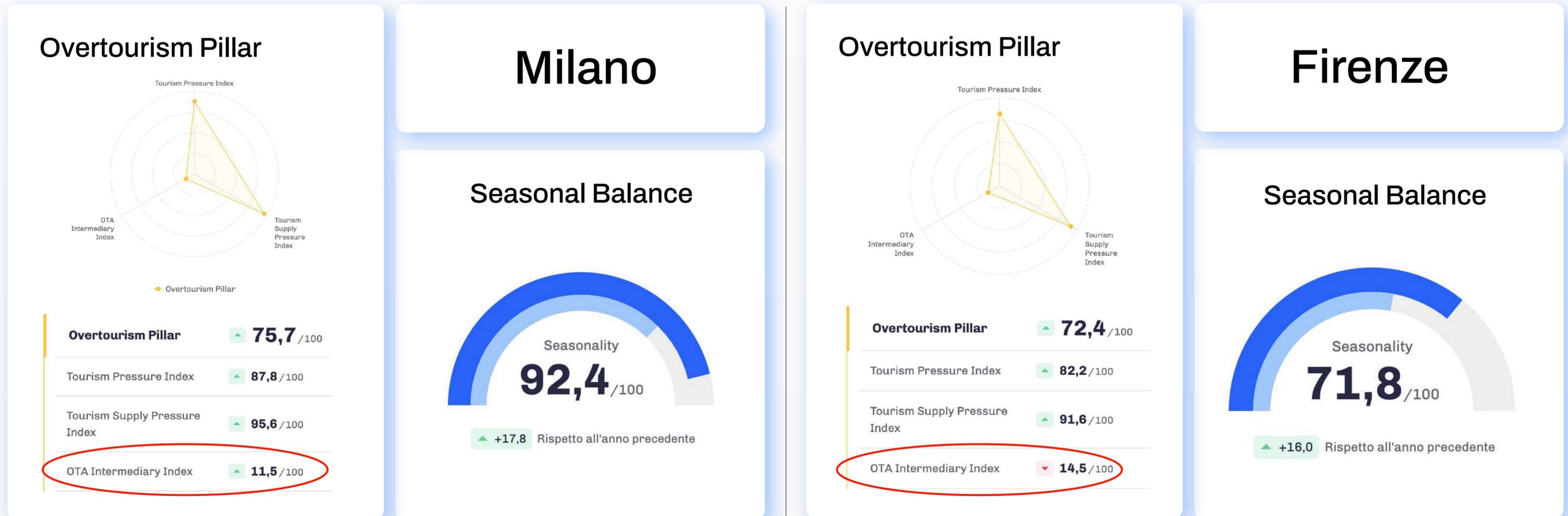


Premio
Italia Destinazione Digitale
Edizione 2024

Overtourism Focus su Milano, Firenze e San Gimignano

Set 2023 - Ago 2024

Overtourism: grandi città e comuni a forte vocazione turistica

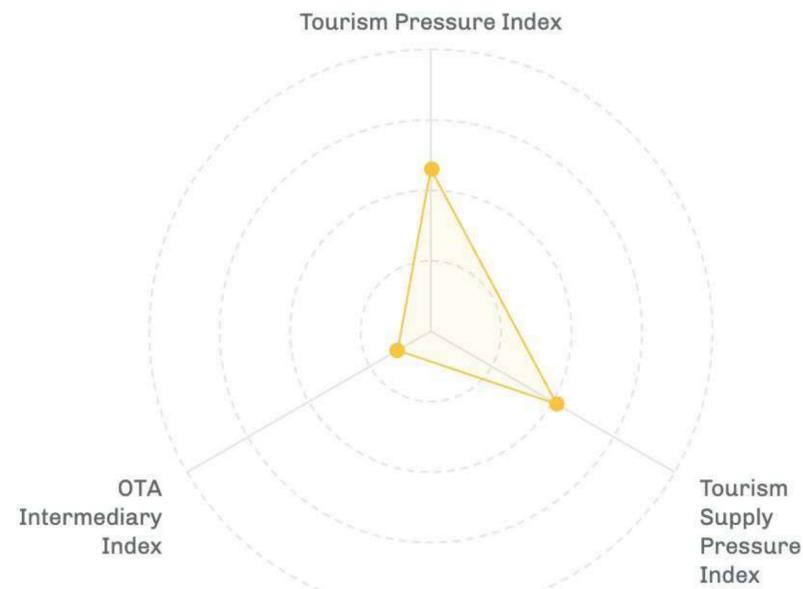


Overtourism: grandi città e comuni a forte vocazione turistica

San Gimignano

OVERTOURISM PILLAR

Questo pillar valuta l'impatto del turismo eccessivo in una destinazione.



Overtourism Pillar ▲ 46,4 / 100

Tourism Pressure Index ▲ 57,5 / 100

Tourism Supply Pressure Index ▲ 51,6 / 100

OTA Intermediary Index ▼ 13,6 / 100

SEASONAL BALANCE ↓

Questo punteggio misura la stabilità della tua destinazione rispetto alle fluttuazioni stagionali, nel corso dell'ultimo anno. Un punteggio alto indica un afflusso costante di viaggiatori.

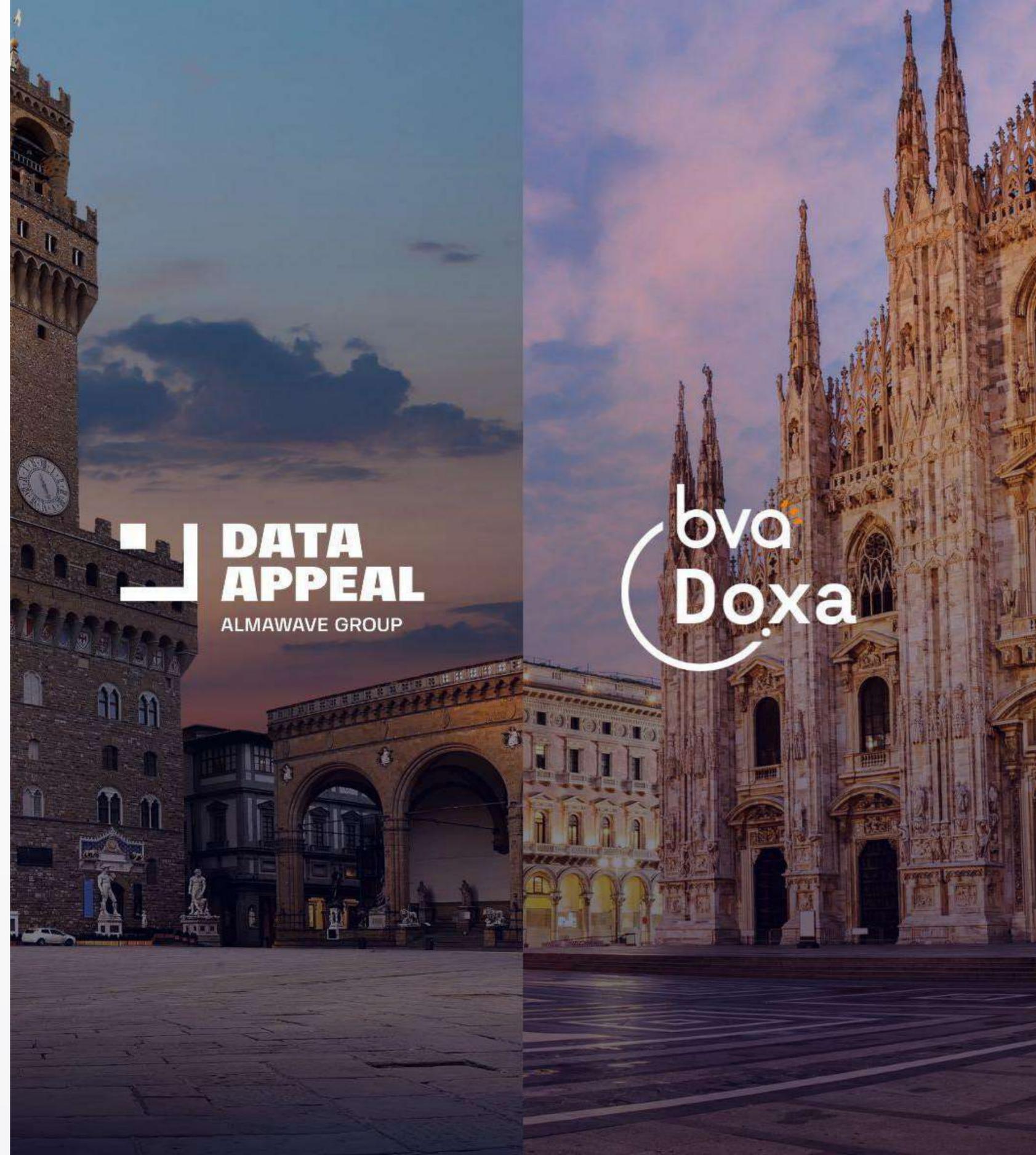


▲ +5,6 Rispetto all'anno precedente

VERTOURISM

Data Appeal e BVA Doxa insieme per un turismo più sostenibile

Data Appeal e Doxa BVA siglano una collaborazione per analizzare l'impatto che l'aumento dei flussi turistici porta sui residenti e pianificare un turismo a misura di cittadino grazie a Big Data e Intelligenza Artificiale.



Premio
Italia Destinazione Digitale
Edizione 2024

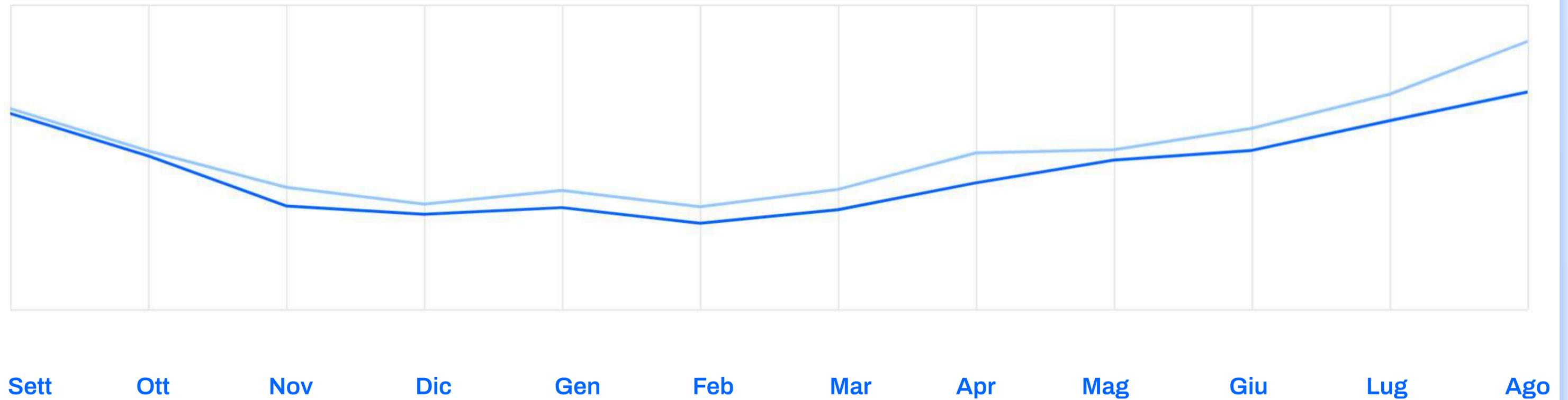
Trend 2023 - 2024

Stagionalità

— Set 2022 - Ago 2023

— Set 2023 - Ago 2024

Andamento nel tempo del volume dei contenuti

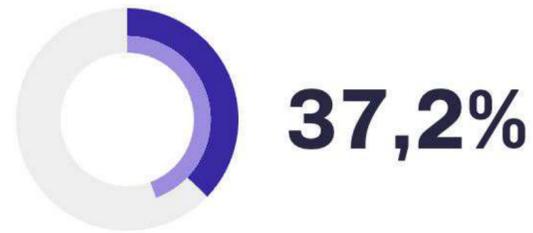


Tariffe Medie e Saturazione OTA

SET 2023-AGO 2024

SATURAZIONE OTA

Stima del livello della saturazione attuale, (livello occupazione), nella tua destinazione.



-7,2 Rispetto all'anno precedente

Tariffa min.
79€

+7,9%

Tariffa media
131€

+9,4%

Tariffa max.
278€

+11,4%

RICETTIVITÀ

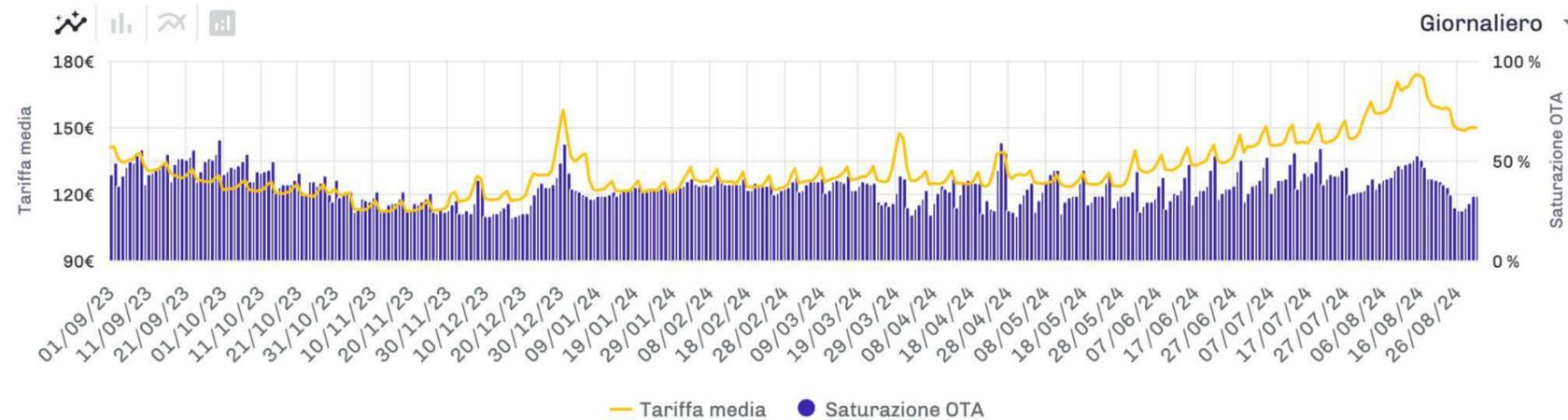


-6,8 Rispetto all'anno precedente

Tariffa min.
80€

Tariffa media
134€

Tariffa max.
289€



AFFITTI BREVI



-9,1 Rispetto all'anno precedente

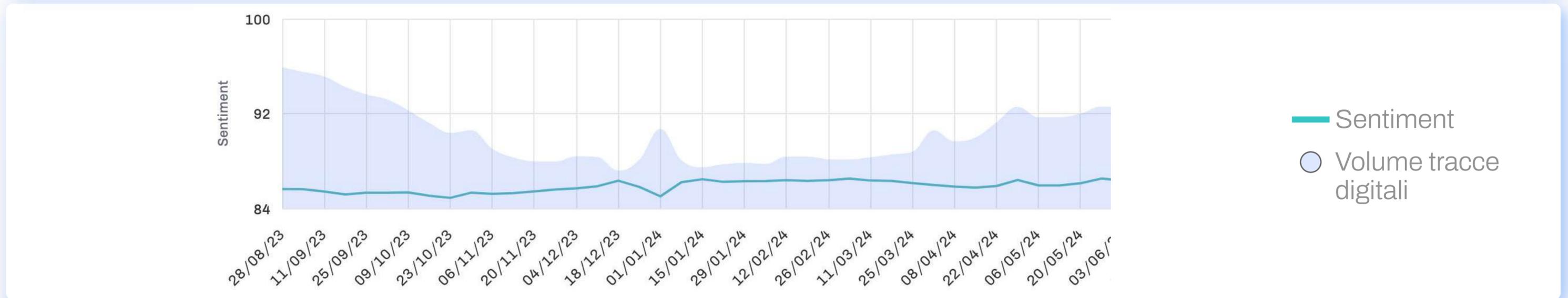
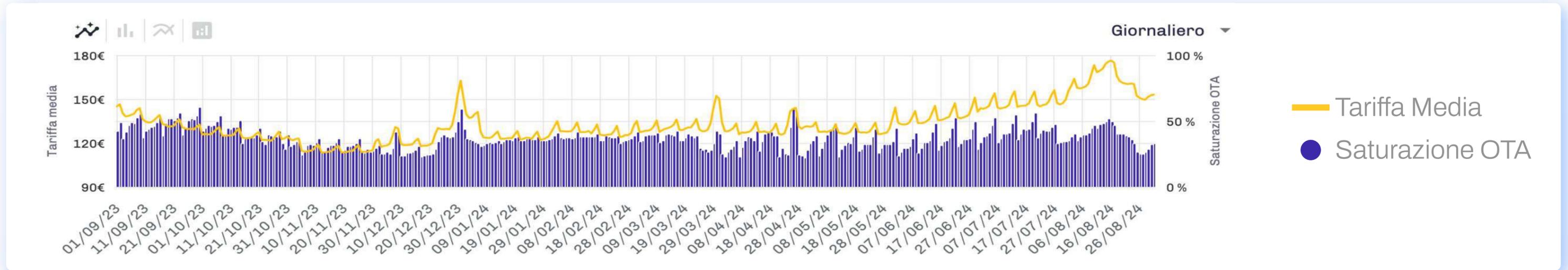
Tariffa min.
77€

Tariffa media
120€

Tariffa max.
218€

Tariffe medie e sentiment strutture ricettive

SET 2023-AGO 2024



Variazione Reddittività per Camera Disponibile Giugno - Settembre 2024 vs 2023



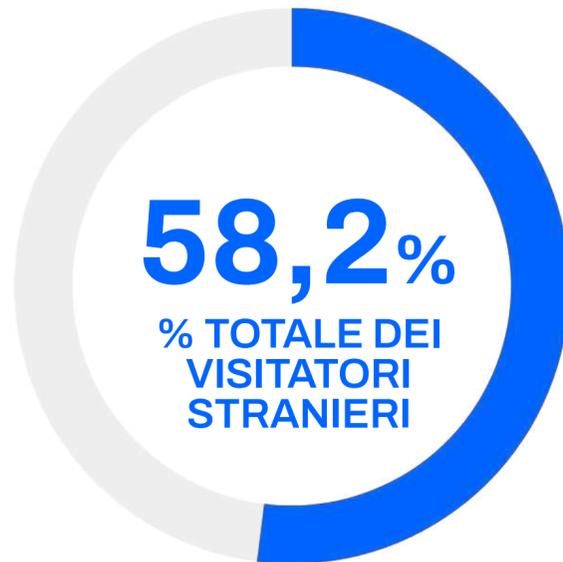
FONTE ANALISI:  **HBenchmark**
Hospitality Data Intelligence

Paesi di provenienza dei visitatori

SET 2023- AGO 2024

84/100

SODDISFAZIONE VISITATORI STRANIERI



+1.5% rispetto all'anno precedente ▲

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
 Italia	41,8%	85,3/100
 Germania	8,8%	85,6/100
 Francia	5,9%	85,1/100
 Regno Unito	3,7%	86,9/100
 Spagna	3,3%	83,2/100

#IDD2024

Le tipologie di viaggio

SET 2023-AGO 2024

	Distribuzione contenuti	Sentiment medio
 Coppie	47,9%	86,3/100
 Famiglie	29%	85,6/100
 Amici/Gruppo	12,6%	85,5/100
 Singolo	10,1%	84,3/100
 Viaggio di lavoro	0,5%	82,5/100



Le prospettive per i prossimi sei mesi

OTT 2024 - MAR 2025

Cosa accadrà nei prossimi mesi in termini di disponibilità e tariffe?

Le tariffe e le loro offerte analizzate sulle maggiori OTA, con il calcolo del tasso di saturazione, ovvero del rapporto tra offerte disponibili e quelle vendute (o non più disponibili).

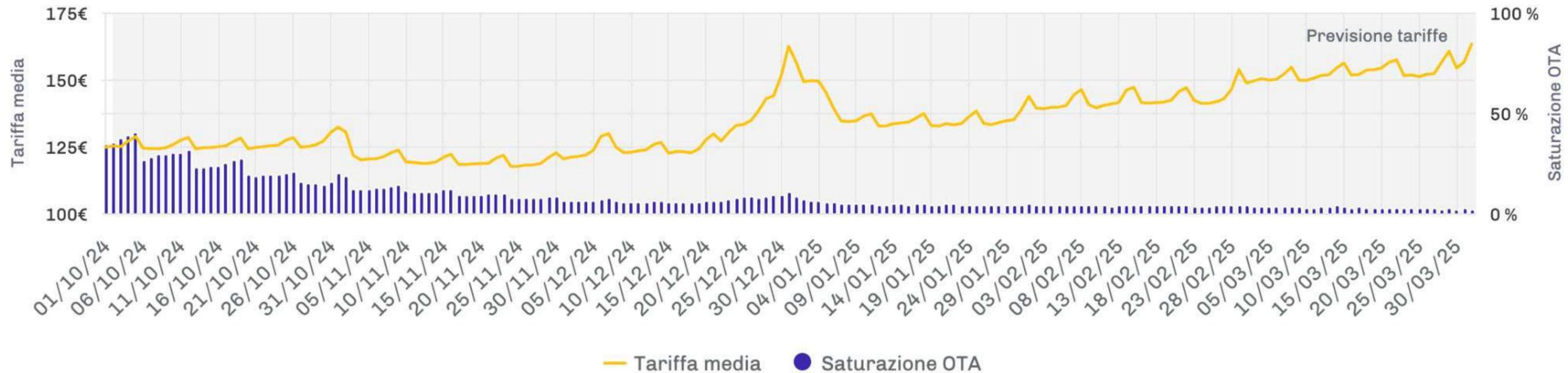
SATURAZIONE OTA



TARIFFA MEDIA

130€

+5,8%



Passeggeri in arrivo nei prossimi sei mesi

OTT 2024 - MAR 2025

Passeggeri
confermati



1,2M

▲ 7,4%

Finestra di
prenotazione



106,0 Giorni

▲ 5,1%

Durata del soggiorno



9,4 Notti

▼ -8,5%



Passeggeri in arrivo nei prossimi sei mesi

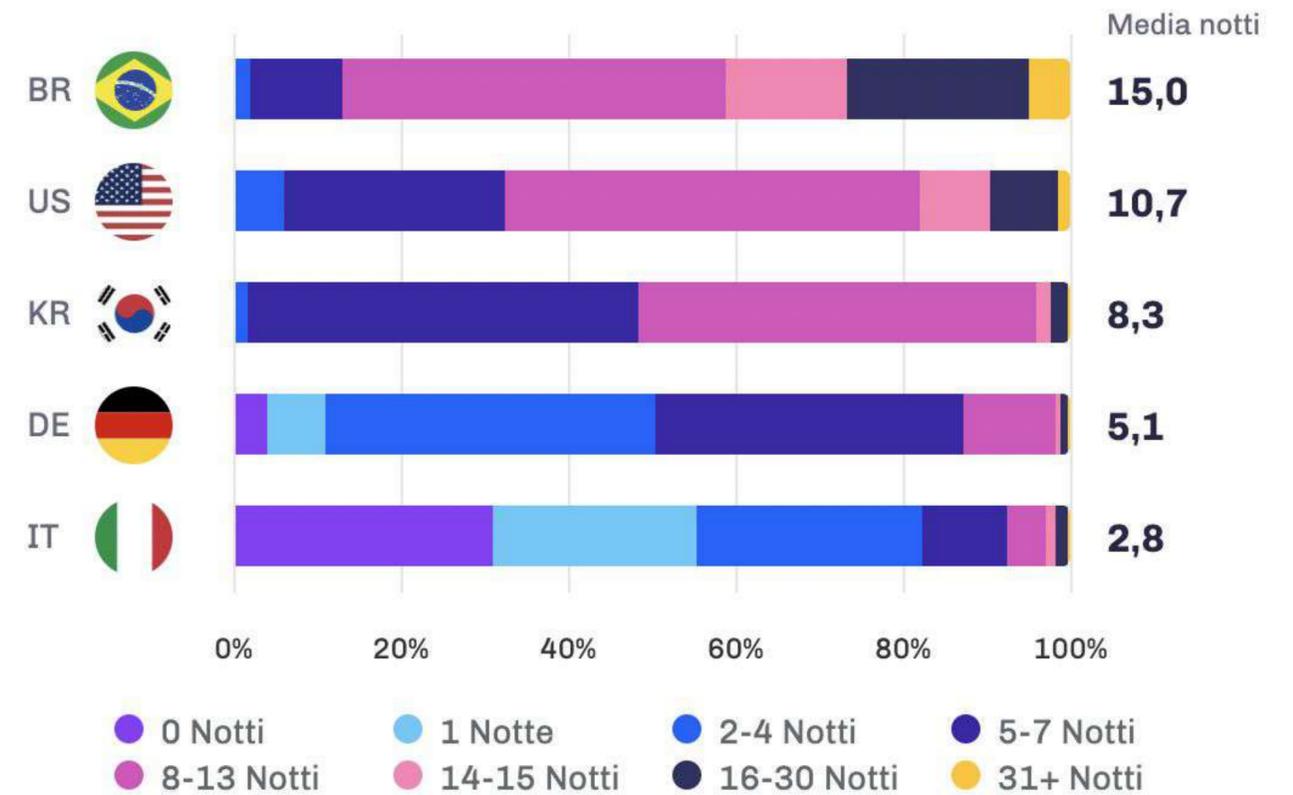
OTT 2024 - MAR 2025



DURATA DEL SOGGIORNO



Durata del soggiorno dei soli viaggi di andata e ritorno, per paese di provenienza.



#IDD2024

Cosa apprezzano i turisti in Italia?

Top 10 attrazioni italiane ordinate per volume di contenuti

SET 2023- AGO 2024

			CONTENUTI	SENTIMENT
6°	MUSEO LEONARDO DA VINCI	Firenze	14.7 mila	95,5 /100
7°	PONTE DI RIALTO	Venezia	13.6 mila	93,2 /100
8°	PIAZZA NAVONA	Roma	12.4 mila	93,8 /100
9°	SCALINATA DI TRINITÀ DEI MONTI	Roma	11.6 mila	91,3 /100
10°	ARENA DI VERONA	Verona	10.1 mila	92,9 /100



MILANO

4° Duomo di Milano

CONTENUTI 17.5 mila
SENTIMENT 95



1° Fontana di Trevi

CONTENUTI 31.6 mila
SENTIMENT 93,4



PISA

3° Torre di Pisa

CONTENUTI 17.7 mila
SENTIMENT 94,1



ROMA

2° Colosseo

CONTENUTI 23.3 mila
SENTIMENT 94,1



5° Pantheon

CONTENUTI 15.5 mila
SENTIMENT 93,6

#IDD2024

Focus: le PIZZERIE più apprezzate d'Italia

Le Pizzerie che hanno registrato il Sentiment Score più alto

SET 2023 - AGO 2024

Tutti i POI presi in esame contano oltre 3000 contenuti in un anno



Premio
Italia Destinazione Digitale
Edizione 2024

Analisi della **Ricettività**

Set 2023 - Ago 2024

Presenza digitale



135 k

STRUTTURE RICETTIVE
ONLINE ATTIVE IN ITALIA

DI CUI

89 %

ATTIVE NEGLI ULTIMI 6 MESI

Categoria	Strutture sul totale	Contenuti	Sentiment
HOTEL	40%	62,8%	84,6 /100
B&B	34%	26,8%	88,4 /100
AGRITURISMI	13%	3,8%	90,9 /100
CAMPEGGI	2%	2,2%	83,4 /100
ALTRI ALLOGGI	11%	4,4%	87,2 /100



Le macro aree

86 /100

SENTIMENT MEDIO
IN ITALIA

+0,5 ▲

RISPETTO AL PERIODO
PRECEDENTE



NORD
+0,6 punti

85,6 /100
SENTIMENT DEGLI OSPITI
nel comparto **ricettivo**



CENTRO
+0,9 punti

84,7 /100
SENTIMENT DEGLI OSPITI
nel comparto **ricettivo**



SUD
+0,6 punti

87,4 /100
SENTIMENT DEGLI OSPITI
nel comparto **ricettivo**

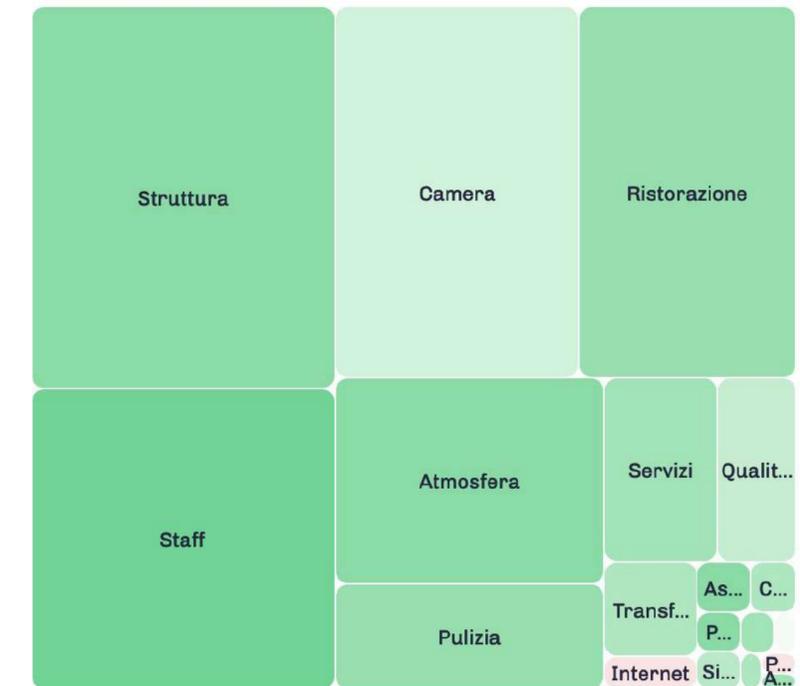
Argomenti di discussione



	Sentiment	Contenuti
Struttura	89,4 /100 ▲	23% ▲
Staff	94,2 /100 ▲	18% ▼
Camera	71,8 /100 ▼	18% ▼
Ristorazione	87,6 /100 ▲	16% ▼
Atmosfera	90,1/100 ▲	11% ▼
Pulizia	87,5 /100 ▲	5% ▼
Servizi	83,7 /100 ▲	4% ▲
Qualità prezzo	73,3 /100 ▲	3% ▲
Transfer e Parcheggio	81,4 /100 ▲	2% ▲

86 /100

SENTIMENT MEDIO IN ITALIA



Premio
Italia Destinazione Digitale
Edizione 2024

Analisi degli affitti brevi

Set 2023 - Ago 2024

Presenza digitale



166 k

AFFITTI BREVI ONLINE
ATTIVI IN ITALIA

DI CUI

86 %

ATTIVE NEGLI ULTIMI 6 MESI

Categoria	Strutture attive	Contenuti	Sentiment
CASA/ APPARTAMENTO	61%	51,5%	91,7 /100
AFFITTACAMERE	30%	37,4%	88,9 /100
APPARTAMENTO VACANZE	9%	11,1%	90,2 /100

Le macro aree



90,9 /100

SENTIMENT MEDIO
IN ITALIA

+0,4

RISPETTO AL PERIODO
PRECEDENTE



NORD
+0,0 punti

90,1 /100

SENTIMENT DEGLI OSPITI
nel comparto **AFFITTI BREVI**



CENTRO
+0,3 punti

90,5 /100

SENTIMENT DEGLI OSPITI
nel comparto **AFFITTI BREVI**



SUD
+0,4 punti

90,9 /100

SENTIMENT DEGLI OSPITI
nel comparto **AFFITTI BREVI**

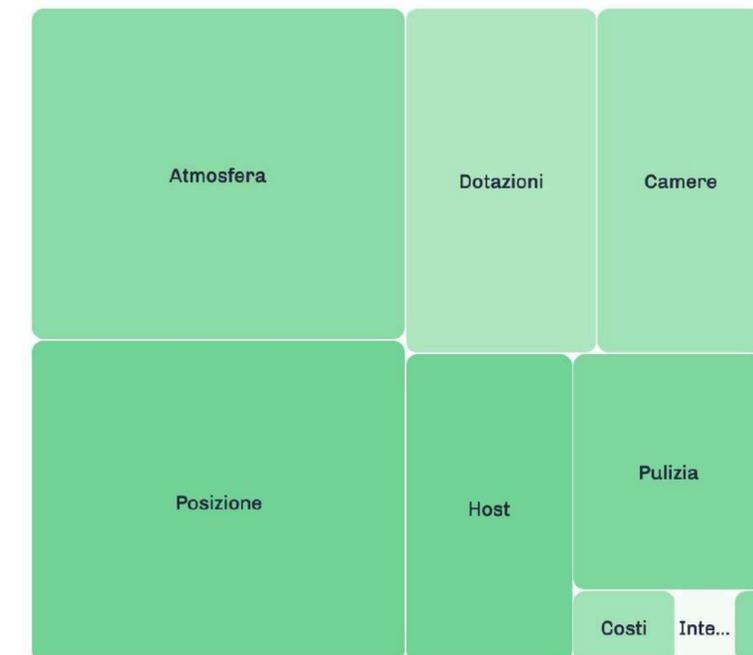
Argomenti di discussione



	Sentiment	Contenuti
Atmosfera	89,8 /100 =	26% =
Posizione	95,0 /100 =	26% =
Dotazioni	80,1 /100 ▲	14% =
Camere	84,5 /100 ▲	12% ▼
Host	94,8 /100 ▲	11% =
Pulizia	91,3 /100 ▲	9% ▼
Costi	83,0 /100 ▲	1% ▼
Internet	61,3 /100 ▲	1% ▼

90,9 /100

SENTIMENT MEDIO IN ITALIA



Premio
Italia Destinazione Digitale
Edizione 2024

Analisi di Locali e Ristorazione

Set 2023 - Ago 2024

Presenza digitale



344 k

ATTIVITÀ LOCALI E
RISTORAZIONE ONLINE
ATTIVI IN ITALIA

DI CUI

89 %

ATTIVE NEGLI ULTIMI 6 MESI

Categoria	Strutture attive	Contenuti	Sentiment
RISTORANTE	37%	52,9%	87,0/100
BAR	25%	10,2%	85,6 /100
PIZZERIA	12%	15,4%	86,9 /100
GELATERIA	4%	3,4%	89,0 /100
ALTRI LOCALI	22%	18,1%	86,2 /100

Le macro aree



86,7 /100

SENTIMENT MEDIO
IN ITALIA

+0,3 ▲

RISPETTO AL PERIODO
PRECEDENTE



NORD

+ 0,3 punti

86,6 /100

SENTIMENT DEGLI OSPITI
nel comparto **Locali e
Ristorazione**



CENTRO

+0,5 punti

87,4 /100

SENTIMENT DEGLI OSPITI
nel comparto **Locali e
Ristorazione**



SUD

+0,2 punti

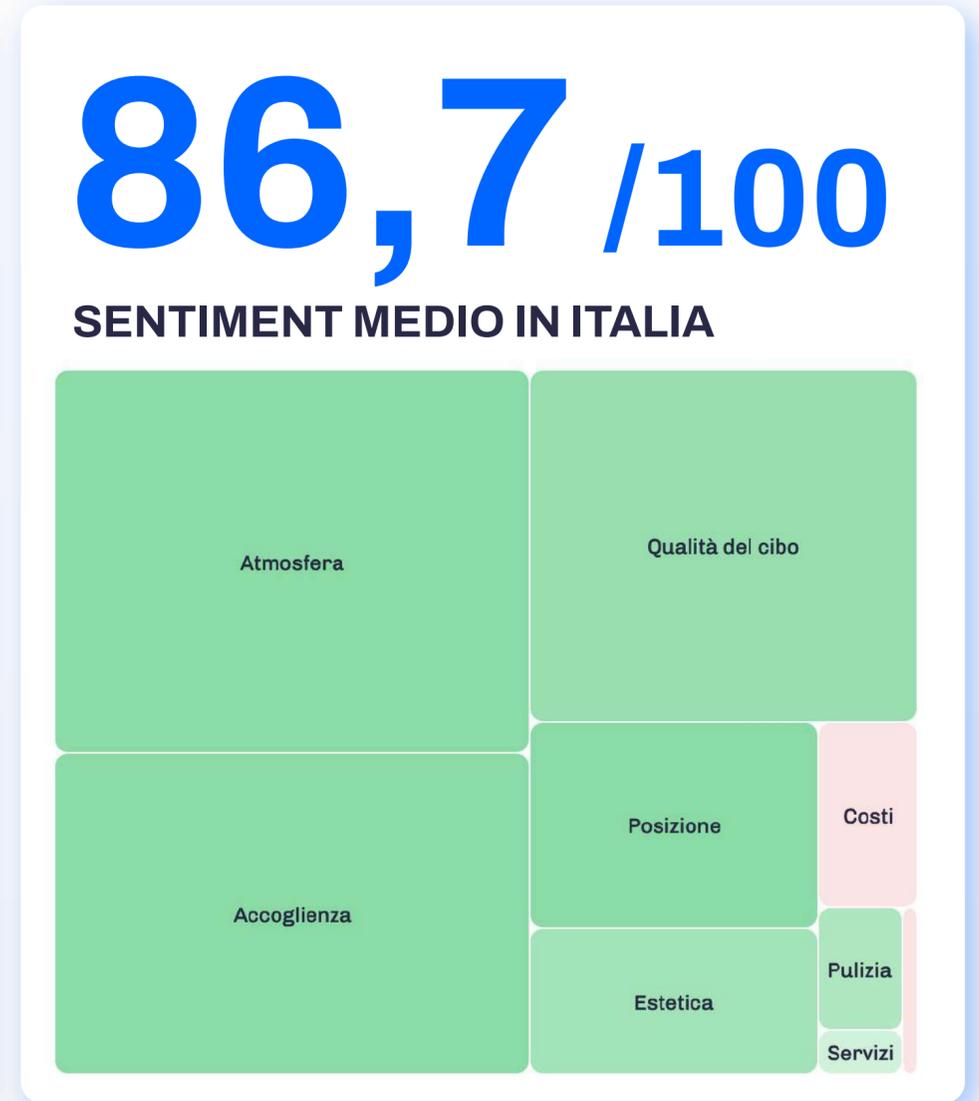
86,7 /100

SENTIMENT DEGLI OSPITI
nel comparto **Locali e
Ristorazione**

Argomenti di discussione



	Sentiment		Contenuti	
Atmosfera	88,3/100 ▼		30%	=
Accoglienza	90,1 /100 ▼		25%	=
Qualità del cibo	85,6 /100 ▼		23%	=
Posizione	90,7 /100 ▼		10%	=
Estetica	84,7 /100 ▲		7%	▲
Costi	52,2 /100 ▲		3%	=
Pulizia	81,2 /100 ▼		2%	=
Servizi	71,9/100 ▼		0,6%	▼
Organizzazione	58,4 /100 ▼		0,4%	▲



Premio
Italia Destinazione Digitale
Edizione 2024

Analisi delle **Attrazioni**

Set 2023 - Ago 2024

Presenza digitale



152 k

ATTRAZIONI ATTIVE
ONLINE IN ITALIA

DI CUI

73 %

ATTIVE NEGLI ULTIMI 6 MESI

Categoria	Strutture attive	Contenuti	Sentiment
ATTRAZIONE	20%	29,3%	91,4 /100
PARCO	14%	8,6%	88,7 /100
MUSEO	9%	15,6%	92,1 /100
BAGNO/LIDO	8%	8,0%	85,0 /100
ALTRE ATTRAZIONI	49%	20,9%	92,9 /100

* Monumenti, teatri, biblioteche, castelli, esperienze, lidi, ecc.



Le macro aree

91,1 /100

SENTIMENT MEDIO
IN ITALIA

+0,2▲

RISPETTO AL PERIODO
PRECEDENTE



NORD
+0,2 punti

91,2 /100

SENTIMENT DEI VISITATORI
nel comparto **attrazioni**



CENTRO
+0,2 punti

92,0 /100

SENTIMENT DEI VISITATORI
nel comparto **attrazioni**



SUD
+0,2 punti

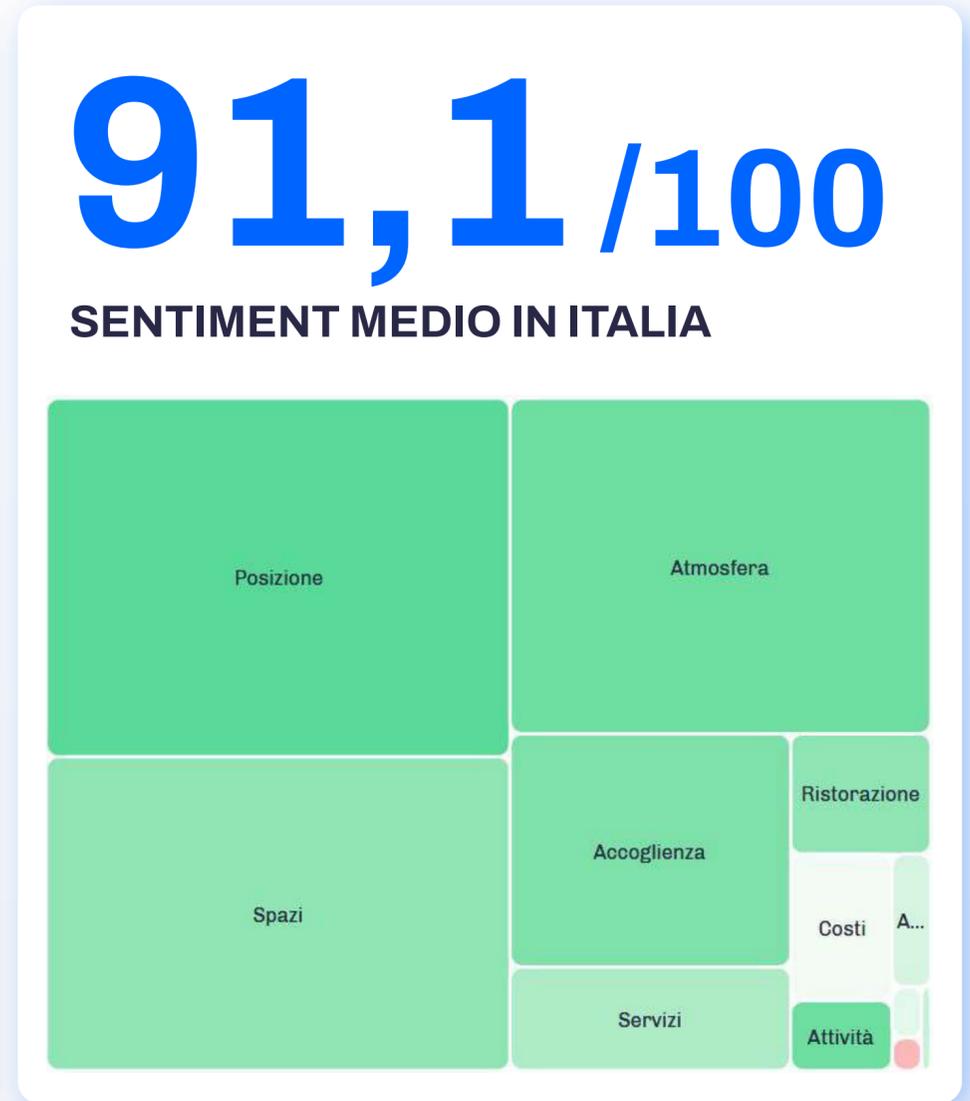
90,2 /100

SENTIMENT DEI VISITATORI
nel comparto **attrazioni**

Argomenti di discussione



	Sentiment	Contenuti
Posizione	92,7 /100 ▼	28% ▼
Spazi	84,7 /100 ▼	24% ▼
Atmosfera	90,8 /100 ▼	24% ▲
Accoglienza	87,6 /100 ▼	11% ▲
Servizi	78,7 /100 ▼	5% ▲
Ristorazione	83,9 /100 ▼	3% ▼
Costi	61,0 /100 ▲	3% ▲
Attività	89,7 /100 ▼	1% ▲
Accessibilità	68,6 /100 ▼	1% ▲



Dati chiave - "Tutti i dati d'Italia 2024"

- **Calo di POI e recensioni:** rispetto allo scorso anno i punti di interesse sono scesi da 876 mila a 797 mila, e le recensioni online da 40 a 32 milioni. Questo trend potrebbe riflettere il calo del turismo interno dovuto alla minore disponibilità economica e all'aumento dei prezzi, soprattutto nelle strutture ricettive.
- **Incremento delle tariffe:** Le analisi indicano un aumento delle tariffe medie di hotel e affitti brevi pubblicate sulle OTA, pari a oltre il 9% nell'ultimo anno. Le proiezioni per il periodo ottobre-marzo 2024 indicano un ulteriore aumento del 6%, portando la tariffa media a circa 130 euro per notte.
- **Contrazione del turismo domestico vs internazionale:** I dati relativi ai passeggeri italiani mostrano una riduzione del numero di viaggi aerei e della durata media dei soggiorni. Tuttavia, vi è un incremento dei voli GDS totali in arrivo nei prossimi 6 mesi, con un aumento del 7,4% rispetto allo stesso periodo dell'anno prima. Crescono i flussi di Stati Uniti, Germania, Francia e Corea.
- **I visitatori stranieri rappresentano il 58,2% del totale**, con un incremento dell'1,5% rispetto all'anno precedente. I principali mercati di origine, dopo l'Italia, sono Germania, Francia, Regno Unito e Spagna. La soddisfazione generale dei visitatori stranieri è elevata, con un punteggio di 84/100, confermando il forte gradimento dell'esperienza turistica italiana.
- **Focus Overturism:** comparando le grandi città con i piccoli borghi a forte vocazione turistica, come San Gimignano, questi ultimi risultano maggiormente vulnerabili a causa della loro stagionalità concentrata nei mesi estivi e della limitata disponibilità ricettiva. In tutti i casi, la forte dipendenza dalle OTA mette in luce una capacità di disintermediare con ampi margini di miglioramento.
- **Ricettività:** Sono state analizzate circa 135 mila strutture, con un punteggio di sentiment pari a 86/100. Lo staff è l'aspetto più apprezzato (94/100), mentre la qualità delle camere e il rapporto qualità-prezzo rimangono i punti critici.
- **Affitti brevi:** case vacanza e appartamenti contano circa 166 mila offerte online. Il sentiment dei viaggiatori è in crescita e raggiunge un punteggio di 90,9/100. La posizione degli alloggi e l'ospitalità dei proprietari sono i fattori più apprezzati.
- **Locali e ristorazione:** il comparto della ristorazione ha visto l'analisi di circa 344 mila attività. Il sentiment medio rimane stabile a 86,7/100, ma osti e pulizia risultano essere gli aspetti più criticati.
- **Attrazioni culturali:** le attrazioni analizzate, 152 mila, mantengono il sentiment più alto, pari a 91/100. I visitatori apprezzano particolarmente la posizione e l'atmosfera, mentre costi e accessibilità continuano a rappresentare delle aree di miglioramento.

Metodologia

Metodologia

The Data Appeal Company è un **data provider di alternative data**. Attraverso le proprie tecniche proprietarie raccoglie e monitora la presenza digitale dei **POI**, ovvero i **punti di interesse di un'area**, attraverso l'analisi di decine di portali, siti web, OTA, social media, dai più noti a quelli più specializzati per comparto.

La metodologia di recupero prevede un processo di ricognizione e di riconduzione univoca attraverso un algoritmo che ha lo scopo di **massimizzare la probabilità che i canali esplorati siano relativi al medesimo POI**.

Dopo un complesso processo di data quality, per ciascun POI rilevato vengono esplorate caratteristiche proprie - come localizzazione, tipologia, servizi - e dei visitatori - come provenienza, lingua, tipologia di viaggio. I contenuti della digital human experience (recensioni, giudizi, commenti, punteggi, ecc.) vengono **letti e analizzati semanticamente attraverso meccanismi proprietari di intelligenza artificiale nel linguaggio naturale**, nella forma originale, per identificare le logiche e il tono emozionale.

Il risultato principale è il **Sentiment Score**, ovvero un indice sintetico che esprime il grado di soddisfazione in base 100, ovvero la quota di giudizi positivi all'interno dell'insieme di tutti i contenuti analizzati.

A questo score di polarità per ogni contenuto, si aggiungono i **main topic e i soggetti (aspects) e giudizi (opinions) connessi**. Negli anni sono state sviluppate numerose altre tecniche, tra cui il rates checker per l'ospitalità, con la raccolta delle tariffe giornaliere (con monitoraggio più volte al giorno) pubblicate sulle OTA. Grazie a sofisticati tool di Business Intelligence dedicati e a tecniche di Data Visualization, i dati vengono offerti in maniera interattiva attraverso la piattaforma **D / AI Destinations** di modo che ogni tipologia di utente abbia la possibilità di leggere tutte le informazioni necessarie in maniera autonoma. The Data Appeal Company SpA (ex Travel Appeal) è stata acquisita nel 2022 da Almax SpA, società quotata sul mercato Euronext Growth Milan di Borsa Italiana e parte del gruppo Almax.

Il presente report è il frutto di un'analisi di circa 32 milioni di contenuti online dal 1 settembre 2023 al 31 agosto 2024 (ove non sia specificato diversamente) su circa 797 mila punti d'interesse in Italia nei comparti ricettività, locali e ristorazione, attrazioni e affitti brevi. L'analisi delle tariffe OTA, dei voli e dei passeggeri in arrivo è estratta dalla piattaforma D / AI Destinations. I dati della Sezione Voli sono forniti dal partner Travelport e relativi ai principali GDS internazionali. I premi e i riconoscimenti derivano da metodologie sintetizzate nelle singole descrizioni.

Per maggiori informazioni: info@datapeal.io



I Premi



EDIZIONE 2024

Destinazione con la Miglior Offerta Enogastronomica

La regione che ha registrato il sentiment più elevato nei comparti
considerati sul cluster **Cibo / qualità del cibo**

Powered by:  THE DATA APPEAL COMPANY

Destinazione con la Miglior
Offerta Enogastronomica

Ragusa SICILIA

1° RAGUSA
(SICILIA)

2° DOLOMITI PAGANELLA
(TRENTINO)

3° CARNIA
(FRIULI VENEZIA
GIULIA)

Powered by:  THE DATA APPEAL COMPANY



Almaviva



Premio Destinazione più apprezzata dagli stranieri



La destinazione che ha registrato il **Sentiment più elevato** nei comparti considerati, in relazione alla quantità media di contenuti per punti d'interesse attivi (POI)

Powered by:  THE DATA APPEAL COMPANY



Destinazione più apprezzata
dagli stranieri

Parco della Maiella ABRUZZO

1° PARCO DELLA MAIELLA
(ABRUZZO)

2° COLLINE DEL PROSECCO
(VENETO)

3° LANGHE
MONFERRATO ROERO
(PIEMONTE)

Powered by:  THE DATA APPEAL COMPANY



Almaviva

Premio Borgo più Amato d'Italia

Borgo con il migliore rapporto tra livello di soddisfazione e popolarità
turistica tra i Borghi Bandiera Arancione del Touring Club Italiano



Premio
Premio Borgo
più Amato d'Italia

Peccioli TOSCANA

1° PECCIOLI
(TOSCANA)

2° RIPATRANSONE
(MARCHE)

3° PETRALIA
SOTTANA
(SICILIA)



Peccioli TOSCANA

Powered by:

- 1° ...OLI (IA)
- 2° RIPATRANSONE (MARCHE)
- 3° PETRALIA SOTTANA (SICILIA)

Almaviva

BW | Best Western

HBenchmark

VISA

Maggioli

ALMAWAVE

bva
Doxa



 Premio Almageve
Smart Destination 

Powered by:  THE DATA APPEAL COMPANY





Premio Almage
Smart Destination



PUGLIA

Destinazione che si è distinta nella gestione e nell'approccio
innovativo e data-driven al destination management

Powered by:



THE DATA APPEAL COMPANY



Destinazione che si è distinta nell'... e nell'approccio
innovativo e data-driven al de... management





Premio Destination Sustainability Index



Destinazione che ha registrato la media più elevata del Sustainability Index

Powered by:  THE DATA APPEAL COMPANY



Premio Destination
Sustainability Index

TRENTINO

Destinazione che ha registrato la media più elevata del
Destination Sustainability Index

Powered by:  THE DATA APPEAL COMPANY



Destinazione che ha registrato la media più elevata
Destination Sustainability Index





Premio Inclusivity Index



Powered by:  THE DATA APPEAL COMPANY

Destinazione che ha registrato la media più elevata dell'Inclusivity Index



Premio Inclusivity
Index

LOMBARDIA

Destinazione che ha registrato la media più elevata
dell'Inclusivity Index

Powered by:  THE DATA APPEAL COMPANY

Destinazione che ha registrato la media più elevata
del **Travel Index**

Alitalia

Club Italiano

West Western
Hotels & Resorts



VISA





Premio Cashless Destination



Destinazione con il più importante utilizzo di pagamenti elettronici





Premio
Cashless
Destination



PIEMONTE

Destinazione con il più importante utilizzo di pagamenti elettronici

Powered by:  THE DATA APPEAL COMPANY



Destinazione con importante utilizzo di pagamenti elettronici

Almawave
Touring Club Italiano

West Western
Travel & Resort



VISA

Maggioli

ALMAWAVE
L'AVVENTURA



Destinazione europea più apprezzata dagli italiani

Destinazione europea con il migliore rapporto
tra livello di soddisfazione e popolarità per gli italiani in vacanza

Destinazione europea più apprezzata dagli Italiani

Comunidad Foral de Navarra SPAGNA

1° COMUNIDAD FORAL
DE NAVARRA
(SPAGNA)

2° CLARE ISLAND
(IRLANDA)

3° BRAGA
(PORTOGALLO)

1° COMUNIDAD FORAL
DE NAVARRA
(SPAGNA)

2° CLARE ISLAND
(IRLANDA)

3° BRAGA
(PORTOGALLO)

Almayor

Club Italiano

Best Western
Hotels & Resorts

benchmark



VISA

Maggioli

ALMA



Destinazione con la Miglior Reputazione

Destinazione con il migliore rapporto tra livello
di soddisfazione e popolarità turistica



Powered by:  THE DATA APPEAL COMPANY



Destinazione con la Miglior
Reputazione



VENETO

1° VENETO

2° BASILICATA

3° TRENINO

Powered by:  THE DATA APPEAL COMPANY

1° ... 2° BASILICATA 3° TRENINO

Almaviva



BW

mark

VISA

Maggioli

ALM



Scarica il report



Ascolta il podcast



<https://datappeal.io/it/italia-destinazione-digitale/>

<https://datappeal.io/it/podcast/>