



# STATISTICHE

numeri e grafici per capire il Veneto

Flash

Il Veneto è da anni la prima regione turistica. Nel 2014 (\*) i visitatori sono ancora in crescita (+1,7%) - superano per la prima volta i 16 milioni - così come i pernottamenti (+0,5%, per un valore di circa 61,9 milioni).

Un particolare apprezzamento è riservato alle nostre città d'arte: da anni esse sono forti poli attrattori, meta del 53% dei turisti che arrivano in Veneto e che totalizzano il 30,5% delle presenze regionali. Il numero di arrivi nelle città d'arte nel corso degli anni è sempre in crescita, a parte la leggera flessione registrata all'inizio della crisi economica mondiale. Nel 2014 superano 8,6 milioni di arrivi. Anche le

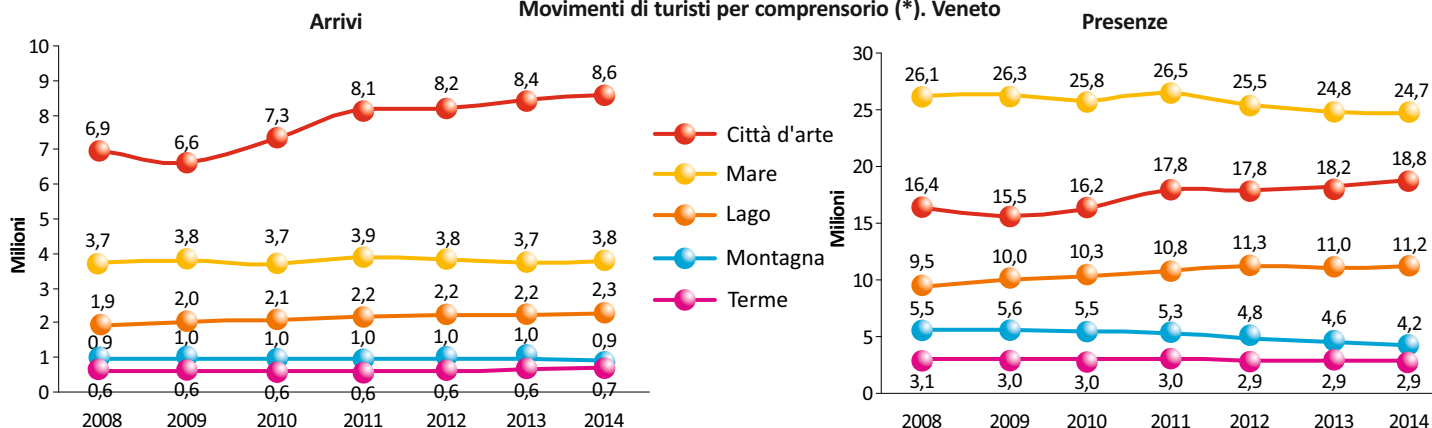
## IL TURISMO CULTURALE NON CONOSCE CRISI

presenze registrano un trend sempre crescente, a differenza di altre destinazioni caratterizzate da andamenti più stabili o leggermente in calo. Nel 2014 si raggiungono 18,8 milioni di pernottamenti.

Caratteristica delle città d'arte è la durata del soggiorno, relativamente più breve rispetto ad altre tipologie di destinazione. Il numero di notti mediamente trascorse è pari a 2,2.

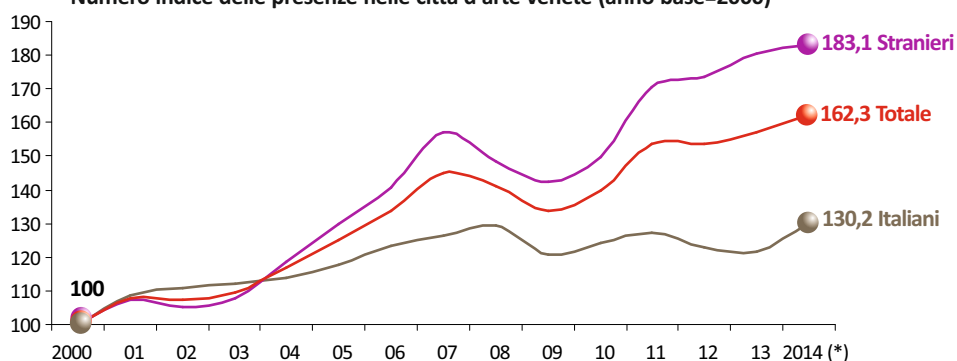
Il numero indice delle presenze nelle città d'arte non solo conferma e sottolinea maggiormente il loro successo, ma ci restituisce un dato positivo per la componente italiana: non solo è diminuita meno che nel resto del Veneto, ma negli ultimi anni si è stabilizzata e nel corso del 2014 ha dato un primo segnale di recupero. Le città d'arte sono comunque apprezzate da una clientela prevalentemente internazionale (quasi il 70% di arrivi e di presenze) che assicurerà anche per il futuro una domanda in crescita.

### UN'ATTRATTIVITÀ IN CRESCITA Movimenti di turisti per comprensorio (\*). Veneto



### NELLE CITTÀ MOLTI TURISTI STRANIERI, MA GLI ITALIANI TORNANO A CRESCERE

Numero indice delle presenze nelle città d'arte venete (anno base=2000)



(\*) Il dato della provincia di Vicenza per i mesi di novembre e dicembre 2014 è stimato

Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat - Regione Veneto

SONO DISPONIBILI:

- Commercio estero dati 2014(provvvisori)
- Occupazione femminile e maschile in Veneto : il volume
- Matrimoni anno 2013

<http://www.regione.veneto.it/web/statistica>

Ma da dove arrivano i turisti stranieri che visitano le nostre città? Si tratta soprattutto di americani (oltre 600 mila arrivi medi annui) e di europei (francesi, tedeschi e inglesi in primis) a conferma dei mercati ormai consolidati e storici. È importante sottolineare come negli ultimi anni si siano affacciati nuovi mercati ricchi di potenzialità future, in particolare Cina e Russia. La Cina dal 2011 ha conquistato la 4°

## GLI STRANIERI CHE AMMIRANO LE CITTÀ VENETE

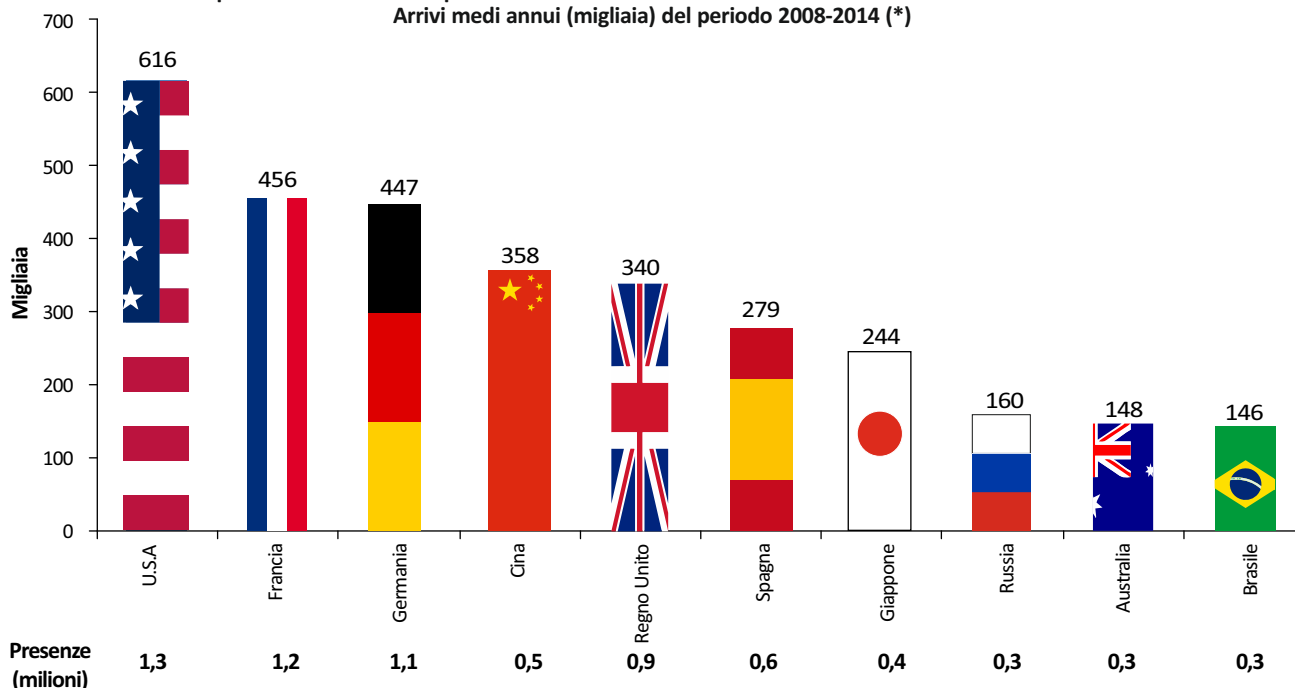
posizione, surclassando rispetto alla 7° posizione del 2008, Regno Unito, Spagna e Giappone. Nel 2014 (\*) 589 mila cinesi hanno visitato le nostre città: nel periodo 2008-2014 hanno segnato una crescita complessiva pari a +237,6%, pari ad una crescita media annua di circa il 22%. Le notti trascorse hanno quasi raggiunto quota 762 mila, con un aumento del

190,5% nel periodo 2008-2014 e un aumento medio annuo di circa il 20%. Importante il dato che ci dice che quasi il 95% dei Cinesi che arrivano in Veneto ha una città d'arte come destinazione.

Anche il mercato russo sembra gradire soprattutto le città d'arte, scelte come destinazione in circa il 71% dei casi. Se dal 2009 fino al 2013 il numero di russi è risultato in forte crescita, con un aumento medio annuo del 28,5%, l'arresto del 2014 è il primo segnale di crisi di questo mercato.

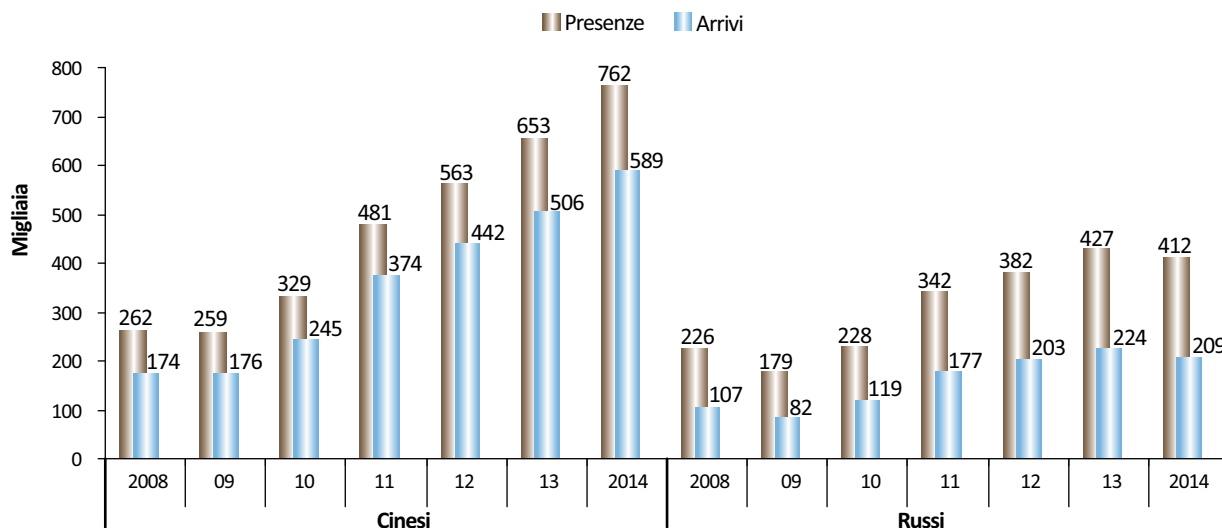
### CLIENTI TRADIZIONALI ED EMERGENTI

Le prime 10 nazionalità di provenienza dei turisti stranieri che visitano le città d'arte del Veneto.  
Arrivi medi annui (migliaia) del periodo 2008-2014 (\*)



### LE COMITIVE DI CINESI E L'INTERESSE DEI RUSSI

I turisti cinesi e russi nelle città d'arte del Veneto (\*)



(\*) Il dato della provincia di Vicenza per i mesi di novembre e dicembre 2014 è stimato

Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Istat - Regione Veneto

La rivoluzione digitale e il grande sviluppo dei social network in particolare porta anche a nuove tipologie di analisi. Ad esempio l'analisi semantica dei post pubblicati sui social media: consiste nella classificazione e interpretazione dei commenti pubblicati. La tecnologia individua i concetti chiave che compongono i post, ne valuta il "mood" (sentimento), individua gli argomenti più discussi. Tutto questo

## IL "MOOD" DEI TURISTI ATTRAVERSO I LORO POST

ci permette di cogliere la reale percezione dei turisti, ci dice di cosa parlano, come ne parlano e quale sentimento se ne può estrarre.

L'analisi<sup>1</sup> di 570.000 post in lingua inglese pubblicati da persone che sono state in vacanza in Italia (primavera 2014) promuove l'Italia turistica nel suo complesso, assegnandole una valutazione complessiva di 77 punti

su 100 (il valore di 60 punti è convenzionalmente stabilito come "sufficienza"). Ma porta anche ad alcune osservazioni particolarmente interessanti per il Veneto e le nostre più famose città d'arte, Venezia e Verona.

Infatti la tecnica di analisi permette di collocare gli argomenti trattati nei post su una "nuvola semantica" per evidenziarne le vicinanze e le connessioni. Ad esempio, mettendo "Italy" al centro della nuvola escono termini di grandezza e vicinanza diversa ad indicare quanto e come vengono citati. Intorno al concetto di Italia, i termini più utilizzati sono hotel, viaggio, biglietto, Venezia, meteo, attività da fare, cibo. Colpisce la presenza di Venezia, Firenze e Roma e di nessun'altra destinazione, come se agli occhi dei turisti le 3 città racchiudessero gran parte del senso di un viaggio in Italia.

Quali sono gli argomenti più discussi dai nostri ospiti? Primo fra tutti i "Trasporti": come muoversi, come raggiungere i luoghi d'interesse, come la qualità dei trasporti influisce sul tenore del viaggio.

Dopo la questione della mobilità, il secondo argomento d'interesse è rappresentato dalla cultura, dall'arte, dalle possibilità di intrattenimento (musei, spettacoli, mostre, ecc.). Al terzo posto le informazioni legate al commercio e allo shopping; al quarto i punti di accesso al wi-fi. Seguono la criminalità, le informazioni su singoli beni di consumo, la politica.

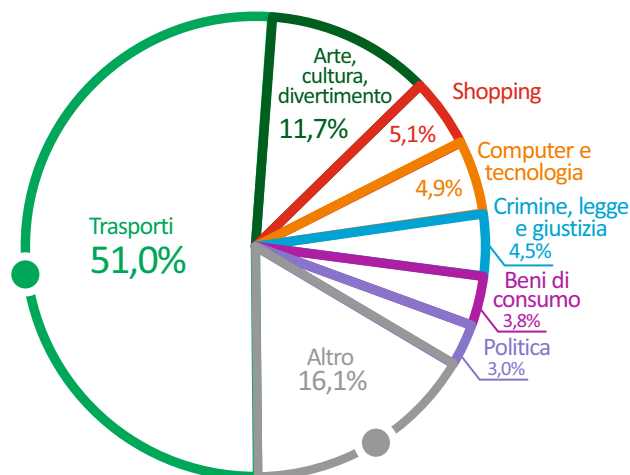
Dall'analisi dei post emerge che piace molto la piazza (punteggio 81/100), un elemento che connota le nostre città d'arte; della piazza piace la libertà, il fatto che la si possa "usare" liberamente, piace lo stile di vita che delinea, il tipo di relazioni umane che promuove.

Un altro elemento caratteristico molto amato dai turisti sono i nostri bar (punteggio 80/100): piacciono per la loro comodità, per la loro localizzazione spesso strategica in punti di grande bellezza, per la vista, per il caffè, per la colazione italiana. Venezia e Verona compaiono fra le prime dieci città d'arte italiane citate per entrambi gli elementi. E, ovviamente, non mancano le citazioni per musei e siti archeologici.

### SE DICO "ITALIA" ... DICO ... La nuvola delle connessioni semantiche



### DI COSA PARLANO I POST DEI NOSTRI OSPITI? Gli argomenti più trattati



### LE NOSTRE CITTÀ D'ARTE VENGONO CITATE SOPRATTUTTO PER ...

Le piazze	n° citazioni
Venezia	2.366
Firenze	1.689
Roma	1.610
Napoli	668
Bologna	576
Milano	471
Siena	448
Taormina	427
Torino	375
Verona	274

I bar	n° citazioni
Venezia	2.589
Firenze	573
Roma	498
Milano	370
Napoli	214
Bologna	155
Verona	135
Cagliari	125
Torino	83
Siena	75

I musei e siti archeologici	n° citazioni
Roma	2.540
Firenze	1.682
Venezia	1.550
Milano	278
Siena	222
Pisa	212
Napoli	195
Bologna	192
Torino	183
Pompei	147

<sup>1</sup> Rapporto sulla percezione dell'Italia turistica, Analisi semantica dei post in lingua inglese pubblicati sui social media, Sociometrica / Expert system, Rapporto a cura di Antonio Preiti, Tecnologia Semantica Cogito © Expert System

# STATISTICHE *Flash*

I flussi stranieri svolgono un ruolo fondamentale per il turismo veneto, fungendo da traino in momenti di crisi della domanda domestica. La Banca d'Italia stima che le entrate derivanti dall'incoming straniero in Veneto si attestino nel 2014 a circa 4,8 miliardi di €, di nuovo in crescita rispetto all'anno precedente (+1,3%). In tale cifra sono comprese le spese effettuate per alloggio, acquisti e tutti i servizi usufruiti nel Paese visitato da chi è solo di passaggio, da chi è ospite da parenti o amici, da chi utilizza una seconda casa, da chi

alloggia in strutture ricettive a pagamento.

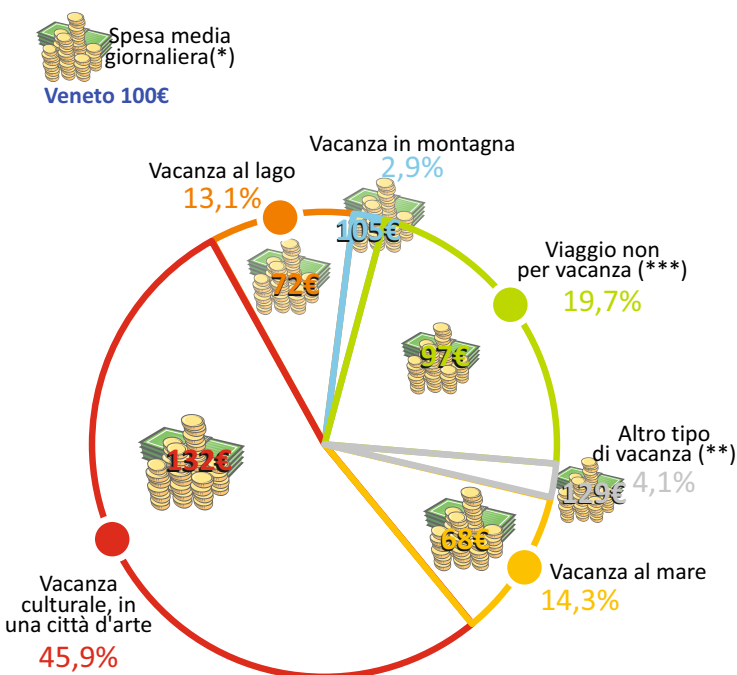
Gli stranieri che nel 2014 trascorrono un'unica giornata sul nostro territorio, senza pernottare, spendono mediamente 70€. Si tratta di una cifra molto superiore alla media nazionale (55€) grazie soprattutto al rilevante apporto di chi viaggia per affari per incontri con clienti, per

## LA SPESA DEI TURISTI STRANIERI

visite di mostre o fiere, corsi di formazione, ecc. Chi invece permane almeno una notte, ma senza spendere alcunché per l'alloggio perché pernotta da parenti o amici oppure in una seconda casa, spende per le medesime voci circa 60€ al giorno. Spostando l'attenzione su chi invece decide di alloggiare in qualche struttura ricettiva, la spesa varia molto a seconda della motivazione del viaggio. Chi visita le città d'arte ha una migliore disponibilità economica: se un turista straniero in Veneto nel 2014 spende mediamente 100 euro al giorno, arriva a quota 132€ nelle città d'arte. Inoltre il 46% della spesa complessiva degli stranieri è destinata ad una vacanza di tipo culturale. Sono i Giapponesi a spendere le cifre più alte: mediamente 183 euro al giorno. Seguono Cinesi e Americani. Altro indicatore della buona disponibilità economica degli stranieri in visita alle nostre città è la scelta della struttura ricettiva: oltre il 54% sceglie di alloggiare in alberghi a 4 e 5 stelle (39% il dato complessivo per il Veneto) e un altro 24% alloggia in alberghi a 3 stelle.

### DOVE SI SPENDE DI PIÙ

Distribuzione della spesa degli stranieri che soggiornano in strutture ricettive venete per motivo del viaggio. Anno 2014

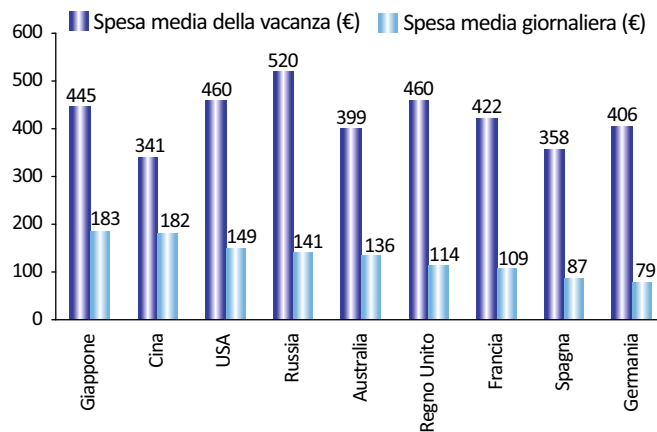


- (\*) Sono comprese le spese per alloggio, ristoranti e bar, acquisti, trasporto nel Paese visitato e altri servizi, è esclusa la spesa del viaggio a/r  
 (\*\*) Vacanza enogastronomica, verde, sportiva, per eventi culturali o sportivi  
 (\*\*\*) Viaggio con almeno un pernottamento in strutture ricettive per lavoro, studio, acquisti, rivedere parenti o amici, per cure, per motivi religiosi, viaggio di nozze, ecc.  
 (\*) Dato 2014 provvisorio  
 (\*\*) Agriturismo, case per ferie, B&B, ostelli, affitta camere, ecc.

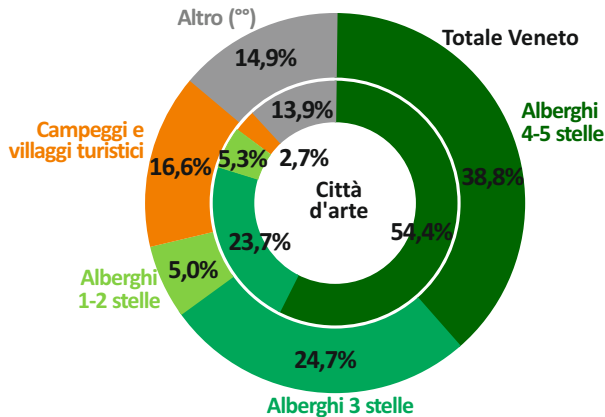
Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Sezione Sistema Statistico Regionale su dati Banca d'Italia e Istat - Regione Veneto

### CHI SPENDE DI PIÙ

La spesa a destinazione dei turisti stranieri (\*). Veneto - Anno 2014



Le strutture ricettive scelte dai turisti stranieri. Anno 2014 (\*)



#### Regione del Veneto

- Vice Presidenza e Assessorato al Territorio, alla Cultura, alla Statistica, agli Affari generali  
 - Direzione del Presidente  
 - Dipartimento EE.LL., Persone Giuridiche e Controllo Atti, Gestioni Commissariati e Post Emergenziali, Statistica, Grandi eventi  
 - Sezione Sistema Statistico Regionale  
 Rio dei Tre Ponti - Dorsoduro 3494/A  
 30123 Venezia  
 tel.041/2792109 fax 041/2792099  
 e-mail: [statistica@regione.veneto.it](mailto:statistica@regione.veneto.it)  
<http://www.regione.veneto.it/web/statistica>

In attuazione alla Legge Regionale n. 8 del 2002, l'Ufficio di Statistica della Regione Veneto raccoglie, analizza e diffonde le informazioni statistiche di interesse regionale. I dati elaborati sono patrimonio della collettività e vengono diffusi con pubblicazioni e tramite il sito internet della Regione Veneto all'indirizzo [www.regione.veneto.it/web/statistica](http://www.regione.veneto.it/web/statistica). Si autorizza la riproduzione di testi, tabelle e grafici a fini non commerciali e con la citazione della fonte.

Per approfondimenti: Linda Vegro tel. 041/2793919  
 Elena Santi tel. 041/2791610