Cresce il turismo in Italia, ma l’offerta digitale non decolla

L’Italia continua ad essere una meta gettonatissima da parte dei turisti stranieri. Secondo le statistiche della Banca d’Italia i visitatori dall’estero nel 2017 sono stati quasi 91 milioni. Rispetto al 2011 si è osservata una crescita di ben 14 milioni di turisti. Le indicazioni che si possono desumere dal 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.
È quanto emerge dal report e-tourism 2018 “Cresce il turismo in Italia, nonostante l’offerta digitale inadeguata” realizzato da **BEM Research**. L’ottimo risultato in termini di afflusso di turisti si scontra però con un peggioramento generalizzato dell’offerta digitale dei principali siti storico-culturali italiani. Combinando le prestazioni dei siti web con l’approccio ai social network, il grado di apprezzamento sui siti specializzati nel turismo e la diffusione di applicazioni per dispositivi mobili è emerso ancora un ampio gap rispetto al quadro europeo.
«Se l’offerta digitale del nostro patrimonio storico-artistico si adeguasse agli standard degli altri paesi europei – spiega **Mariachiara Marsella**, Web marketing manager di BEM Research – l’industria turistica italiana potrebbe avere un notevole impulso. Un migliore utilizzo del web favorirebbe un turismo di qualità, che informato meglio sulle immense opportunità offerte dal nostro paese non si soffermerebbe sempre e solo sulle attrazioni più note. Al riguardo è da notare che la spesa media per turista è contenuta, essendo pari ad appena 430 euro. Prevale quindi ancora il cosiddetto turismo mordi-e-fuggi, mentre proprio grazie al web potremmo riuscire a trasformare il turista in viaggiatore e la semplice vacanza in una vera e propria esperienza».
Nel complesso è il Museo Egizio il sito storico-artistico statale italiano con le migliori prestazioni online. 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 e al terzo posto il Cenacolo Vinciano, che invece era settimo lo scorso anno. Tra le attrazioni più visitate 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). Nel complesso i 20 siti storico-artisticiitaliani considerati hanno attirato circa 17,3 milioni di visitatori (+7% rispetto al 2016) anche grazie alle prime domeniche del mese gratuite, di cui

però si profila l’abolizione da parte del ministro della Cultura, Alberto Bonisoli.