

Valorizzazione della destinazione turistica Marche post sisma: analisi multicanale per un turismo 4.0

21 novembre 2018

Il turismo e la cultura come leve strategiche per lo sviluppo locale delle Marche, da utilizzare sviluppando e potenziando le possibili interazioni per il rilancio del sistema locale dopo il terremoto del 2016. È questo il fulcro del progetto "Valorizzazione della destinazione turistica Marche post sisma", sviluppato da SiCamera in collaborazione con Isnart per la Camera di commercio di Ancona e la Camera di commercio di Fermo - successivamente confluite nella Camera di commercio delle Marche - attraverso una complessa e innovativa analisi multicanale, che ha compreso anche un'attività di social listening finalizzata a monitorare i commenti e le recensioni dei turisti nel web. Il progetto rientra tra le azioni prioritarie d'intervento che le Camere di commercio territoriali stanno realizzando a supporto delle politiche individuate dal Piano Straordinario per il turismo messo a punto dalla Regione Marche. Le analisi si sono concentrate su due tra le principali manifestazioni culturali estive delle province di Ancona e Fermo: il Summer Jamboree di Senigallia e la Cavalcata dell'Assunta di Fermo.

Isnart, l'istituto nazionale ricerche turistiche del sistema camerale, ha fornito il quadro dello scenario turistico regionale con i trend del settore e ha raccolto e analizzato i dati forniti dalle interviste personali svolte sul posto (indagine CAPI) e da quelle telefoniche (indagine CATI), dati che sono serviti per valutare la fruizione ed il livello di soddisfazione dei partecipanti (giudizio sull'evento, canali di informazione, motivazioni del soggiorno, tipo di alloggio, giorni di permanenza, spesa procapite, ecc.).

Per analizzare la ricaduta turistica dei due eventi selezionati sulla promozione turistica delle Marche, SiCamera ha

realizzato un crawler, o spider, tarandolo sulle esigenze specifiche del progetto. Si tratta di un software in grado di analizzare sistematicamente i contenuti di una rete o di un database, grazie ad una serie di monitoraggi periodici e automatizzati. Applicato al web, lo spider visita una lista di URL predefiniti di siti aziende turistiche (hotel, agriturismi, ristoranti, b&b, ecc.), individuando la presenza di una serie di parole chiave inserite inizialmente. Lo spider analizza il testo contenuto nelle pagine dei siti web e ne estrae i termini precedentemente individuati.

Una specifica attività di social listening ha contribuito ad approfondire e completare l'analisi multicanale fornita da SiCamera per il progetto "Valorizzazione della destinazione turistica Marche post sisma". Partendo dalla considerazione che ciascun utente della Rete è, in maniera più o meno volontaria, un produttore di dati, l'analisi del sentiment online relativo al Summer Jamboree e alla Cavalcata dell'Assunta ha consentito infatti un'occasione di confronto tra la comunicazione (promozionale e/o divulgativa) relativa ai due eventi realizzata dagli addetti ai lavori, da un lato, e dagli utenti/fruitori, dall'altro, fornendo una serie di spunti utili per elaborare le future strategie di promozione turistica. Da sottolineare, infine, che il progetto ha rappresentato l'occasione per sperimentare un efficace modello di analisi multicanale che potrà essere applicato, in futuro, ad altre attività progettuali portate avanti da Si.Camera.

Il progetto realizzato da SiCamera e Isnart viene presentato alla Camera di commercio di Ancona mercoledì 21 novembre 2018, nell'ambito di una giornata dedicata al "turismo 4.0" organizzata dal Punto impresa digitale della Camera.