

Comunicato del 7 aprile 2015

Ricerca di ISVRA sui siti web istituzionali di promozione turistica legata ad Expo: inutili o quasi!

E' noto che i servizi turistici si prenotano ormai prevalentemente su internet. Così, evidentemente, è e sarà anche in occasione dell'Expo di Milano, alla quale è stato ripetutamente attribuito un grande effetto sul rilancio del turismo nel nostro Paese.

Che cosa ha fatto sul web l'Italia per cogliere questa grande occasione?

“Secondo una nostra ricerca - osserva Mario Pusceddu, presidente di ISVRA (Istituto Italiano per lo Sviluppo Rurale e l'Agriturismo) - poco o nulla, sia per il numero, sia per la qualità, delle iniziative. Ancora una volta saranno i grandi intermediari stranieri a trarre beneficio dal turismo verso l'Italia”.

In effetti la ricerca di ISVRA mette in evidenza non solo che i siti internet istituzionali realizzati in occasione di Expo per promuovere il turismo sono di poca efficacia, ma anche che al numero di visitatori previsti per Expo possa corrispondere una crescita significativa del turismo nel nostro Paese.

Valutazioni peraltro del tutto coerenti con le perplessità degli operatori del settore turistico-alberghiero che già considerano “timida e lenta” la tendenza delle prenotazioni legate ad Expo, attribuendole un peso nell'ordine del 5% del giro d'affari, persino inferiore a quanto registrato in occasione di altre manifestazioni fieristiche milanesi.

“Quanto poi riguarda la diffusione del turismo, riconducibile alla visita di Expo, in altre zone del Paese, oltre le immediate vicinanze di Milano - conclude Pusceddu - per il momento è notte fonda”.

Di seguito la ricerca

ISVRA - Istituto Italiano per lo Sviluppo Rurale e l'Agriturismo

I siti WEB istituzionali per la promozione turistica dell'Italia collegata ad Expo

1. I siti esaminati

La ricerca di ISVRA ha preso in considerazione i siti internet istituzionali di promozione turistica legati ad Expo:

- Wonderfulexpo2015.info, presentato come “il sito turistico ufficiale di Expo Milano 2015”, sostenuto da Camera di Commercio di Milano, Unioncamere Lombardia, Regione Lombardia ed Expo 2015;
- Wonderfooditaly.info, connesso al precedente, per presentare le Città del Gusto, con lo slogan “Land of favours - Discover the best italian food destinations;
- Verybello.it, presentato come “1000+ cultural events - Viaggia nella bellezza - Italia per Expo 2015”, realizzato dal Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo.

Sono stati inoltre presi in considerazione:

- il sito ufficiale di Expo, Expo2015.org, che peraltro non dà alcuna informazione turistica e non contiene neppure un link ai siti turistici istituzionali;
- il sito ufficiale del turismo italiano, Italia.it, che contiene una pagina dedicata ad Expo, con link a Verybello.it ma non a Wonderfulexpo2015.info.

2. La frequentazione dei siti

Di tutti (tabella 1) è stata rilevata la posizione nella graduatoria mondiale e italiana di frequentazione (dati Alexa.com).

Il migliore è Expo2015.org; segue Italia.it; poi Wonderfulexpo2015.info. Verybello.it ha avuto un brevissimo picco di visite in occasione della pubblicazione a fine gennaio scorso (probabilmente dovuto alla pioggia di critiche che ne sono seguite), poi quasi nulla.

Complessivamente, considerando che l'Italia è uno dei Paesi turisticamente più importanti del mondo, e che c'è il richiamo straordinario di Expo, i risultati sono più che modesti. Si consideri, ad esempio, che i dati di un sito settoriale privato, come Agriturismo.it, sono sensibilmente migliori. E' dunque evidente che gran parte delle prenotazioni per Expo sarà effettuata tramite le grandi OTA statunitensi

Booking.com, Expedia.com, Hotels.com, alle quali andrà circa il 20% del fatturato del ricettivo.

Tabella 1 - Posizionamento nel web mondiale e nazionale dei siti turistici che promuovono Expo (31 marzo 2015)

	Posizione Mondo	Posizione Italia
Expo2015.org	14.759	396
Italia.it	71.834	6.065
Wonderfulexpo2015.info	368.341	11.582
Wonderfooditaly.info	6,931,735	-
Verybello.it	-	-
Agriturismo.it	57.011	1.459
Booking.com	113	-
Expedia.com	412	-
Hotels.com	512	-

3. Le lingue dei siti

Le lingue di traduzione dei contenuti (tabella 2) vedono Wonderfulexpo2015.info (9 lingue) adeguato a tutte le principali provenienze di turisti; Wonderfooditaly.info (7 lingue), come il precedente senza il russo e il giapponese; Italia.it (5 lingue) attento solo alle principali provenienze europee; Expo2015.org (3) e Verybello.it (2), evidentemente insufficienti per soddisfare una lettura in lingua madre da parte di una parte consistente dei possibili visitatori di Expo.

Tabella 2 - Lingue dei siti che promuovono Expo (31 marzo 2015)

	N°	Lingue
Wonderfulexpo2015.info	9	Italiano, inglese, francese, tedesco, spagnolo, portoghese, russo, cinese, giapponese
Wonderfooditaly.info	7	Italiano, inglese, francese, tedesco, spagnolo, portoghese, cinese
Italia.it	5	Italiano, , inglese, francese, tedesco, spagnolo
Expo2015.org	3	Italiano, inglese, francese
Verybello.it	2	Italiano, inglese

4. I servizi di prenotazione e la presentazione dell'Italia

Wonderfulexpo2015.info è l'unico sito, fra quelli considerati, che prevede la presentazione di strutture ricettive e la prenotazione dei posti letto. Vi è inoltre la presentazione di alcune attrattive territoriali (ma solo di Lombardia, Piemonte,

Liguria e Friuli Venezia Giulia), con il rinvio al sito wonderfooditaly.info per la presentazione delle Città del Gusto (ma solo Parma, Bologna e le Langhe). La sezione “dove dormire” presenta, appena 233 strutture ricettive di cui 197 in Lombardia. Evidentemente la partecipazione al progetto delle Regioni più distanti da Milano non c’è stata; ed è stata anche molto modesta anche la partecipazione delle strutture ricettive delle Regioni considerate. Si tenga presente che il principale portale di prenotazioni turistiche, Booking.com, nella sola zona di Milano, tratta circa 1.250 strutture ricettive; in Lombardia più di 6.200.

4. Le prospettive di crescita del turismo verso l’Italia

E’ pur vero che Expo 2015 ha coinvolto il più alto numero di partecipanti e venduto in anticipo il più alto numero di biglietti, ma certo è molto distante, secondo le previsioni (20 milioni di visitatori), dal numero di visitatori di molte precedenti manifestazioni del genere (tabella 3).

Tabella 3 - Visitatori di alcune Expo universali precedenti

Expo precedenti	Visitatori
Shanghai 2010	73,1 milioni
Osaka 1970	64,2 milioni
Parigi 1900	51,9 milioni
Montreal 1967	50,3 milioni
New York 1939	44,9 milioni

D’altra parte la previsione di 20 milioni di visitatori ad Expo 2015, di cui 13 milioni italiani e 7 milioni stranieri, non dà alcuna indicazione sulla eventuale crescita del turismo verso il nostro Paese, visto che nel 2014, anno non certo felice per il turismo italiano, nel periodo maggio-ottobre i viaggiatori stranieri verso l’Italia sono stati circa 48 milioni, di cui 31 milioni con pernottamento (dati Banca d’Italia - tabella 4). Se nel 2015 si dovesse confermare il movimento dell’anno precedente, i 7 milioni di visitatori stranieri dell’Expo equivarrebbero al 14,6% dei turisti (22,6% di quelli con pernottamento), cioè ad una quota ragionevolmente raggiungibile senza che vi sia un incremento del turismo verso l’Italia.

Tabella 4 - Viaggiatori stranieri in Italia nel periodo maggio-ottobre 2014 (migliaia)

	Con pernottamento	Senza pernottamento	Totale	Pernottamenti
Maggio	4.568	2.390	6.958	28.363
Giugno	5.092	3.035	8.127	36.233
Luglio	6.045	3.094	9.139	48.731
Agosto	5.906	3.089	8.995	45.088
Settembre	5.224	2.688	7.912	36.817

Ottobre	4.262	2.499	6.761	25.314
TOTALE	31.097	16.795	47.892	220.546

Stesso discorso vale per i visitatori italiani previsti per Expo: i 13 milioni sarebbero circa il 22% della popolazione, quota raggiungibile anche nell'ambito del movimento turistico interno già consolidato nel 2014, per quanto in flessione rispetto all'anno precedente.

Sono stati osservati da ISVRA anche altri siti privati dedicati alle prenotazioni di posti letto in occasione di Expo, meglio posizionati su Google (ricerca "prenotazioni expo 2015". Nessuno evidenzia dati di visibilità significativi.

In base ai dati esaminati, non vi sono elementi ragionevolmente fondati per affermare che il turismo, interno e proveniente dall'estero, sarà significativamente incrementato da Expo. I progetti di comunicazione realizzati sul web sono oggettivamente debolissimi, per contenuti e visibilità, ai fini del richiamo di nuovi visitatori verso il nostro Paese.

7 aprile 2015