



CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE



UNIONCAMERE



**DAL TOUR  
AL TURISMO  
ATTRAVERSO I DATI**

# MOLISE



ISNART



CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE



UNIONCAMERE

**FONDO DI PEREQUAZIONE 2019-2020 - SOSTEGNO DEL TURISMO  
LINEA DI ATTIVITA' 1 - OSSERVAZIONE ECONOMICA**

**2° REPORT DI ANALISI ECONOMICO – TERRITORIALE  
PER LA CAMERA DI COMMERCIO DEL MOLISE**



ISNART



# Sommario

1.	Premessa .....	4
2.	La filiera turistica .....	6
3.	I turisti in vacanza nel Molise.....	12
4.	I turisti in vacanza nelle provincie del Molise .....	18
5.	Le generazioni di turisti in vacanza in Molise .....	21
6.	Le recensioni dei turisti .....	29
7.	Nota metodologica.....	36





CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE



UNIONCAMERE



ISNART

# Premessa

# 1



## Premessa

Il presente rapporto costituisce **il second step** di analisi economico territoriale per lo svolgimento della linea 1 di Attività «Specializzazione dell'osservazione economica per stare vicino alle imprese e ai territori» del progetto «Fondo di Perequazione 2019-2020 Sostegno del Turismo» realizzato da Isnart per la CCIAA del Molise.

Il Fondo di Perequazione 2019-2020 si pone come obiettivo principale quello di fornire sostegno agli operatori del turismo nella gestione della crisi e nella pianificazione della ripartenza, alla luce delle gravi difficoltà economiche e sociali che hanno investito il settore a livello mondiale.

Questo rapporto si focalizza su un'analisi dell'offerta di filiera e dei turisti in vacanza nella regione. L'ultimo capitolo è dedicato alle recensioni dei visitatori nella destinazione interregionale scelta per il FdP: «Costa del Molise».

Tutte le analisi sono svolte utilizzando sia il patrimonio informativo dei due ecosistemi Turismo Big Data e Mappa delle Opportunità che indagini dirette quali-quantitative alle imprese ricettive e ai turisti in vacanza nella regione.





CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE



UNIONCAMERE



ISNART

# La filiera turistica

# 2



CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE

## Incidenza della filiera turistica sul totale economia



UNIONCAMERE

In Molise sono presenti oltre **3mila imprese** turistiche, con una incidenza pari all'**8,9%** del totale regionale. Il peso relativo è di **1,5 punti inferiore al dato nazionale**.

In Italia sono oltre **630 mila** le imprese turistiche (**10,4%** sul totale dell'economia nazionale).

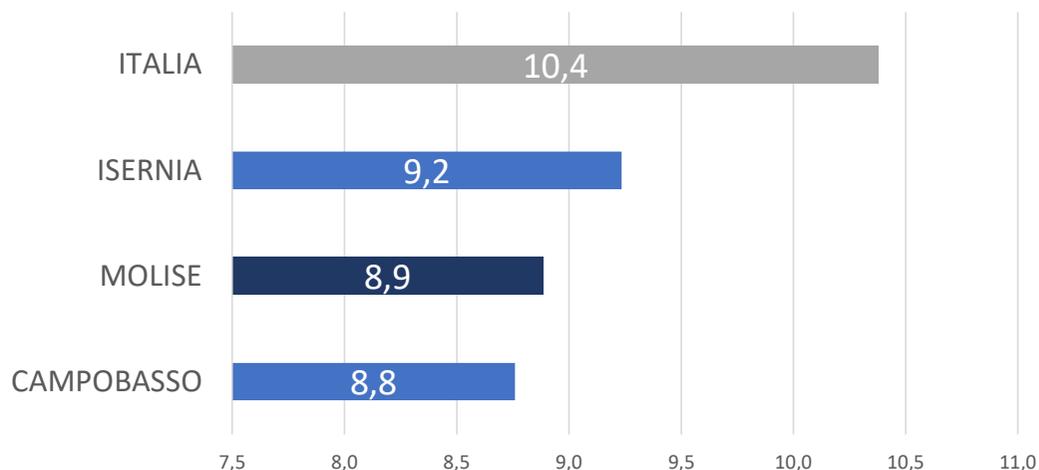
Rispetto alle singole province, quella di **Isernia** ospita 858 imprese e una incidenza del **9,2% sul totale provinciale**.

La provincia di **Campobasso** conta 2.252 imprese turistiche e una incidenza del **8,8% sul totale provinciale**.



ISNART

Il peso delle imprese turistiche sul totale economia  
Filiera turistica/totale economia



### IMPRESE REGISTRATE

	TOTALE TURISMO	TOTALE ECONOMIA
MOLISE	3.110	35.001
CAMPOBASSO	2.252	25.710
ISERNIA	858	9.291
ITALIA	630.132	6.070.620



CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE

## Incidenza della filiera turistica regionale sul totale nazionale



UNIONCAMERE

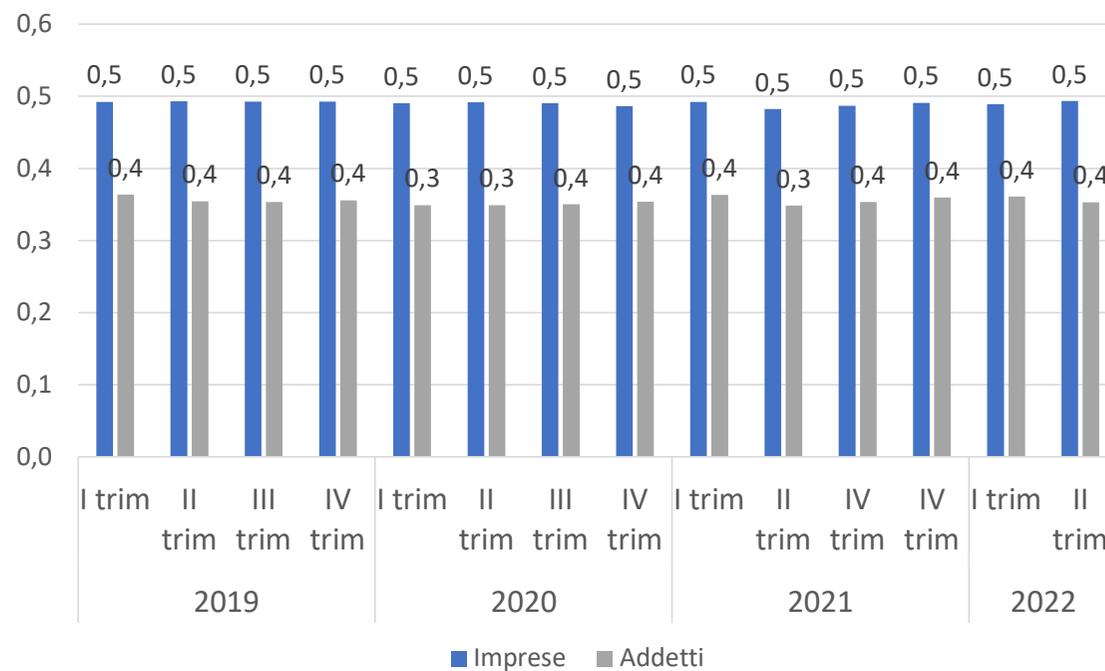
Si registra una **buona capacità di resilienza delle imprese turistiche molisane** che durante gli anni della crisi covid hanno mantenuto sostanzialmente invariato il loro peso relativo rispetto al totale nazionale, sia in termini di imprese registrate che di addetti.

Le imprese turistiche molisane rappresentano lo **0,5% del totale nazionale** mentre gli addetti sono lo **0,4%**.



ISNART

Il peso della filiera turistica sul totale turismo italia  
(imprese registrate e addetti Molise su Italia)



Fonte: Infocamere, 2019-2022



## Il turnover delle imprese



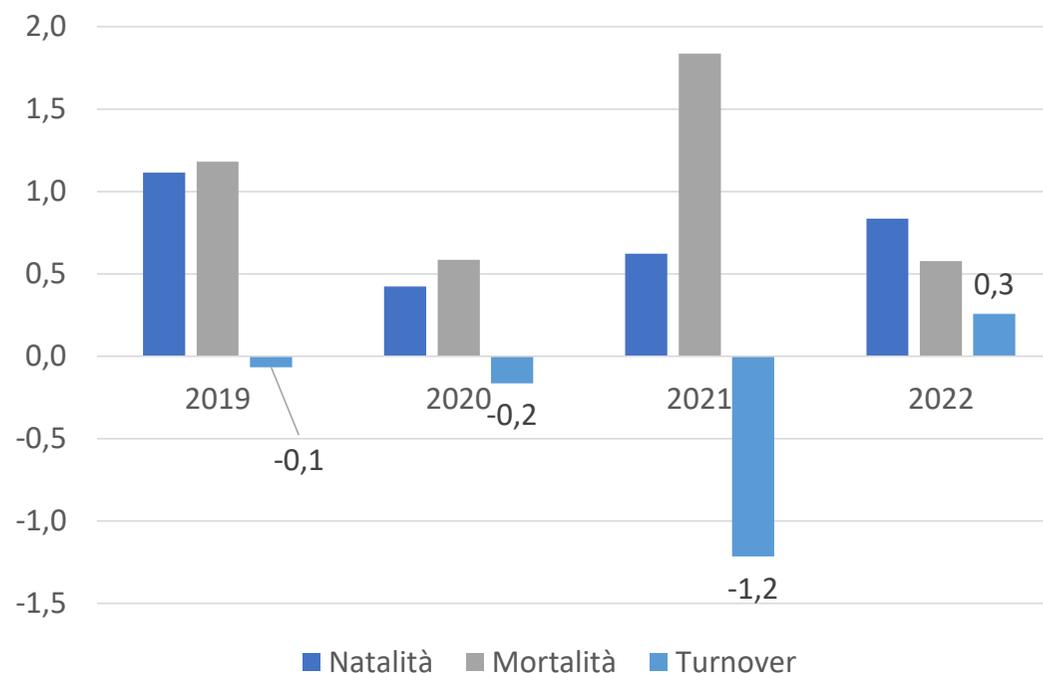
### Impatto del periodo pandemico

La crisi sanitaria ha pesato sul settore che ha registrato un calo della natalità delle imprese tra il 2019 e il 2020 (- 0,2% nel II semestre). Nel 2021 aumentano le imprese che chiudono e si accresce il turnover (-1,2%).

**Nel II° semestre del 2022 la differenza tra nuove imprese e cessazioni segna un +0,3%**, legato ad una leggera crescita di nuove imprese e ad una bassa incidenza delle chiusure.



Tasso di natalità, mortalità e turnover  
Cfr. secondo trimestre 2019-2022 Molise



Fonte: Infocamere, II trimestre 2022

natalità: iscritte/registrate;

mortalità: cessate/registrate;

Turnover: tasso di natalità-tasso di mortalità



CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE

## Incidenza della filiera turistica a livello provinciale



UNIONCAMERE

**Il 72,2% degli addetti e il 72,4% delle imprese insiste sulla provincia di Campobasso (221mila abitanti).**

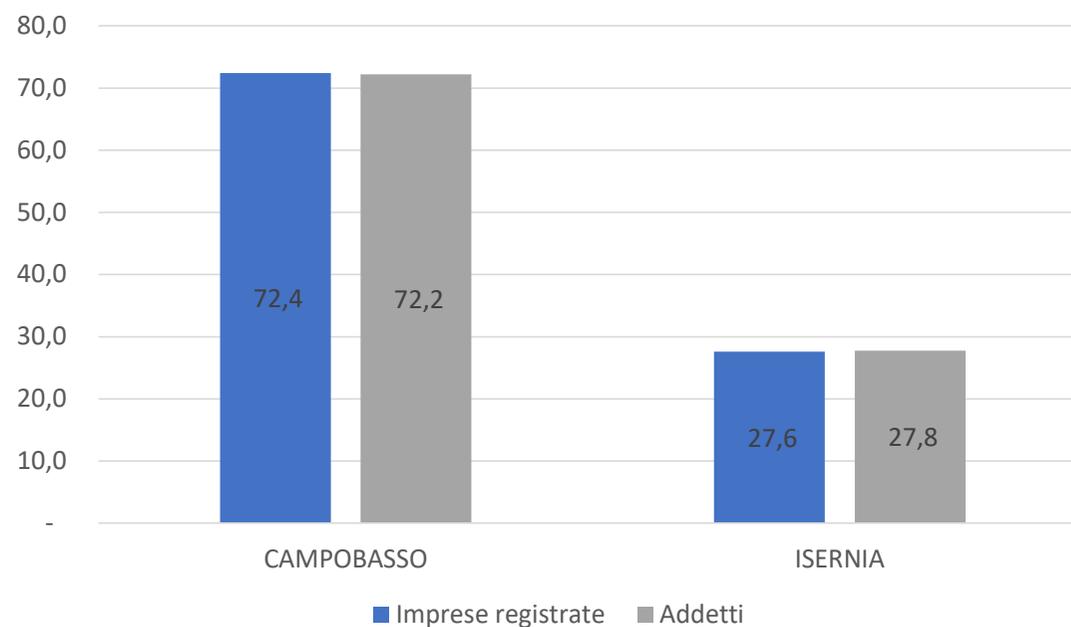
**In provincia di Isernia (84mila abitanti) si registra invece il 27,8% degli addetti e il 27,6% delle imprese registrate.**

Tali dati ci mostrano una sostanziale **uniformità sul territorio regionale**, sia rispetto al dimensionamento di impresa, sia rispetto alla distribuzione. Se letti in rapporto alla popolazione infatti la sproporzione appare molto più livellata.



ISNART

Il peso della filiera turistica sul totale turismo regionale  
(imprese registrate e addetti turismo Molise per provincia)



Fonte: Infocamere, II trimestre 2022



## Incidenza dei settori della filiera turistica a livello provinciale



### Peso preponderante della ristorazione

**2.196 imprese** (70,6%) del totale filiera turistica regionale, rispetto ad una media nazionale del 62,9% (Isernia 72,4%).

In seconda posizione le attività culturali e ricreative (11,6%). Seguono i servizi di alloggio (7,9%) che rappresentano anche il settore con la più marcata differenza provinciale.

In generale si registra una sostanziale uniformità tra le province nel peso relativo dei vari settori.



La distribuzione dei settori della filiera turistica (%)  
Molise



	MOLISE	CAMPOBASSO	ISERNIA	ITALIA
Ristorazione	70,6	69,9	72,4	62,9
Attività culturali ricreative	11,5	11,4	11,9	12,6
Alloggio	7,9	8,3	6,8	10,4
Trasporti	6,4	6,7	5,7	8,9
Agenzie di viaggio e altri servizi	3,0	3,0	2,9	3,9
Altro	0,6	0,7	0,3	1,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0



CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE



UNIONCAMERE



# I turisti in vacanza nel Molise 2021/2022

# 3

Indagine locale ai turisti\*

\*Indagini svolte nell'estate 2021, nell'inverno 2021/2022 e nella primavera 2022



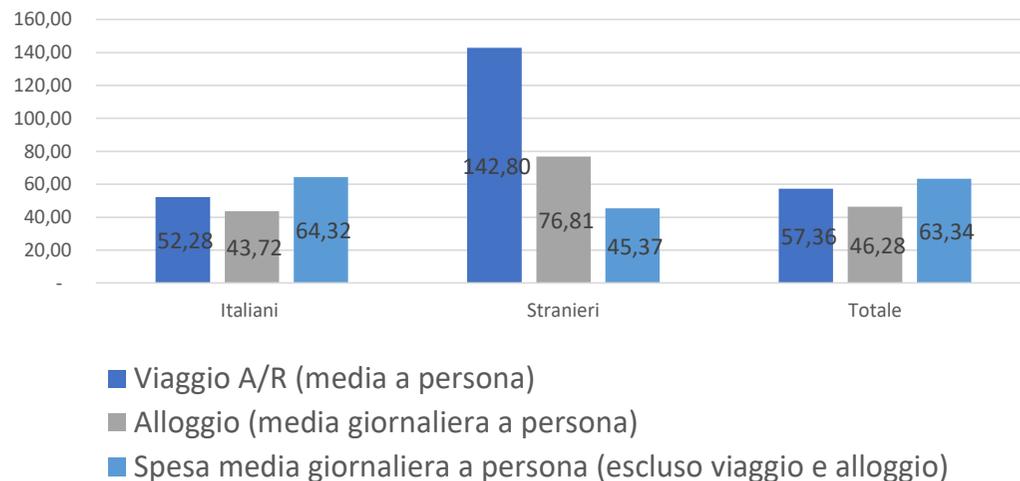
ISNART



## La spesa dei turisti in Molise e in Italia



Spesa media in Molise



	Molise	Italia
Viaggio A/R (media a persona)	57,36	130,20
Alloggio (media giornaliera a persona)	46,28	56,94
Spesa media giornaliera a persona (escluso viaggio e alloggio)	63,34	73,30

La spesa media giornaliera per singolo turista in Molise è pari a 57 euro per le spese di viaggio, 46 per l'alloggio e 63 euro di spesa in beni e servizi (la media nazionale è più alta e pari a 73 euro).

**La composizione di tale spesa in Molise varia molto tra turisti italiani e stranieri** che ad esempio spendono molto di più per gli alloggi (77 euro) contro i 44 euro degli italiani e 143 euro per le spese di viaggio contro i 52 euro degli italiani, ma poi spendono meno per gli acquisti di beni e servizi sul luogo di vacanza (64 euro gli italiani, 45 gli stranieri).





CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE

## Le motivazioni di scelta della vacanza



UNIONCAMERE

L'analisi comparativa è molto utile a sottolineare alcune differenze sostanziali tra i driver molisani e la media nazionale.

Spicca una forte componente **familiare/amicale** nella motivazione di viaggio (24,3%), il che fa presupporre una spiccata componente di **turismo delle radici o di ritorno**.

Allo stesso tempo emerge come la componente **naturalistica** ricopre un ruolo primario (17,6%), seguita da **svago e relax** (14,5%) e, dalla **vicinanza rispetto al luogo di origine** (14,2%)



ISNART

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

Le motivazioni di scelta della vacanza  
(% sul totale turisti, possibili più risposte)





CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE

Rispetto ai canali di comunicazione emergono ampi margini di miglioramento sulla capacità di veicolare informazioni tramite canali promozionali. La principale componente nella scelta di soggiorno è legata al **turismo di ritorno** (46,8%), oppure al **passaparola di amici e conoscenti** (34,6%).

In altre parole **chi viene in vacanza in Molise rimane soddisfatto**. Rimane debole tuttavia la capacità di ingaggiare i turisti via internet (14,5%) contro la media nazionale del 35,7%



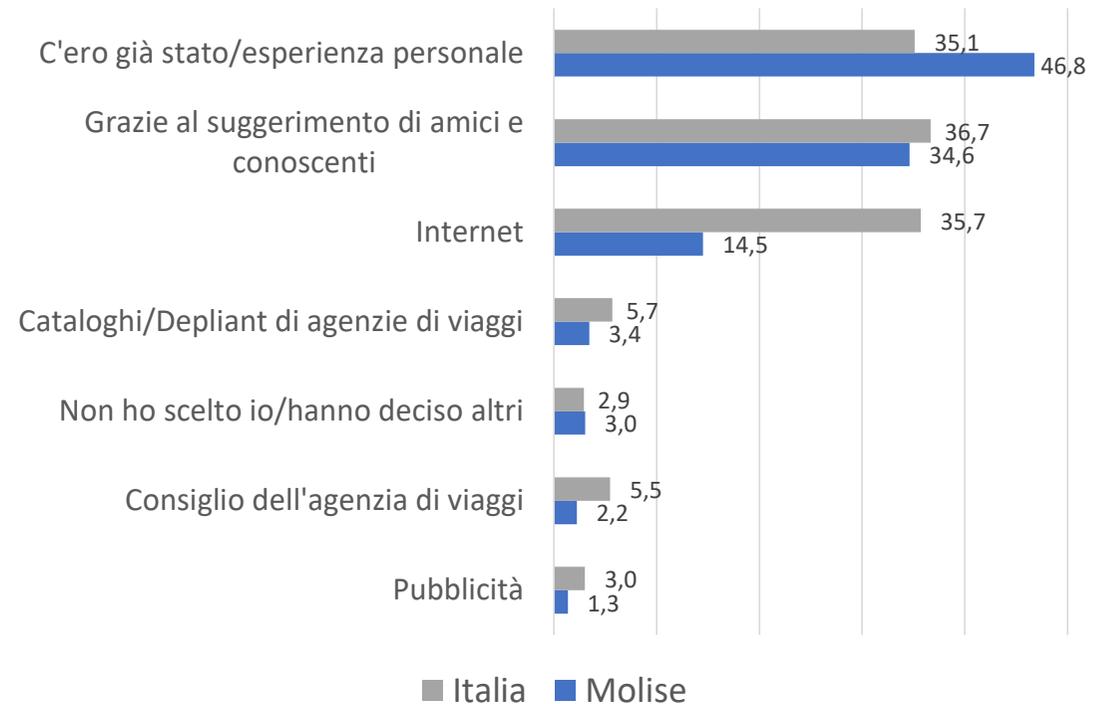
ISNART

## Canali di comunicazione



UNIONCAMERE

Canali di comunicazione che influenzano la scelta del soggiorno  
(% sul totale turisti, possibili più risposte)





CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE

La componente territoriale rappresenta un driver primario rispetto alla fruizione delle destinazioni. La maggior parte delle attività svolte dai turisti sono infatti all'aria aperta e collegate all'elemento naturalistico, siano esse per svago o per tenersi in forma: Escursioni e gite (61,3%), mare (20,8%), attività sportive (14,9%).

Altro fattore fondamentale è collegato all'elemento culturale sia materiale che immateriale: enogastronomia (12,3%), cultura (11,3% musei e mostre, 8,5% monumenti), visite ai centri storici (13,3%).



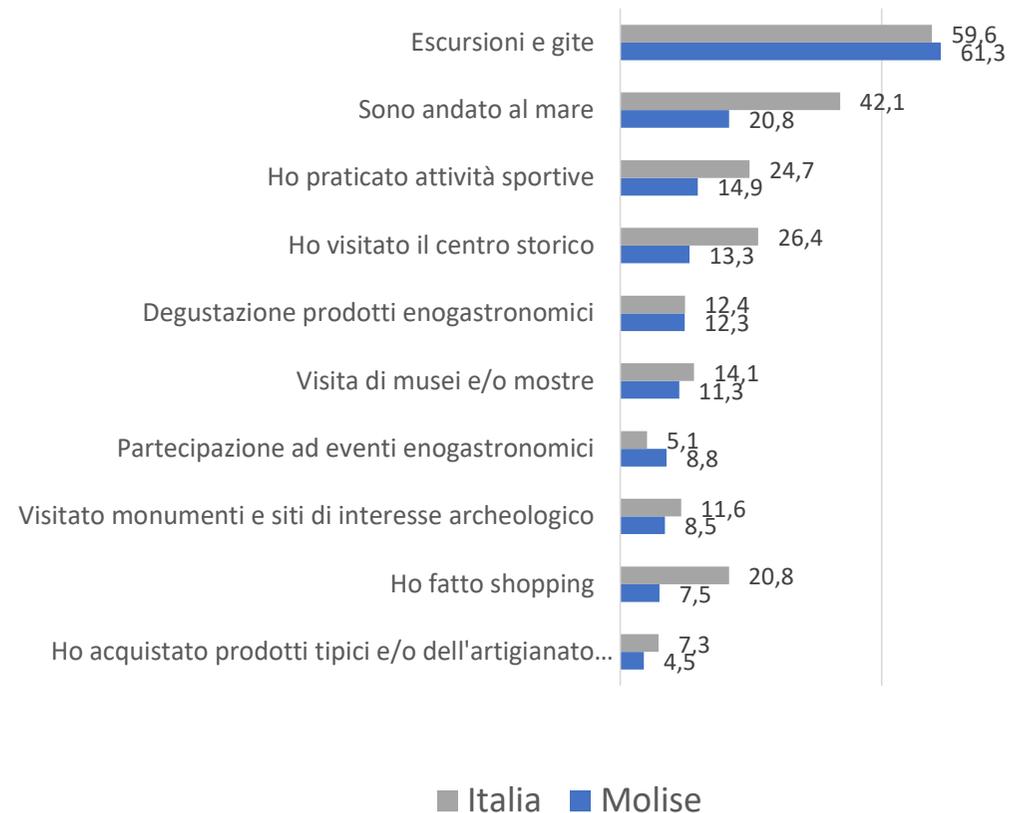
ISNART

## Attività svolte



UNIONCAMERE

**Attività svolte dai turisti in vacanza**  
(% sul totale turisti, possibili più risposte)





## Il turista nel Molise



### ITALIANI

#### Principali motivazioni di vacanza:

- Bellezze naturalistiche (17,8%)
- svago e relax al mare (15,3%)
- Patrimonio artistico culturale (13,0%) e enogastronomia (11,6%).

**Motivazioni legate alla scelta dell'alloggio**, sono ospiti da parenti e amici (24,4%) seconde case (10,9%).

**Amano viaggiare in compagnia:** del partner (39,7%), della famiglia (25,3%) o degli amici (15,2%).

**Il 48,4% è repeater**, cioè ritorna più volte. Si fanno consigliare da

- **passaparola** di amici e conoscenti (33,7%)
- **Internet** (14,4%).

#### Spesa media giornaliera pro-capite:

- viaggio A/R 52 euro
- alloggio 44 euro
- altre spese 64 euro.



### STRANIERI

#### Principali motivazioni di vacanza:

- cultura (23,0%)
- enogastronomia (13,9%)

**Propensi ad un approccio di tipo wellness:** interesse per lo sport (10,7%) e per l'aspetto naturalistico regionale (13,9%).

**Amano viaggiare in compagnia :** del partner (40,1%), della famiglia (19,3%) o degli amici (12,3%).

Sono influenzati da:

- **passaparola** di chi è già stato (50,8%).
- **Internet (16,0%)**

#### Spesa media giornaliera pro-capite:

- viaggio A/R: 143 euro
- alloggio 77 euro
- altre spese 45 euro



CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE



UNIONCAMERE



# I turisti in vacanza nelle provincie del Molise 2021/2022

# 4

Indagine locale ai turisti



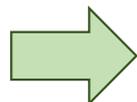
ISNART



## Il turista in provincia di Campobasso (identikit)



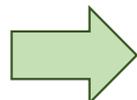
### Compagnia della vacanza



#### **Ama viaggiare in compagnia:**

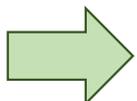
del partner (39,5%),  
della famiglia (24,4%)  
degli amici (15,9%).

### Canali di influenza del soggiorno



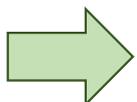
**Molto importante è il passaparola** di chi ha già visitato la provincia (33,7%), così come il ruolo di internet nella scelta di soggiorno (15,2%).

### Motivazioni di vacanza



**È interessato alla possibilità di incontrare parenti e amici** (24,9%), la possibilità di svolgere attività nella natura (17,0%), lo svago e il relax balneare (17,4%) il patrimonio artistico e culturale (15,0%).  
È attratta anche dall'enogastronomia (13,7%) e dagli eventi (10,7%).

### Spese medie



La sua spesa media pro-capite per il viaggio A/R è di 63 euro; 48,5 euro al giorno quella per l'alloggio. **Per gli acquisti sul territorio spende in media pro-capite 66 euro al giorno.**

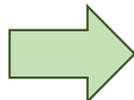




## Il turista in provincia di Isernia (identikit)



### Compagnia della vacanza

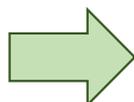


#### Ama viaggiare sia in compagnia:

- del partner (40,8%)
- della famiglia (29,9%).

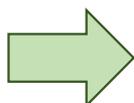
Il 16% si muove da solo (16,2%).

### Canali di influenza del soggiorno



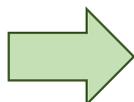
**Il 51,6% è *repeater*.** Gli altri si fanno consigliare da chi ha già visitato la provincia (38,9%) oppure utilizzano Internet (15,2%). Poco importante il ruolo di agenzie di viaggi (2,4%) e l'enogastronomia (0,6%).

### Motivazioni di vacanza



**È interessato alla possibilità di incontrare parenti e amici (21,5%), alla natura (20,5%), e al patrimonio artistico e culturale (6,8%).** Decide di visitare il territorio per la vicinanza rispetto all'origine del viaggio (19,6%), per la facilità di raggiungimento delle località (21,4%) e per la disponibilità di una seconda casa (18,2%).

### Spese medie di vacanza



Spende in media pro-capite per il viaggio A/R 33,2 euro e 32,1 euro al giorno per l'alloggio, mentre la **spesa media giornaliera sul territorio è di 49,3 euro.**





CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE



UNIONCAMERE



ISNART

# Le generazioni di turisti in vacanza nel Molise

# 5

Indagine locale ai turisti



CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE

Da una lettura incrociata dei dati risultati dall'indagine ai turisti sono state individuate le principali caratteristiche del turista-tipo per «generazione» di appartenenza.

Gruppi di turisti con caratteristiche simili quali le motivazioni di vacanza, i canali di comunicazione che influenzano le scelte, le passioni che li spingono a scegliere una destinazione turistica.

AVATOUR  
IDENTIKIT



ISN



[www.isnart.it](http://www.isnart.it)



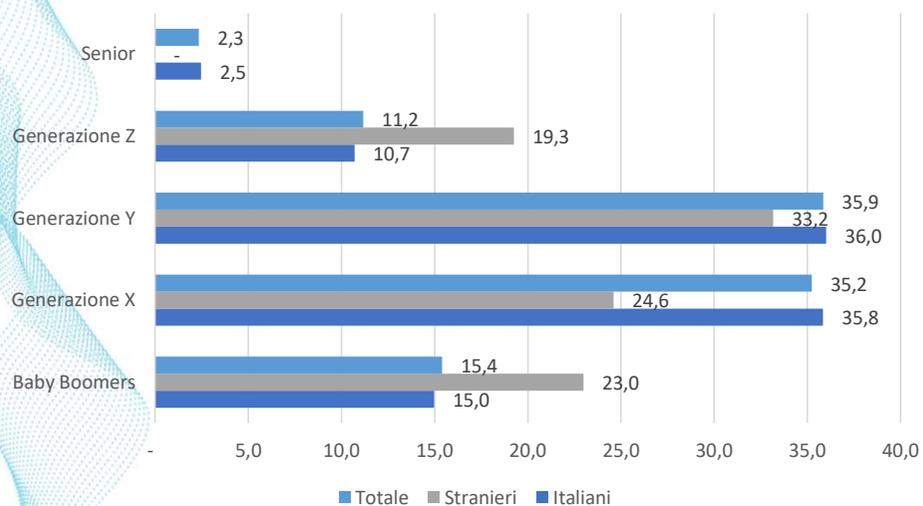
CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE

## I turisti per età (generazioni)



UNIONCAMERE

I turisti per età in Molise (generazioni)



### I turisti per età (generazioni)

	Molise	Italia
Generazione Z (18- 27 anni)	11,2	10,6
Generazione Y (28- 41 anni)	35,9	38,7
Generazione X (42- 57 anni)	35,2	33,8
Baby Boomers (58- 72 anni)	15,4	14,3
Senior (oltre 72 anni)	2,3	2,6
Totale	100,0	100,0



ISNART

Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio



CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE

## Generazione Z 18-27 anni



UNIONCAMERE

### Il turista della generazione Z in vacanza in Molise (11,2%)

#### E' alla ricerca di:

- Natura
- Cultura
- Svago e relax
- Visita amici e parenti

#### Durante la vacanza si dedica a

- Escursioni e gite
- Mare
- Degustazioni enogastronomiche
- Visita a musei e mostre

Spende per la vacanza in media 49,4 euro per il viaggio A/R, 72,7 euro al giorno a persona per l'alloggio, 65,2 euro al giorno per gli acquisti di beni e servizi nel corso della vacanza.



ISNART





CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE

## Generazione Y 28-41 anni



UNIONCAMERE

### Il turista della generazione Y in vacanza in Molise (35,9%)

#### E' alla ricerca di:

- Visita a parenti e amici
- Natura
- Mare e relax
- Cultura
- Eventi

#### Durante la vacanza si dedica a:

- Escursioni
- Mare
- Visite del centro storico
- Visita musei e mostre
- Sport

Spende per la vacanza in media 57,9 euro per il viaggio A/R, 41,8 euro al giorno a persona per l'alloggio, 64,8 euro al giorno per gli acquisti di beni e servizi nel corso della vacanza.



ISNART





CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE

## Generazione X 42-57 anni



UNIONCAMERE

### Il turista della generazione X in vacanza in Molise (35,2%)

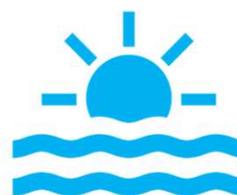
#### E' alla ricerca di:

- Visita parenti e amici
- Natura
- Mare e relax
- Enogastronomia
- Cultura

#### Durante la vacanza si dedica a

- Escursioni
- Sport
- Degustazioni enogastronomiche
- Relax
- Shopping

Spende per la vacanza in media 49,4 euro per il viaggio A/R, 43,5 euro al giorno a persona per l'alloggio, **65,4 euro al giorno** per gli acquisti di beni e servizi nel corso della vacanza.



ISNART

Fonte: Osservatorio sull'economia del turismo delle camere di commercio



CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE

## Generazione Baby Boomers 58-72 anni



UNIONCAMERE

### Il turista della generazione Baby Boomers in vacanza in Molise (15,4%)

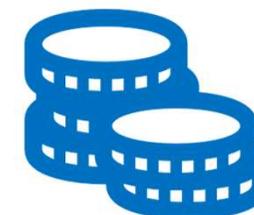
#### E' alla ricerca di:

- Natura
- Rapporto qualità/prezzo
- Visita a parenti e amici
- Comodità e facilità di raggiungimento

#### Durante la vacanza si dedica a:

- Escursioni e gite
- Sport
- Viste di musei, monumenti e città
- Degustazioni enogastronomiche

Spende per la vacanza in media 62,9 euro per il viaggio A/R, 35,0 euro al giorno a persona per l'alloggio, 69,8 euro al giorno per gli acquisti di beni e servizi nel corso della vacanza.



ISNART

Fonte: Osservatorio sull'economia del turismo delle camere di commercio



CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE

## Generazione Senior over 72 anni



UNIONCAMERE

### Il turista della generazione Senior in vacanza in Molise (2,3%)

E' alla ricerca di:

- Visita a parenti amici
- Svago e relax
- Enogastronomia
- Natura

**Durante la vacanza si dedica a:**

- Escursioni e gite
- Degustazioni enogastronomiche
- Relax
- Visita ai centri storici

Spende per la vacanza in media 87,8 euro per il viaggio A/R, 62,3 euro al giorno a persona per l'alloggio, **36,3 euro al giorno** per gli acquisti di beni e servizi nel corso della vacanza.



ISNART

Fonte: Osservatorio sull'economia del turismo delle camere di commercio



CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE



UNIONCAMERE



ISNART

# Le recensioni dei turisti

# 6



CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE



UNIONCAMERE

La piattaforma Simoo++, realizzata da ISNART per conto di Unioncamere nell'ambito delle attività dell'Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio, è un sistema in grado di **riconoscere varie dimensioni delle recensioni espresse dai turisti** su Tripadvisor al fine di valorizzare le destinazioni turistiche in base alla qualità dei servizi.

Nel sistema vengono scaricati i messaggi collegati alle singole destinazioni turistiche e arricchiti con meta-dati semantici (derivati applicando tecniche di Natural Language Processing e Machine Learning) che riflettono l'espressione della soggettività (cioè la Sentiment) espressa nelle recensioni. Con i dati raccolti viene effettuata **l'analisi della soggettività in cui ogni commento viene categorizzato come Positivo, Negativo o Neutro** per riflettere la percezione di qualità dei servizi, l'esperienza individuale dei turisti e la loro percezione complessiva in merito al luogo o all'attrattore visitato.

La CCIAA del Molise ha scelto la destinazione «**Costa del Molise**», come destinazione «sperimentale» sulla quale lavorare per promuovere uno sviluppo sostenibile, facendo leva su combinazioni vincenti di attrattori-risorse-azioni, anche attraverso l'implementazione della piattaforma SIMOO++. Si analizzano nelle pagine che seguono i post pubblicati negli anni 2019-2021.



ISNART



CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE



UNIONCAMERE

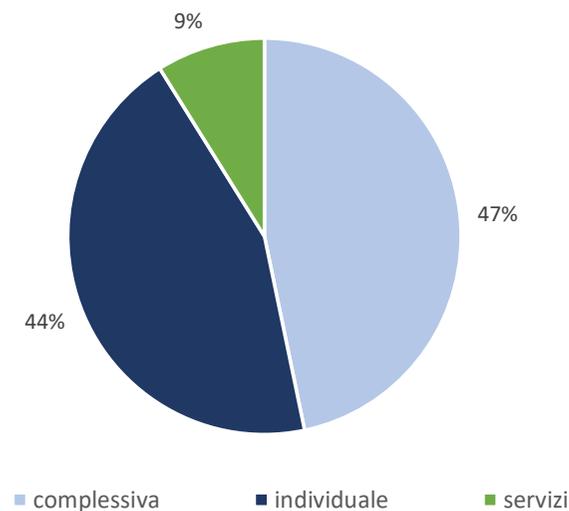
## Recensioni per dimensione dell'esperienza turistica

I giudizi espressi per la destinazione Costa del Molise, hanno riguardato in modo equivalente la dimensione «Percezione Complessiva» e quella «Esperienza Individuale».

Per esperienza complessiva si intende un giudizio sulla destinazione o sulla località nel suo complesso, mentre la componente individuale è legata all'esperienza del singolo rispetto alla fruizione dei luoghi e alle esperienze vissute.

Alla valutazione della «Qualità dei servizi», ovvero strettamente legata ad una valutazione qualitativa del singolo bene/servizio (Es. ristorante o camera di albergo) è riservata una quota minoritaria di recensioni pari al 9%.

Principali dimensioni della vacanza descritti dai turisti nella destinazione "Costa del Molise" (% sul totale recensioni)



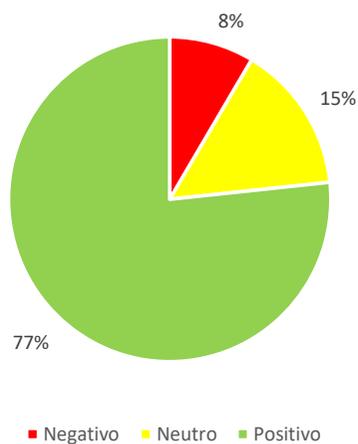
ISNART

Fonte: Osservatorio dell'Economia delle Camere di Commercio, piattaforma Simoo++



CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE

Anni 2019-2020-2021. Recensioni Costa del Molise. (% sul totale)

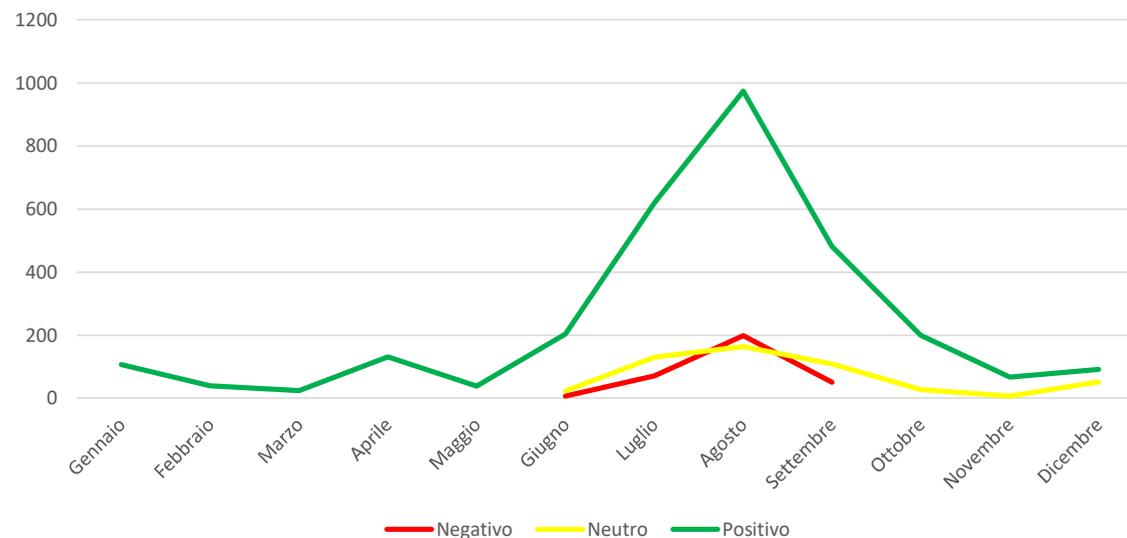


## Recensioni per polarità



UNIONCAMERE

Recensioni Costa del Molise (valori assoluti)



Il sistema di AI della piattaforma Simoo++ consente di attribuire alle recensioni lasciate dal visitatore una polarità, ovvero un carattere prevalente positivo, negativo o neutro.

Sotto questo profilo, nelle rilevazioni effettuate tra gli anni 2019 e 2021 il sentiment espresso dai visitatori nei confronti della destinazione Costa del Molise è ampiamente, positivo circa il 77%.

Le recensioni positive si concentrano nella stagione estiva, data anche la natura marittima della destinazione a conferma una buona organizzazione nell'offerta dei servizi turistici soprattutto nei periodi di maggior affluenza.



ISNART

Fonte: Osservatorio dell'Economia delle Camere di Commercio, piattaforma Simoo++



CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE



UNIONCAMERE

## Enogastronomia

Cultura  
materiale

Turismo balneare  
Tur. religioso

Turismo  
balneare/svago

## Escursioni/gite borghi

Degustazioni  
prodotti

Visite mare/spiaggia

Escursione gite/altro

La mappa dei topics ci conferma come il turista della destinazione Costa del Molise sia guidato da due driver principali: la componente della **cultura materiale e immateriale**, collegata ai centri storici, alla riscoperta dell'autenticità, della cultura dei luoghi, delle tradizioni, dei prodotti tipici e dell'enogastronomia e, dalla **componente naturalistica**, intesa come fruizione del territorio per fini di svago, sportivi, gite.

Il turista in Molise cerca **autenticità, esperienza e contatto con la natura.**



ISNART

Fonte: Osservatorio dell'Economia delle Camere di Commercio, piattaforma Simoo++



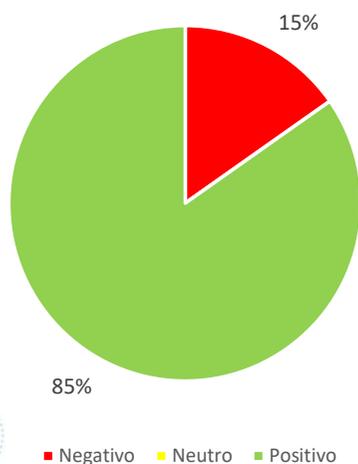
CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE



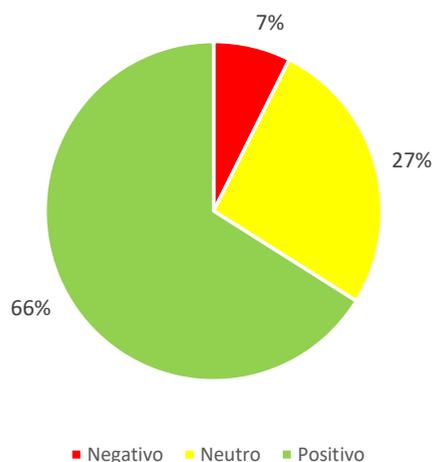
UNIONCAMERE

## Dimensioni dell'esperienza turistica e relative polarità

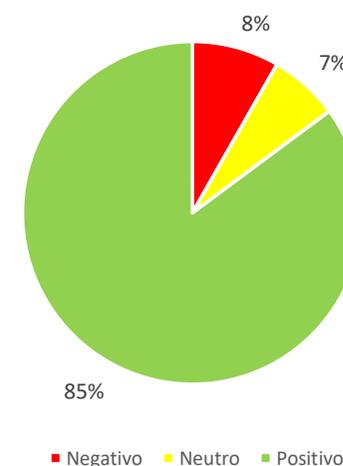
Recensioni sulla "qualità dei servizi" per  
polarità (% su totale)



Recensioni sulla "esperienza individuale"  
(% su totale)



Recensioni sulla "esperienza complessiva"  
(% su totale)



Osservando i giudizi relativi alle singole dimensioni si rileva una generalizzata prevalenza di valutazioni positive.

La maggiore quota di giudizi negativi è espressa per la dimensione servizi (15%) che quindi, se pur conferma una valutazione per la maggior parte positiva, presenta margini di miglioramento.

Rileva la quota del 27% di giudizi neutrali per la dimensione «esperienza individuale», recensioni dalle quali non emerge un giudizio specifico.



ISNART

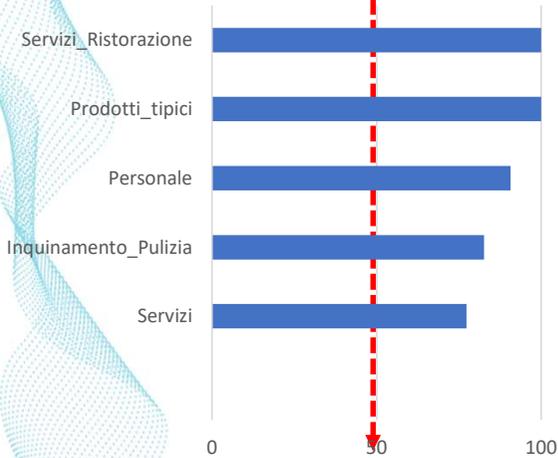
Fonte: Osservatorio dell'Economia delle Camere di Commercio, piattaforma Simoo++



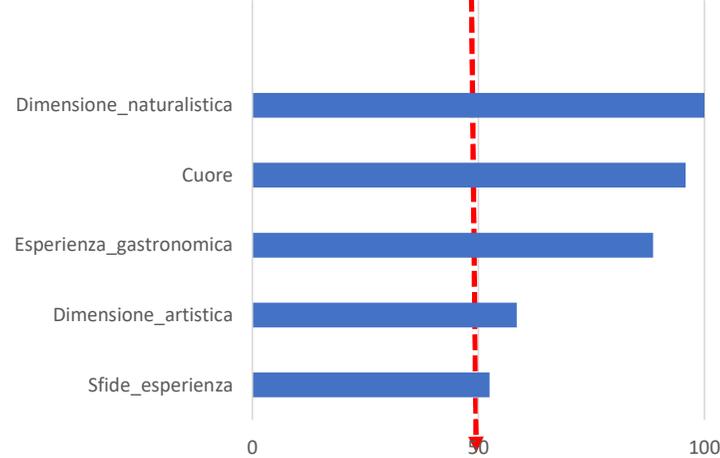
## Recensioni per componente

Percentuale di giudizi positivi sul totale giudizi.

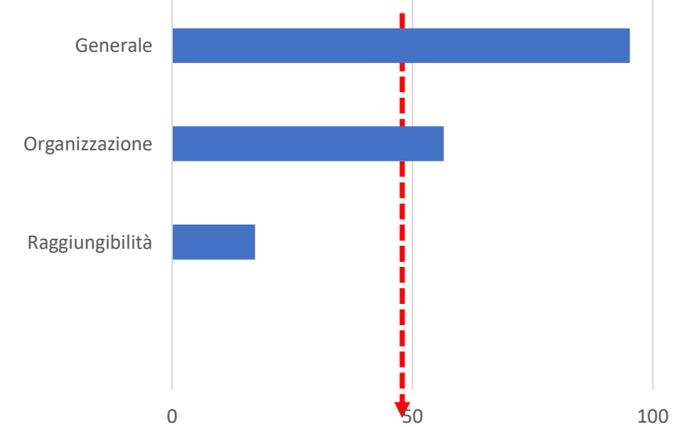
Principali aspetti della "qualità dei servizi" di cui parlano le recensioni (% recensioni positive sul totale)



Principali aspetti della "esperienza individuale" di cui parlano le recensioni (% recensioni positive sul totale)



Principali aspetti della "esperienza complessiva" di cui parlano le recensioni (% recensioni positive sul totale)



Una percentuale di recensioni positive superiore al 50% è stato utilizzato come indicatore per esprimere il tasso di gradimento del turista rispetto ai principale aspetti di cui si compongono le dimensioni percepite.

Per i servizi sono apprezzati soprattutto la ristorazione e l'offerta di prodotti tipici locali. Relativamente alla dimensione «esperienza individuale» la componente fisica, la dimensione naturalistica, il cuore e l'enogastronomia raggiungono percentuali di giudizi positivi prossime o superiori al 90%. Per quanto riguarda la dimensione esperienza complessiva esprimono una percezione generale prevalentemente positiva, tuttavia, risultano percepiti in maniera positiva ma con ampi margini di miglioramento, i servizi relativi all'organizzazione del prodotto turistico, mentre ha una valutazione negativa la raggiungibilità





CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE



UNIONCAMERE



# Nota metodologica

# 7

## Nota metodologica



CAMERA DI COMMERCIO  
DEL MOLISE



UNIONCAMERE

### INDAGINE AI TURISTI

Per monitorare la domanda turistica, nel corso dei mesi di agosto e dicembre si è svolta un'indagine a turisti italiani e stranieri, su un campione nazionale di circa 10.000 turisti che abbiano soggiornato almeno due notti nella regione dell'intervista.

Il campionamento è di tipo stratificato con l'assegnazione di una predefinita ampiezza campionaria per ciascuna delle 20 regioni italiane. Una volta individuate, all'interno di ogni regione, le località di maggior interesse per ogni singolo prodotto (sulla base del numero di arrivi e presenze), si passa alla successiva fase di campionamento che prevede una distribuzione delle interviste tra turisti italiani e turisti stranieri. Tale divisione viene stabilita in base ai dati dell'Istat relativi alle presenze per regione e per provincia.

Tra dicembre 2021 e giugno 2022 è stato effettuato un approfondimento per la regione Molise di 250 interviste tra italiani e stranieri (considerando quelle nazionali si arriva a 350 interviste).

### SENTIMENT

La piattaforma Simoo++, realizzata da ISNART per conto di Unioncamere nell'ambito delle attività dell'Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio, supporta la programmazione istituzionale e della filiera identificando potenziali gap e opportunità per le destinazioni, mettendo in rapporto attrattori turistici e servizi. Tra le funzionalità, quella della SIMOO Sentiment Analysis for Tourism Big Data, è un sistema in grado di riconoscere varie dimensioni dei giudizi espressi dai turisti in rete al fine di valorizzare le destinazioni turistiche in base alla qualità dei servizi delle offerte turistiche.

I dati rilevati dal sistema sono fondamentali per capire i fenomeni turistici, andando ad evidenziare le eccellenze e gli ambiti di miglioramento sui quali è necessario intervenire per potenziare le destinazioni in termini di appeal. In particolare, nel sistema vengono scaricati i messaggi collegati alle singole destinazioni turistiche e arricchiti con meta-dati semantici (derivati applicando tecniche di Natural Language Processing e Machine Learning) che riflettono l'espressione della soggettività (cioè la Sentiment) espressa nelle recensioni.

Con i dati raccolti viene effettuata l'analisi della soggettività in cui ogni commento viene categorizzato come Positivo, Negativo o Neutro per riflettere la percezione di qualità dei servizi, l'esperienza individuale dei turisti e la loro percezione complessiva in merito al luogo o all'attrattore visitato.



ISNART