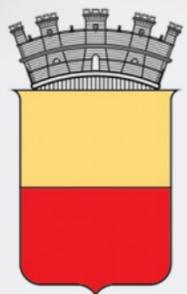


# Napoli cresce con il turismo: presentazione dati e brand della città

Ass. Teresa Armato

Assessorato al Turismo e alle Attività Produttive



COMUNE DI NAPOLI



Coordinamento del gruppo di lavoro:

**Prof.ssa Valentina Della Corte**

Coordinatrice del Corso di Laurea in Hospitality Management

[valentina.dellacorte@unina.it](mailto:valentina.dellacorte@unina.it)



# **Sistema Coordinato Multidisciplinare per il monitoraggio e la costituzione di un nuovo eco-sistema turistico**

*Sito web con eventuale  
piattaforma/portale  
istituzionale*

*Web & Social Media  
Marketing*

*Sistemi digitali per  
fruizione servizi città*

*Infopoint con App.  
collegate a turisti e  
imprese*

*Supporti operativi e  
digitali per eventi  
specifici (es. "Stagioni  
napoletane")*

*Prodotti/Servizi turistici  
integrati innovativi tra  
esperenzialità e  
trasformazione digitale*

*Integrazione digitale da  
siti istituzionali con  
sistemi di Realtà  
aumentata*

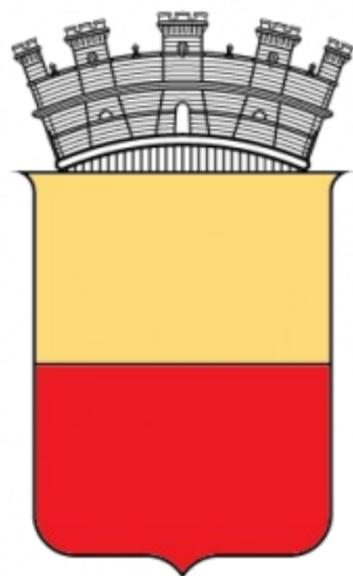


Quali sono le prime tre immagini che associ alla Città di Napoli?

Waiting for responses ...



# Prima sperimentazione: azioni ed attività realizzate



  
**COMUNE DI NAPOLI**

Monitoraggio dei flussi turistici  
in *real time*

Stumento a servizio della  
*governance* della città

Informazioni per la  
programmazione di medio-  
lungo termine

Analisi della competitività e la  
sostenibilità turistica

Studio sull'esperienzialità

Studio del tourist satisfaction  
e retention

Facilitazione delle logiche di  
networking tra gli attori locali

# Reperimento dati

Individuazione delle  
fonti per il  
reperimento dei dati

**Interpolarità dei dati**

Modalità e  
tempistica

Sistematizzazione  
dei dati

**OBIETTIVO:  
CRM a livello  
di destination**

# APPROCCIO INNOVATIVO

## OBIETTIVO: il modello di Netflix Experience

# NETFLIX

INTEROPERABILITA'

Tavola rotonda con associazioni/enti (portatori di dati) che siano di supporto rispetto alla mappatura dell'offerta e/o fasi raccolta dati (ricognizione dei servizi)

Studio del fenomeno turistico della città di Napoli secondo la prospettiva **overlapping tra domanda ed offerta ed osservabilità dei fenomeni**

VR per decidere quali attrazioni della città visitare prima di raggiungere la destinazione.  
Sviluppo di algoritmi di recommendation su servizi turistici

**Mantenere elevato l'engagement del turista**



Es: Federalberghi, CCIAA, Polizia di Stato

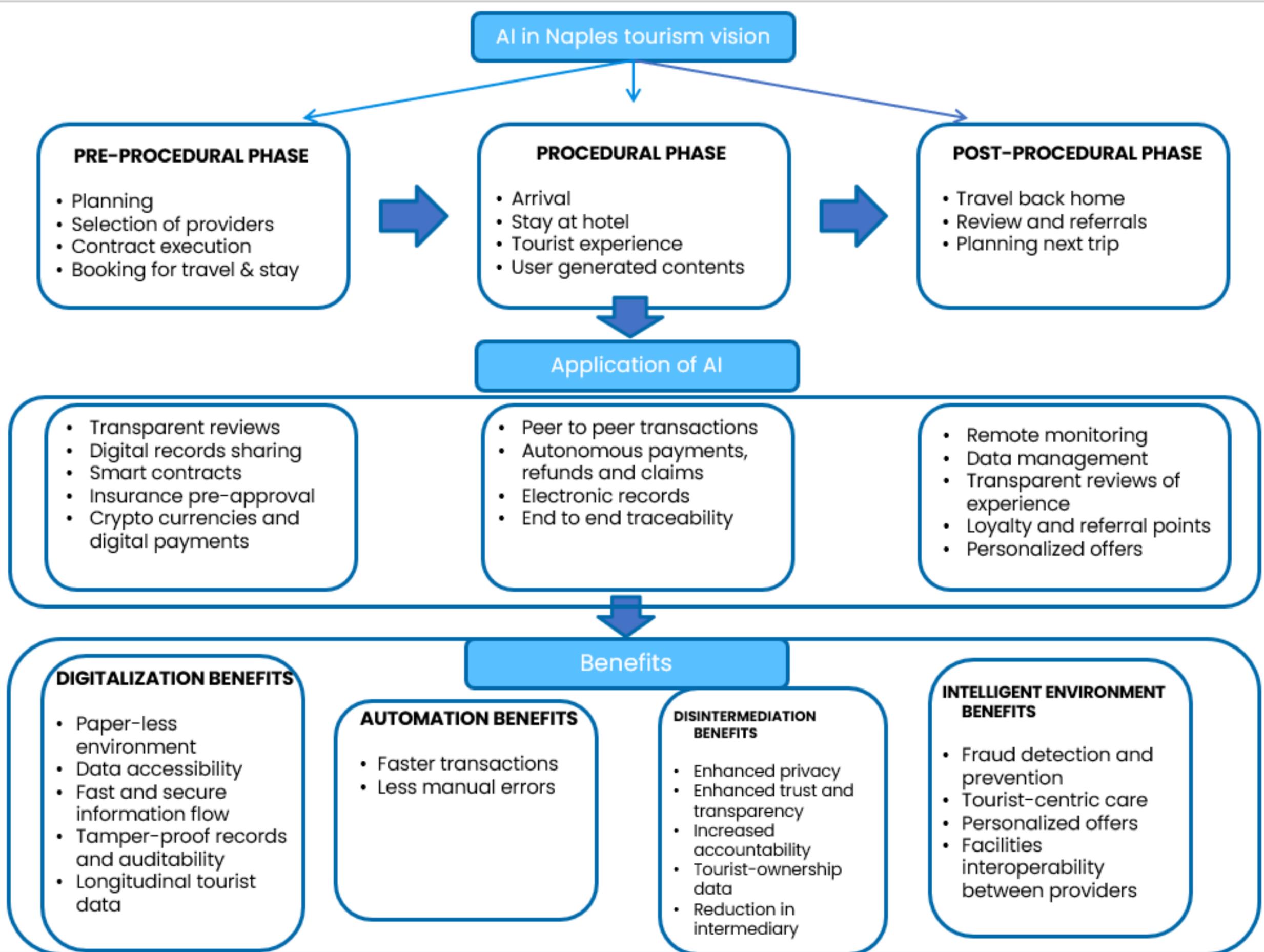


Es: evoluzione del flusso museale in base alle politiche di sviluppo di fattori esterni (es: avvento della metropolitana, momenti aggregativi, eventi ecc.)



**Come aggregare i servizi in modo dipendente dall'utente e, dunque, dal turista potenziale?**

# II Modello



# Principali analisi

Turisti che pernottano  
nel Comune di Napoli

Visitatori

Analisi dei  
pernottamenti

Calcolo e analisi del  
soggiorno medio

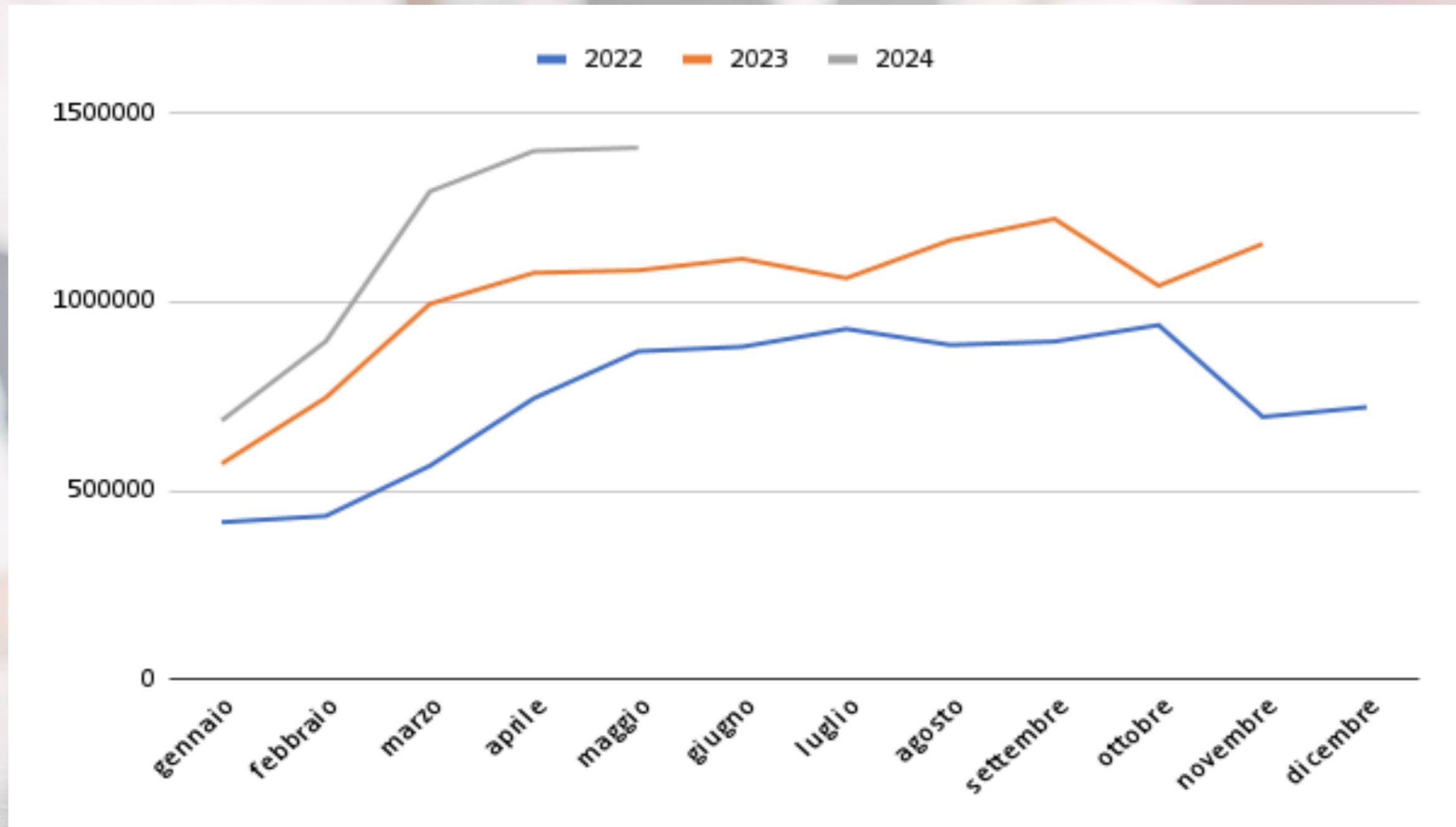
Analisi dei flussi  
incoming (italiani e  
stranieri)

Analisi socio-  
demografica

Analisi delle modalità di  
arrivo/partenza

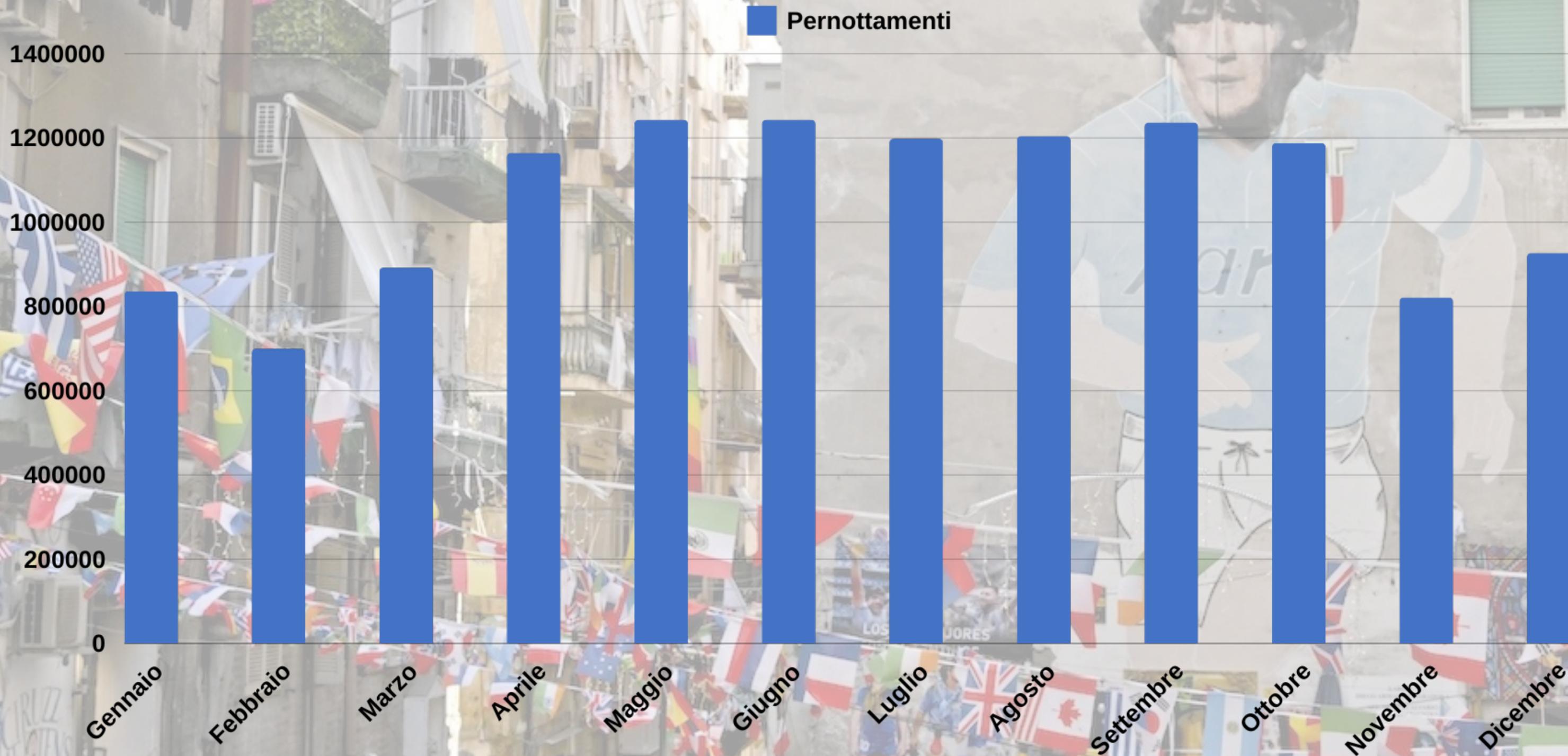
Monitoraggio delle  
interazioni sulle pagine  
social del comune e  
delle principali  
attrazioni

# Confronto pernottamenti 2022-2023-2024



# Pernottamenti (per mese)

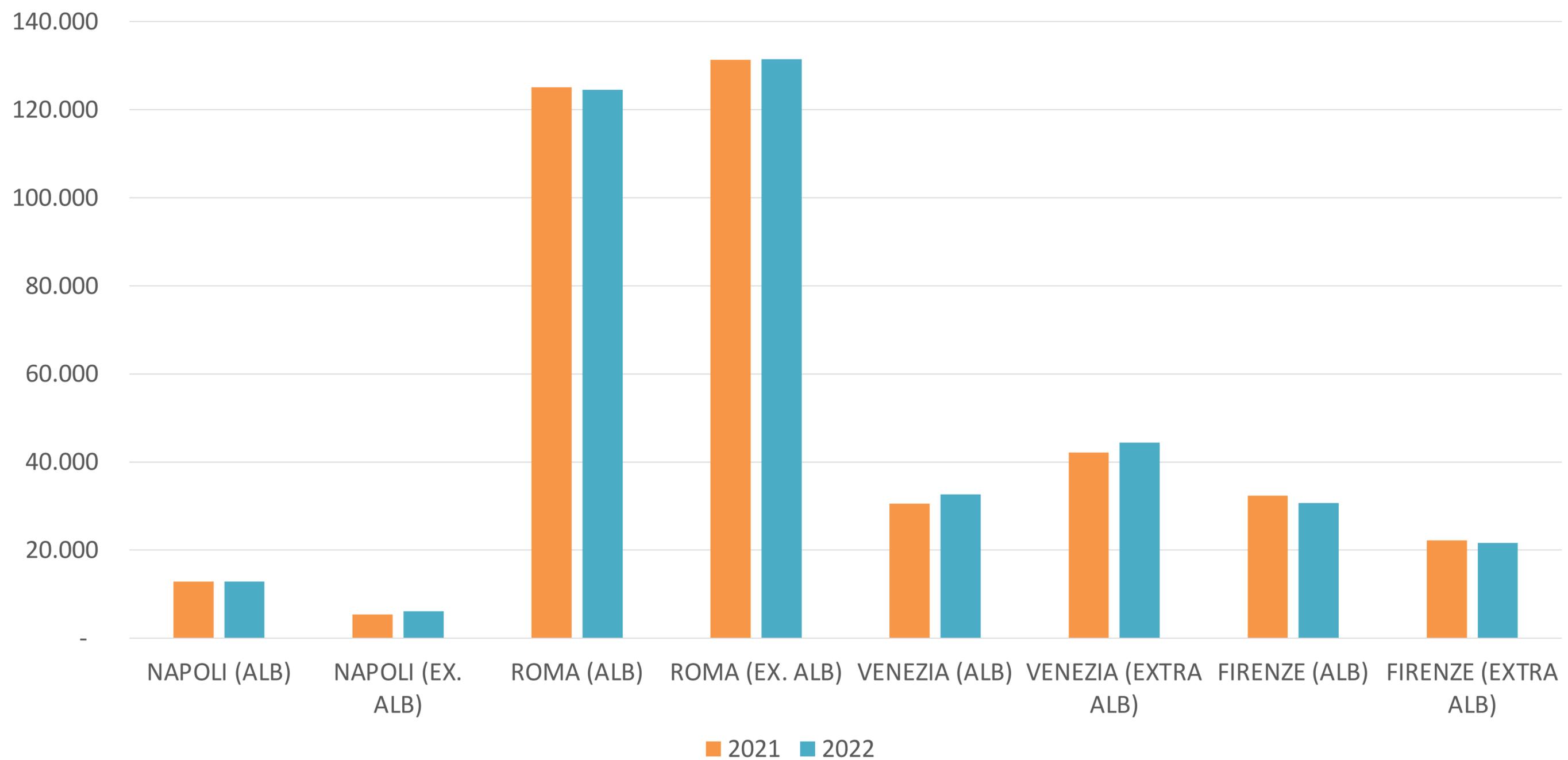
Riferimento anno 2023



# Posti letto Comune di Napoli (Istat, 2024)

Tipologia di esercizio	2021				2022			
	numero di esercizi	posti letto	camere	bagni	numero di esercizi	posti letto	camere	bagni
<b>esercizi alberghieri</b>	<b>163</b>	<b>12.835</b>	<b>6.444</b>	<b>6.470</b>	<b>165</b>	<b>12.863</b>	<b>6.466</b>	<b>6.495</b>
alberghi di 5 stelle e 5 stelle lusso	3	688	326	326	4	788	384	386
alberghi di 4 stelle	58	7.577	3.799	3.831	58	7.531	3.771	3.803
alberghi di 3 stelle	70	3.636	1.836	1.858	71	3.610	1.828	1.851
alberghi di 2 stelle	13	434	221	199	13	434	221	199
alberghi di 1 stella	18	420	216	210	18	420	216	210
residenze turistico alberghiere	1	80	46	46	1	80	46	46
<b>esercizi extra-alberghieri</b>	<b>731</b>	<b>5.367</b>			<b>873</b>	<b>6.114</b>		
campeggi e villaggi turistici	..	..			1	12		
alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale	321	2.701			361	2.976		
agriturismi	..	..			..	..		
ostelli per la gioventù	10	529			10	512		
case per ferie	6	71			5	69		
rifugi di montagna	..	..			..	..		
altri esercizi ricettivi n.a.c.	73	320			156	694		
bed and breakfast	321	1.746			340	1.851		
<b>TOTALE</b>	<b>894</b>	<b>18.202</b>	<b>6.444</b>	<b>6.470</b>	<b>1.038</b>	<b>18.977</b>	<b>6.466</b>	<b>6.495</b>

# Confronto posti letto (Istat, 2024)

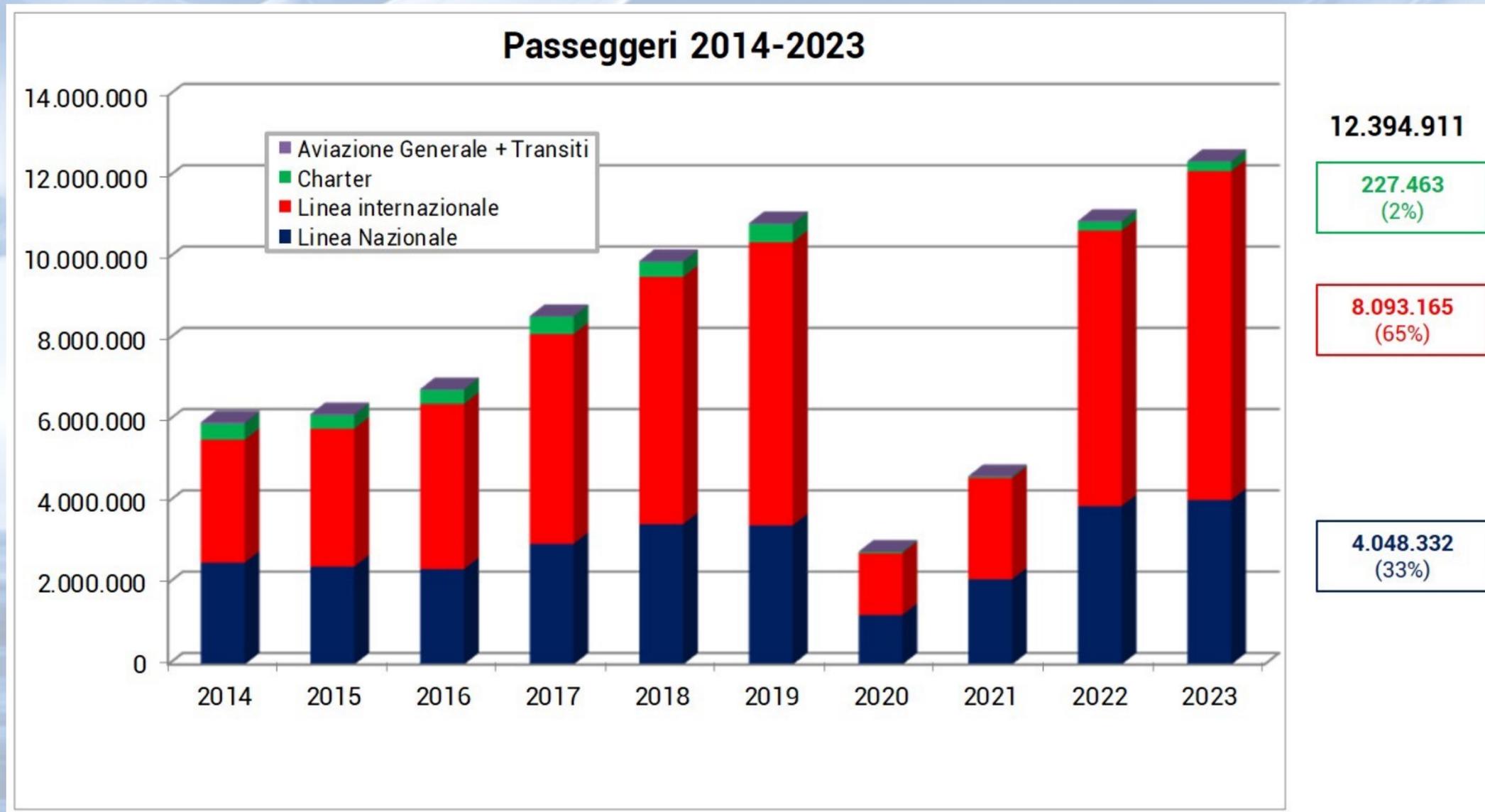


# Permanenza media

Città	Permanenza media
Firenze	2
Roma	4
Venezia	2
Napoli	3

Nostra elaborazione dati Istat-Eurostat e operatori di telefonia mobile (2024)

# Dati di traffico Aeroporto di Napoli



# Presenze in stazione

## Napoli Centrale

Analisi della presenza delle persone in stazione attraverso l'elaborazione dei Vodafone Analytics (Big Data telefonici non personali, anonimizzati e aggregati in conformità assoluta ai requisiti di privacy del GDPR).

**Totale**  
**4,1 milioni**

**88,4%** Italiani  
**11,6%** Stranieri

**1,0 milioni**  
Numero Visitatori\*

**3,1 milioni**  
Passeggeri



**Marzo**  
**2024**



## Tipologia di viaggiatori

**31%** pendolari e **69%** occasionali

	Pendolare	Occasionale
<b>lunedì</b>	40%	60%
<b>martedì</b>	41%	59%
<b>mercoledì</b>	38%	62%
<b>giovedì</b>	35%	65%
<b>venerdì</b>	31%	69%
<b>sabato</b>	18%	82%
<b>domenica</b>	16%	84%

# Dati di traffico Stazione di Napoli Centrale

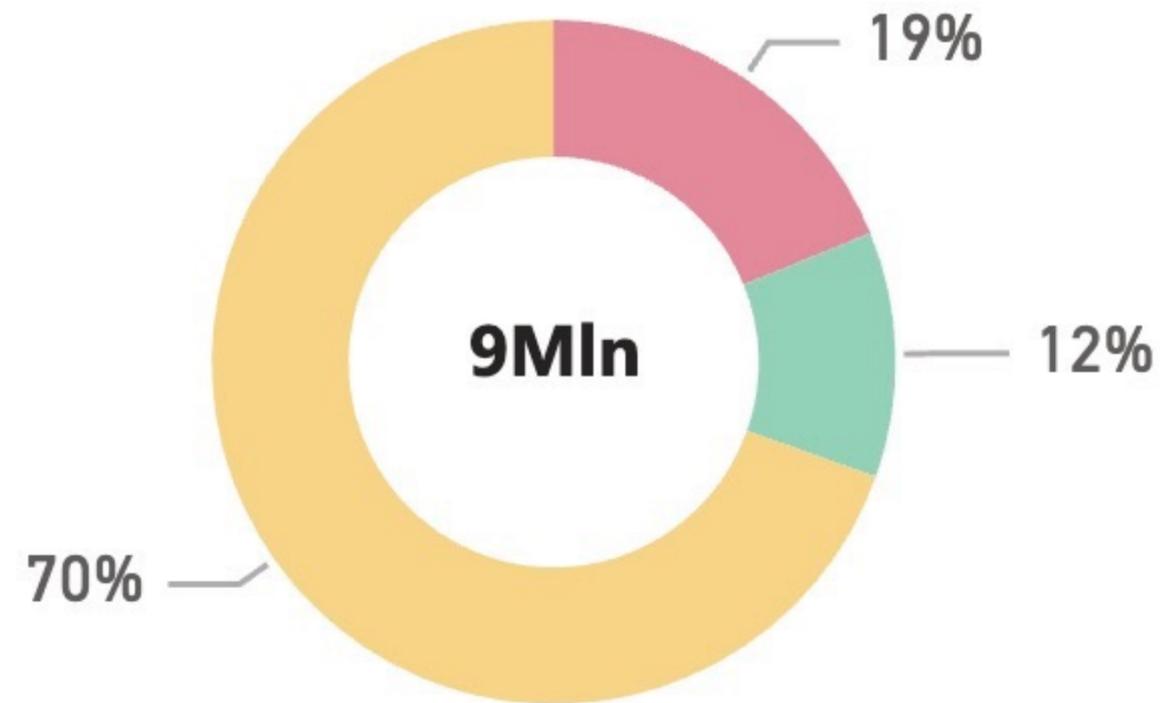
Trenitalia.it

# Dati di traffico Porto di Napoli

adsptirrenocentrale.it

## Passeggeri

- Crociere
- Deep
- Short



## Variazione rispetto al 2022



▲ **1.002.291**

**Passeggeri**

# CLASSIFICA CO-VISITE\* PER AREA DI INTERESSE

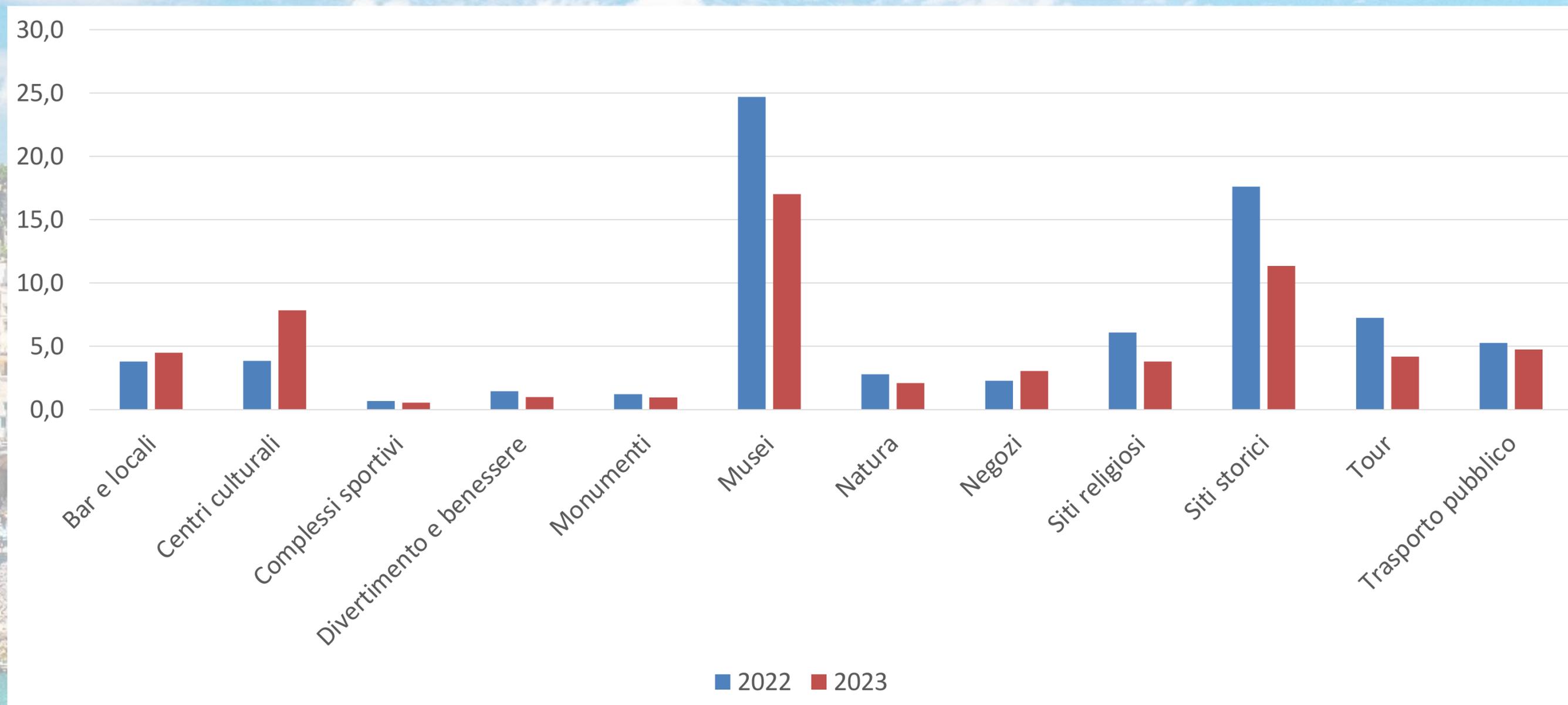
Riferimento anno 2023

\*Si parla di covisite quando viene rilevata la presenza della stessa persona in due punti di interesse differenti nell'arco delle 24 ore.

Destinazione	Flussi
Roma	10.243.292
Penisola Sorrentina	7.274.765
Costiera Amalfitana	6.619.518
Pompei	5.940.821
Isola di Capri	3.861.198
Isola di Ischia	2.714.527
Firenze	2.592.605
Isola di Procida	1.058.012

# TRIPADVISOR – POINT OF INTEREST (Attractions)

Confronto 2022 e 2023

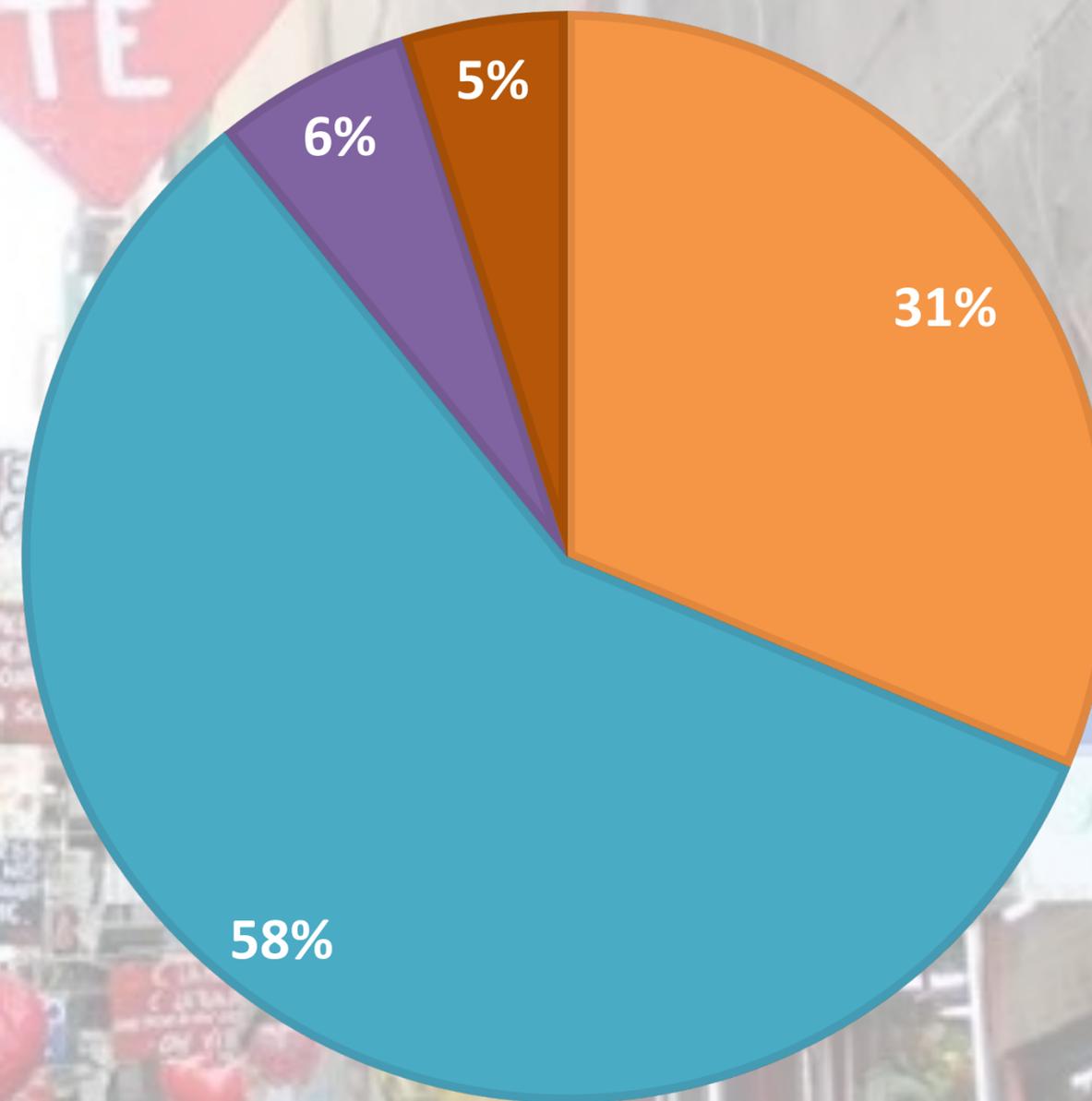


# Sentiment analysis (Instagram Sentiment)

Riferimento anno 2023

Contenuti analizzati  
attraverso l'uso di questi 3  
hashtag: #Napoli -  
#turismonapoli - #visitnapoli

- Sentiment molto positivo
- Sentiment positivo
- Sentiment negativo
- Sentiment non identificabile



# Focus 1: questionario di valutazione sulla città di Napoli

- Periodo di somministrazione: Gennaio 2023 – Giugno 2024.
- N. rispondenti: circa 5000, di cui il 70% italiani ed il 30% stranieri.
- Rilevazione: infopoint turistici e strutture alberghiere selezionate (Federalberghi Campania, Unione degli Industriali della Provincia di Napoli).

## Struttura del questionario

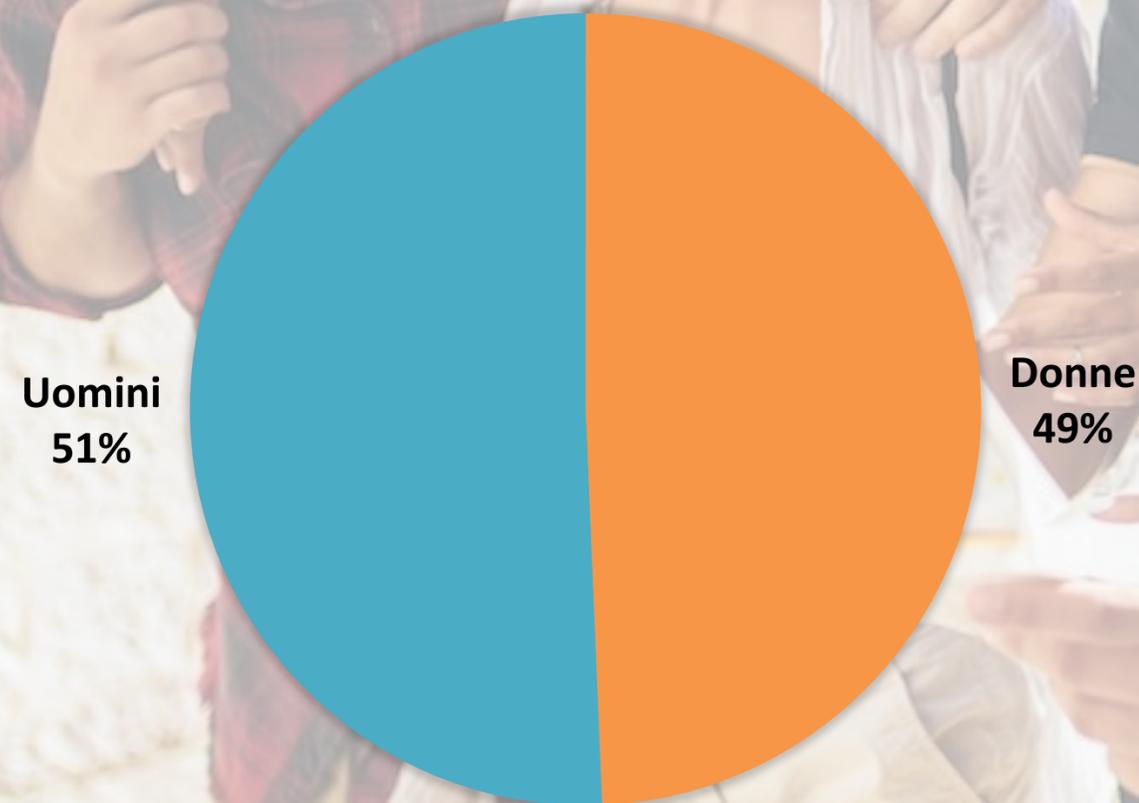
**Prima sezione:**  
dati socio-demografici.

**Seconda sezione:**  
valutazione della qualità dei servizi e degli attrattori offerti nella città di Napoli.

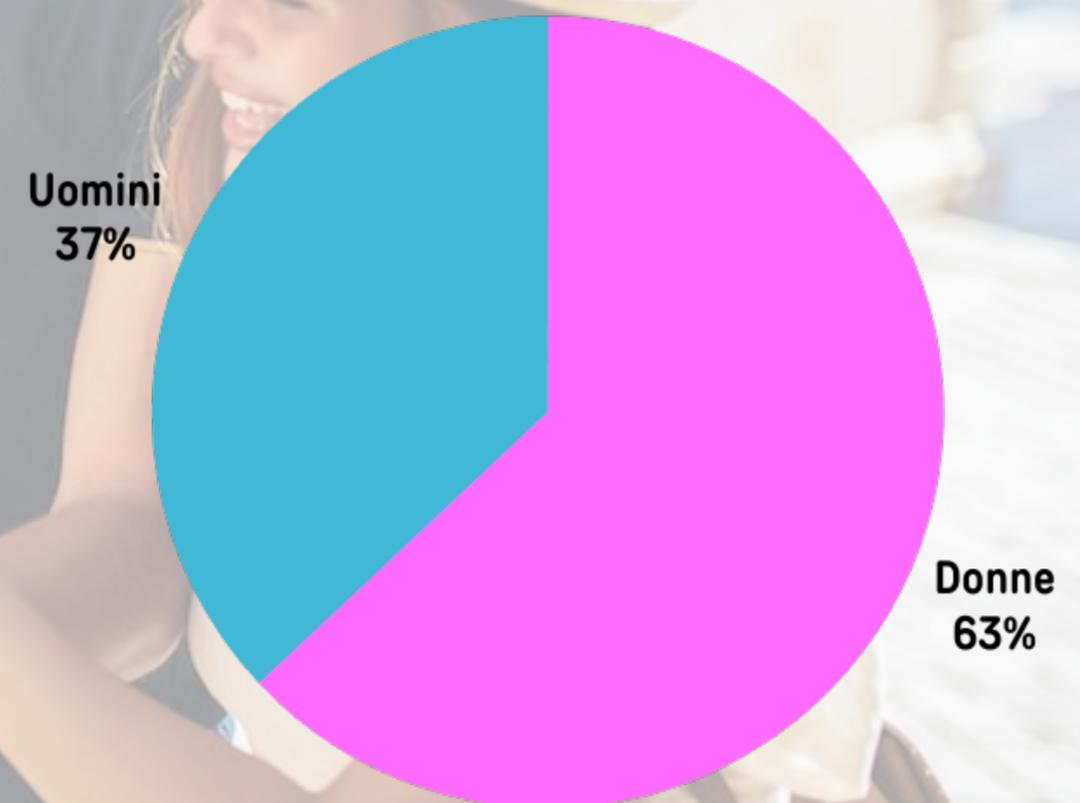
# Composizione dei rispondenti per genere

- Rispetto al campione italiano, i rispondenti sono disposti in equal modo
- Rispetto ai rispondenti stranieri, vi è una prevalenza di rispondenti di sesso femminile (63%) rispetto ai rispondenti di sesso maschile (37%).

**Italiani**



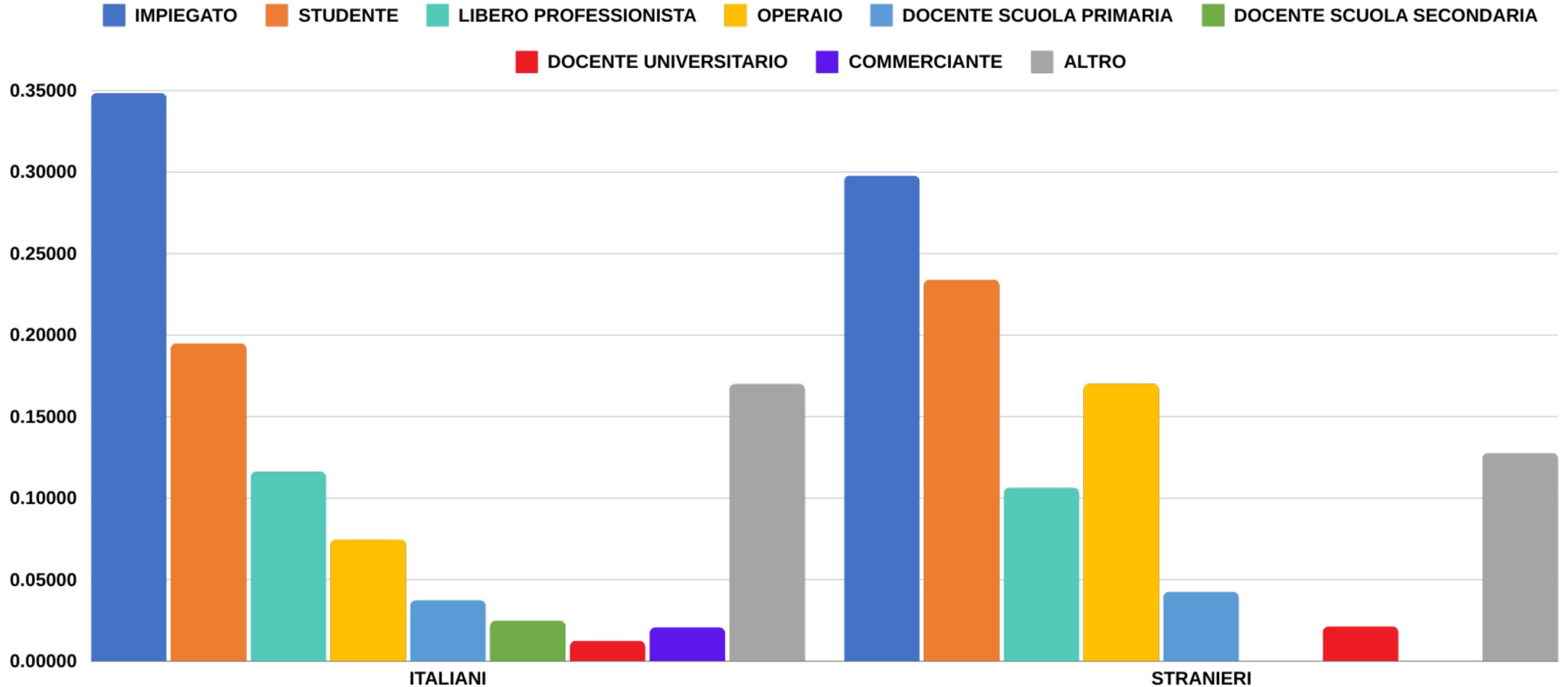
**Stranieri**



# Composizione dei rispondenti per età

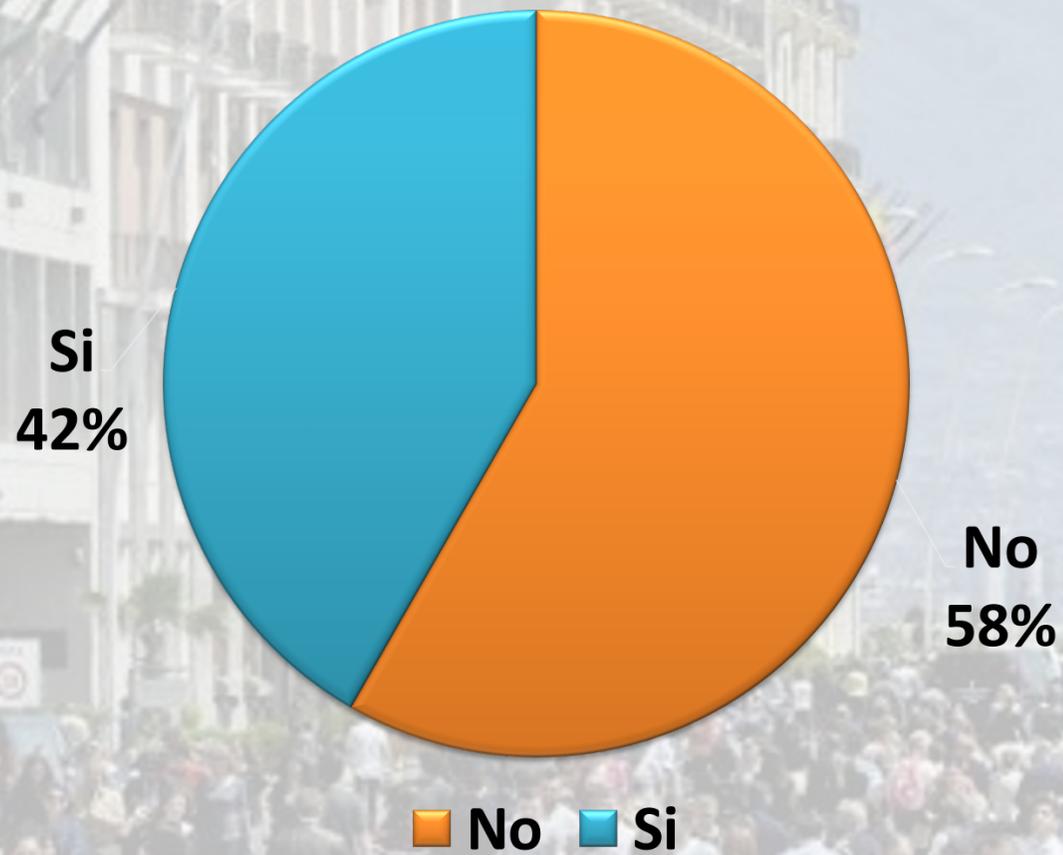
- I **rispondenti italiani** di età compresa tra i **18-25** anni rappresentano la maggioranza (36%). Seguono, in ordine percentuale, rispondenti compresi nelle fasce di età 26-39 anni (29%), 40-59 anni (28%).
- Per i **rispondenti stranieri**, la fascia di età prevalente risulta compresa tra i 26 e 39 anni (37%), seguita dalle fasce d'età 40-59 anni (28%) e 18-25 (24%)
- La fascia di età composta dagli **over 60** si attesta al 6,3% per il campione italiano e al 10% per il campione straniero.

# Condizione professionale dei rispondenti

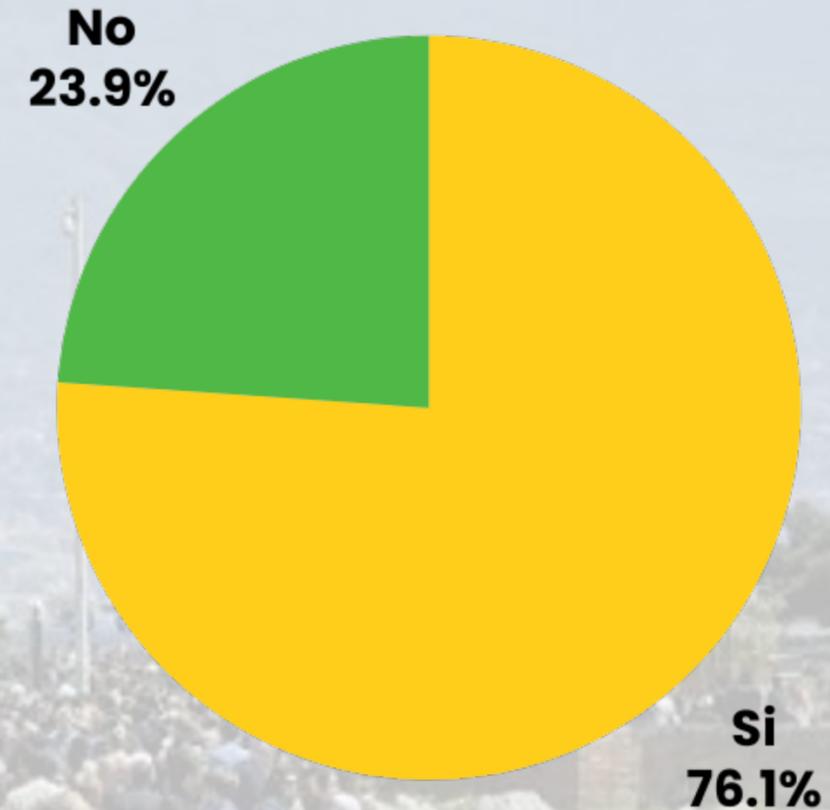


# Rispondenti che visitano Napoli per la prima volta

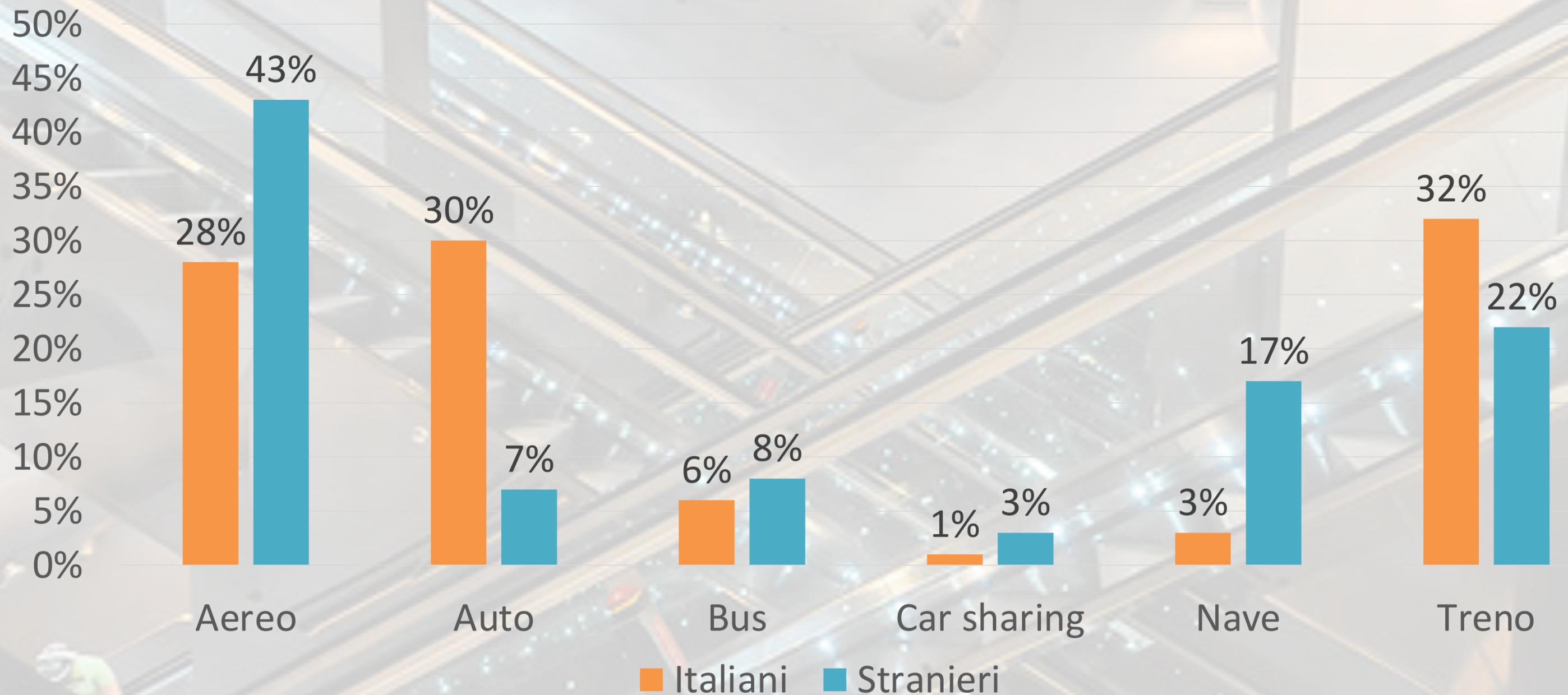
**Italiani**



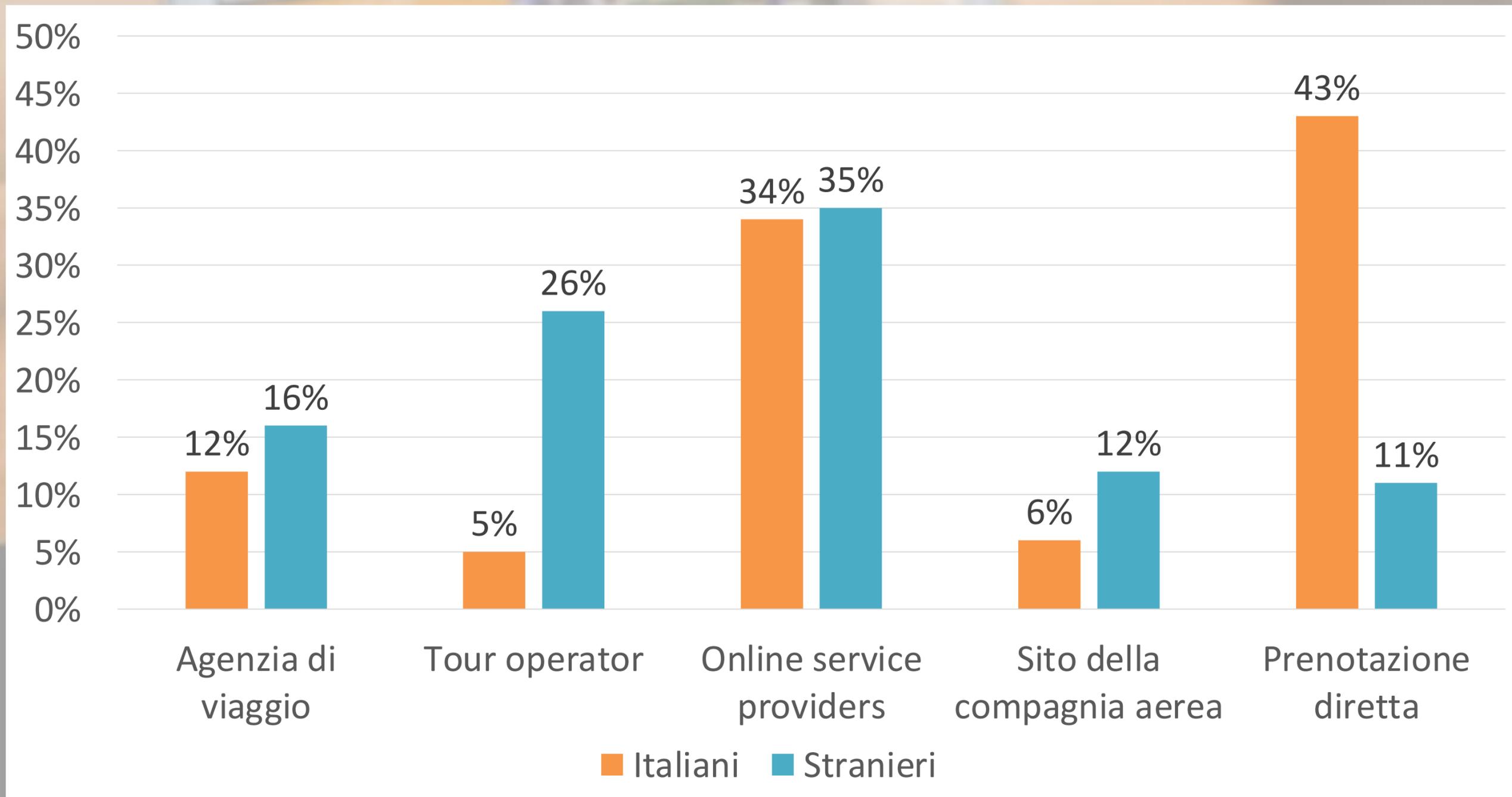
**Stranieri**



# Mezzo di trasporto impiegato per raggiungere Napoli



# Canale di prenotazione



# Livello di soddisfazione medio dei rispondenti (da 1 a 5) – confronto 2023 e I semestre 2024

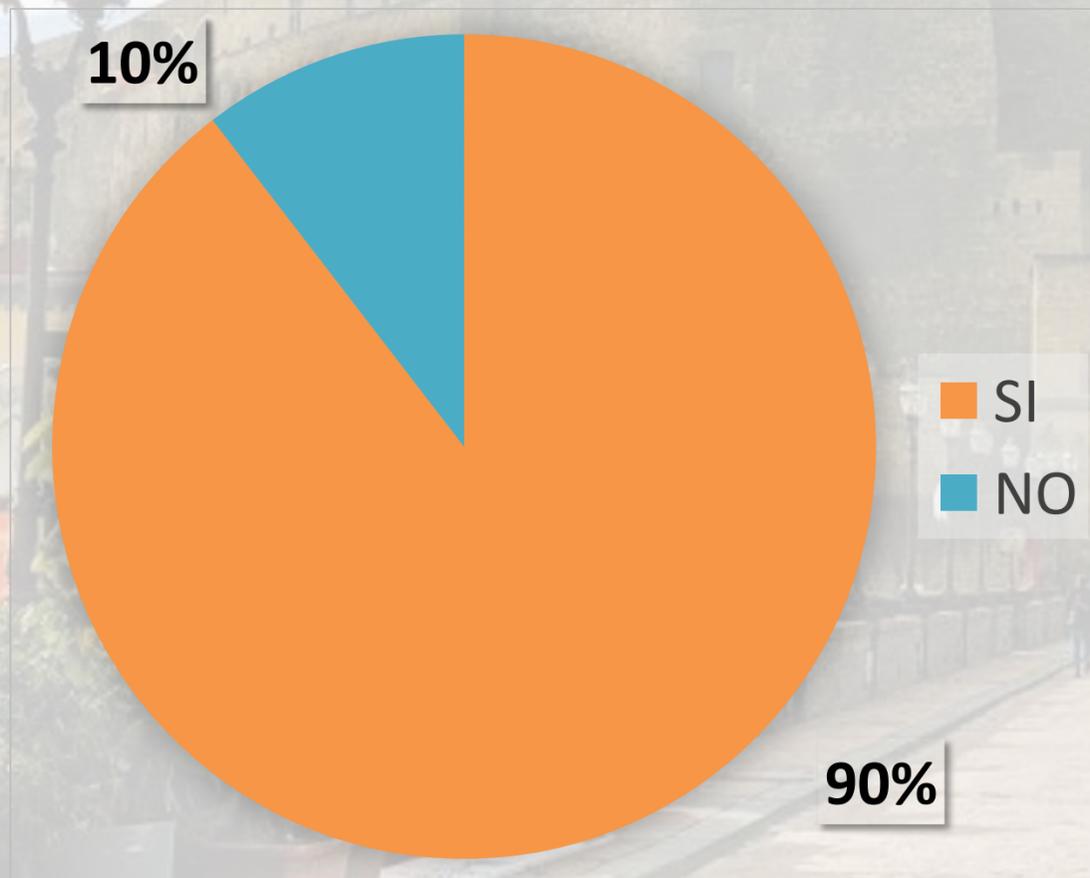
Valutazione visita città di Napoli	2023	I semestre 2024	Var.
Eventi culturali	3,6	4	+11%
Eventi sportivi	3,3	3,8	+15%
Varietà e qualità del divertimento	3,8	4,1	+8%
Fiere e conferenze	3,3	3,6	+9%
Edifici ed eventi religiosi	3,7	4	+8%
Storia, paesaggio ed enogastronomia	4,1	4,4	+7,3%
Varietà offerta alberghiera/extra-alberghiera	3,5	4,1	+17%
Professionalità delle risorse umane	3,5	3,9	+11,4%
Qualità dello shopping	3,7	4	+8%
Disponibilità tour ed escursioni	3,7	4,1	+10,8

# Livello di soddisfazione medio dei rispondenti (da 1 a 5) – confronto 2023- I semestre 2024

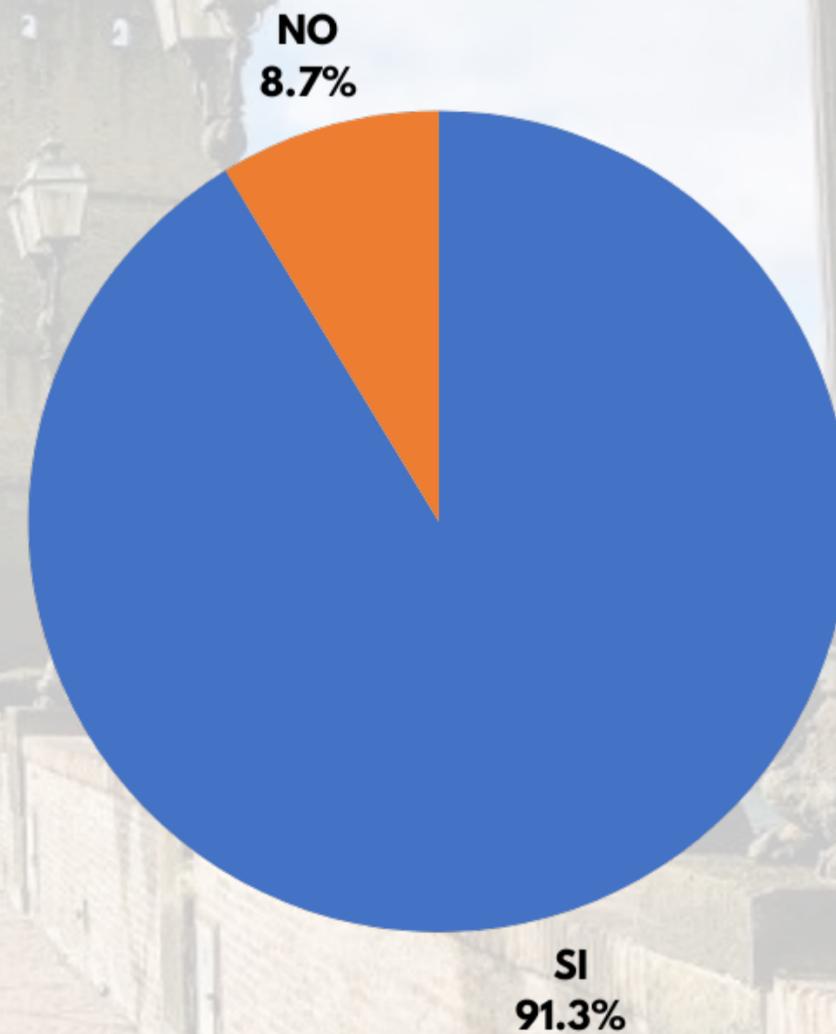
Fattori che influenzano positivamente le intenzioni di viaggio	2023	I semestre 2024	Var.
Patrimonio storico-monumentale/musei	4,1	4,6	+12%
Cultura e folklore	4,1	4,7	+15%
Enogastronomia	4,2	4,7	+12%
Shopping/eventi	3,6	4	+11%

# Interesse a visitare nuovamente Napoli in futuro

Italiani



Stranieri



# Focus 2: The perception of enogastronomy in the City of Naples

Food and wine is important for tourism for several reasons:

- It's an immersive and memorable experience
- It is an economic engine

The gastronomic experience is different from the other ones as it leads to visit the city over and over.

The city of Naples offers a wide range of opportunities for food and wine tourism, this is leading to an unprecedented tourism growth that can be important for sustaining local economy, but also it should be handled carefully in the light of possible over-tourism and gentrification.

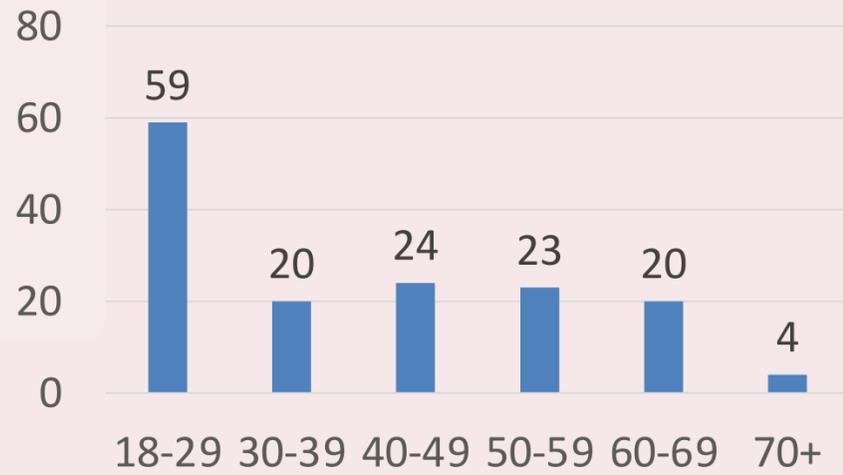
Typical products

distinctive elements of a specific destination that allow the place to be associated with a specific local cultural heritage.

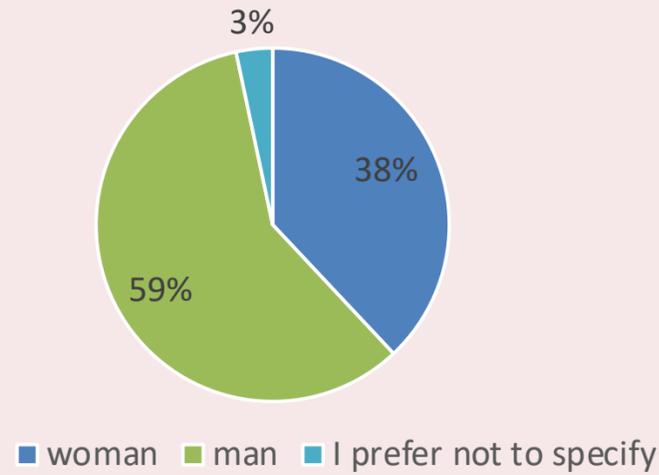


# Sample

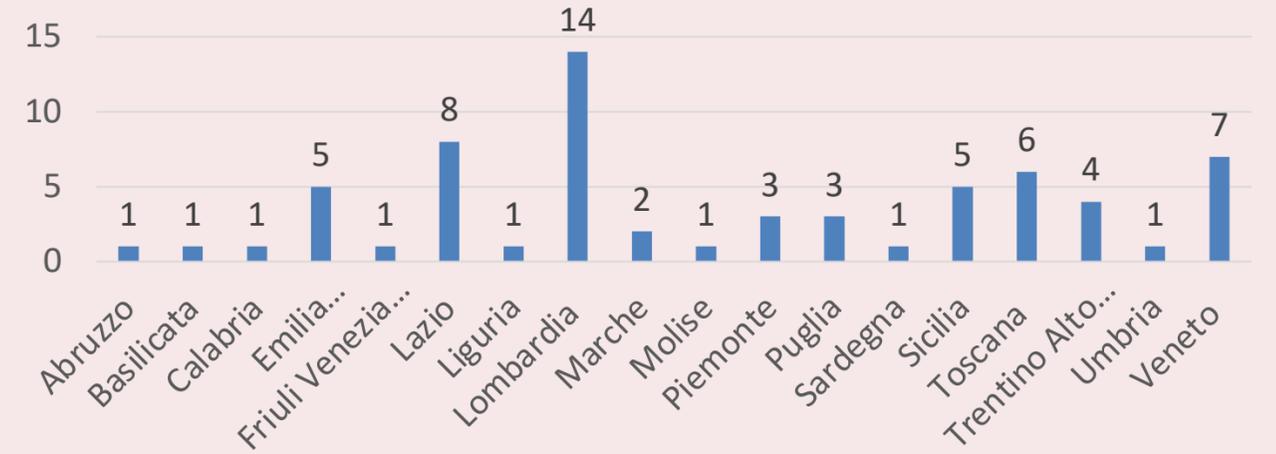
## Age



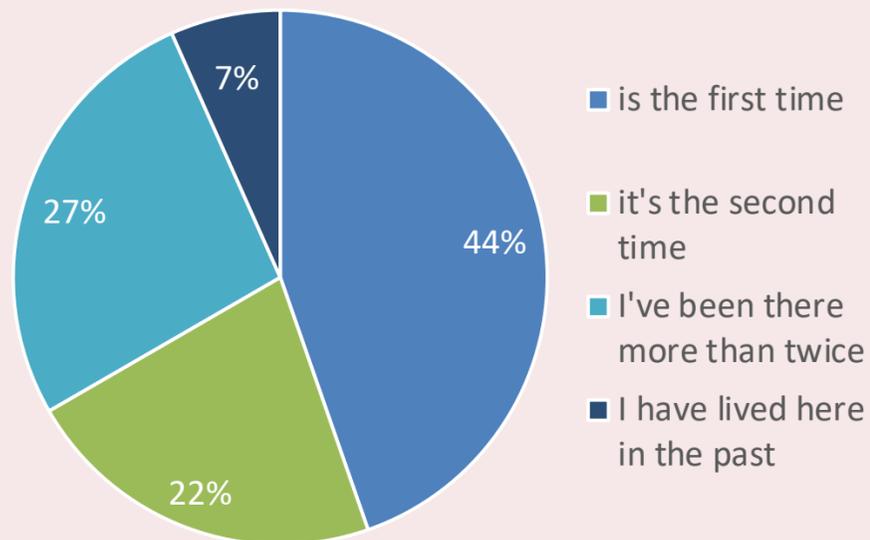
## Gender



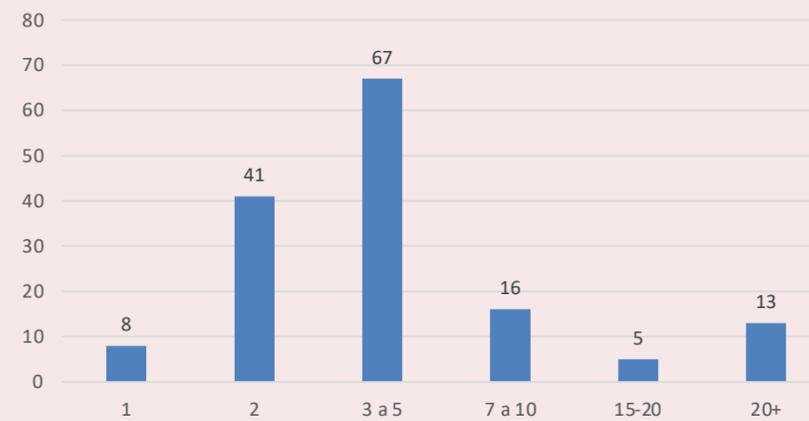
## Origin Italian region



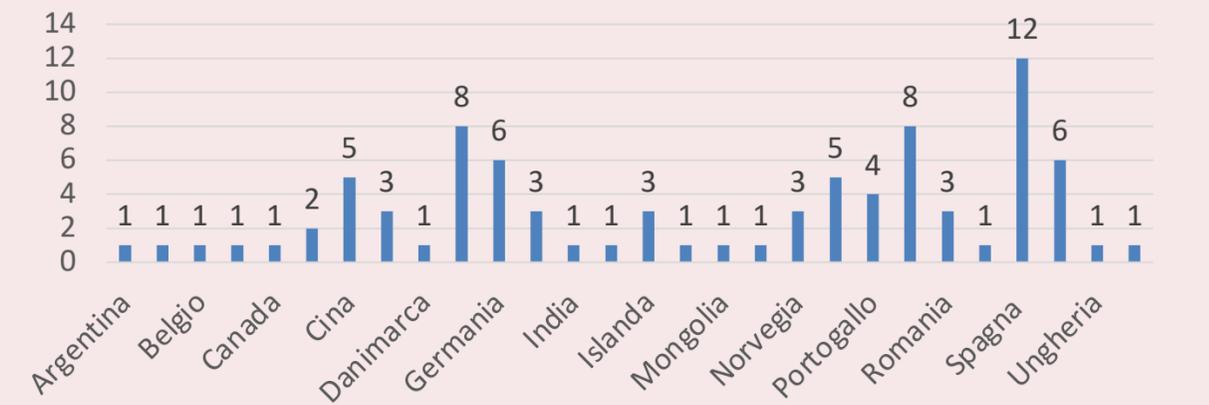
## Number of times in Naples



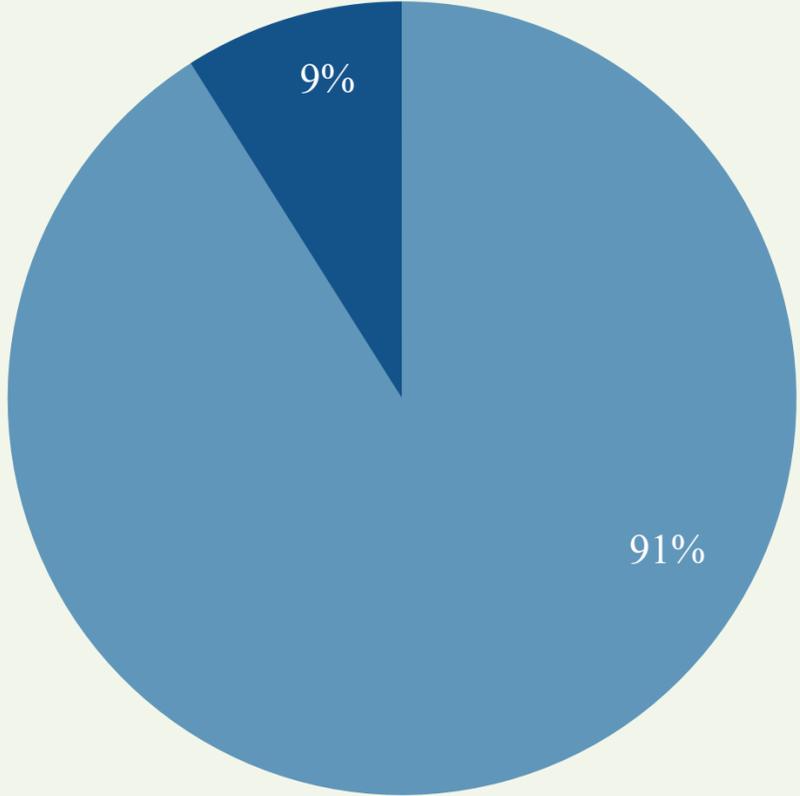
## Days in Naples



## Foreign origin



# Details of the tourist experience



- 89% of the sample will remember one memorable meals once they return home 
- 24% of the sample was disappointed by one of the traditional dishes of Neapolitan gastronomic culture 

## Tourists' opinions on meals in Naples

	Meals	
67		11
24		4
21		0
10		3
3		11
9		7

---

## **Focus 3: La percezione dei residenti rispetto all'impatto del turismo. Il caso della città di Napoli.**

A cura della Prof.ssa Pagliara



# L'indagine statistica

+ Turismo, una risorsa o una criticità?

+ Obiettivo:

+ Descrivere il rapporto tra cittadini e turismo

+ Rilevare le percezioni dei cittadini sugli impatti del fenomeno turismo

+ Evidenziare elementi di criticità e di eccellenza

+ Modalità

+ Campione rappresentativo composto da 2563 interviste

+ Questionario strutturato

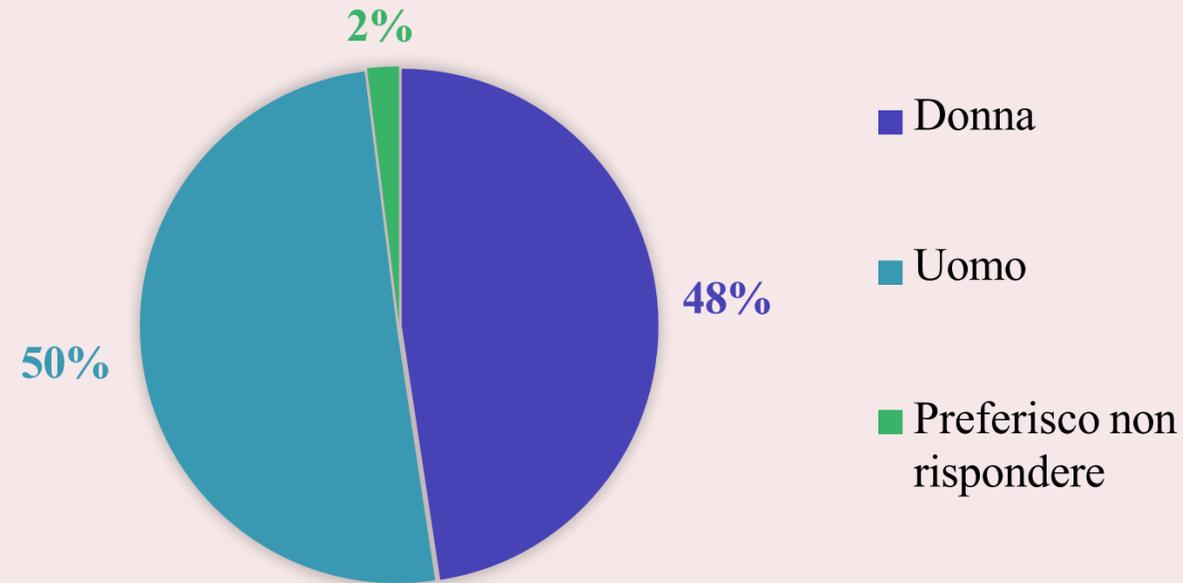
+ Scala di misurazione da 1 (per niente d'accordo) a 5 (completamente d'accordo)

+ Rilevazioni mixed: face to face e CAWI

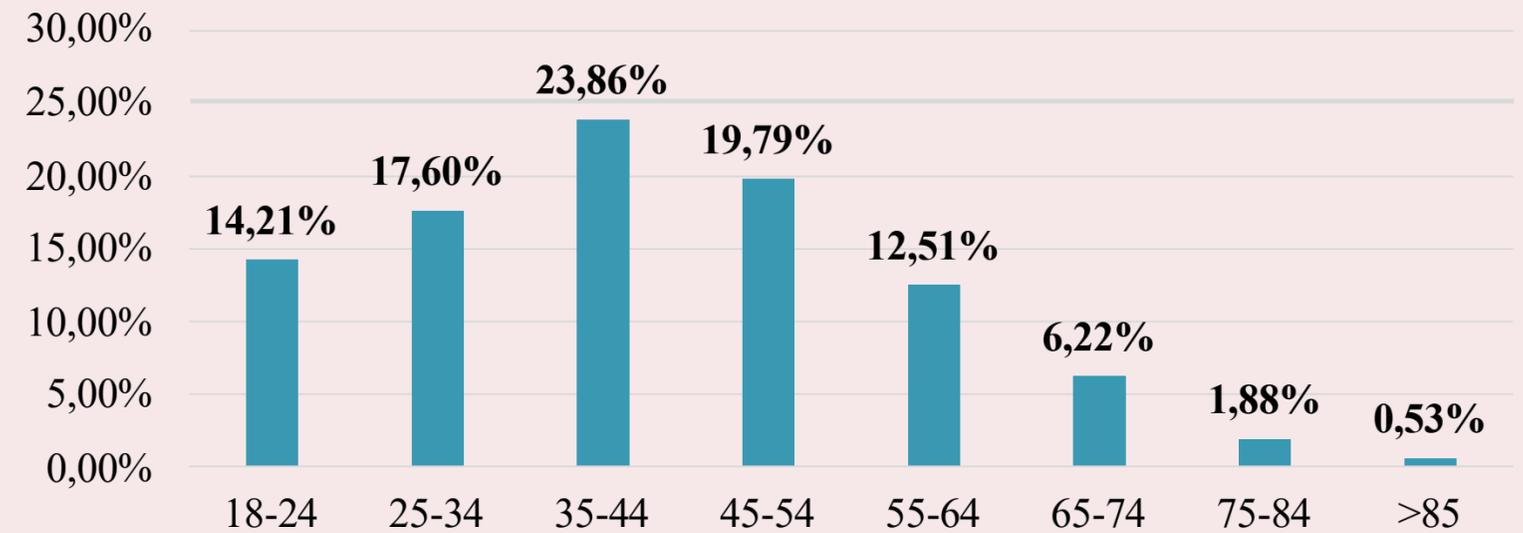
+ Periodi di rilevazione: Dicembre 2022 – Marzo 2023

# Descrizione degli intervistati - campione di 3000 persone

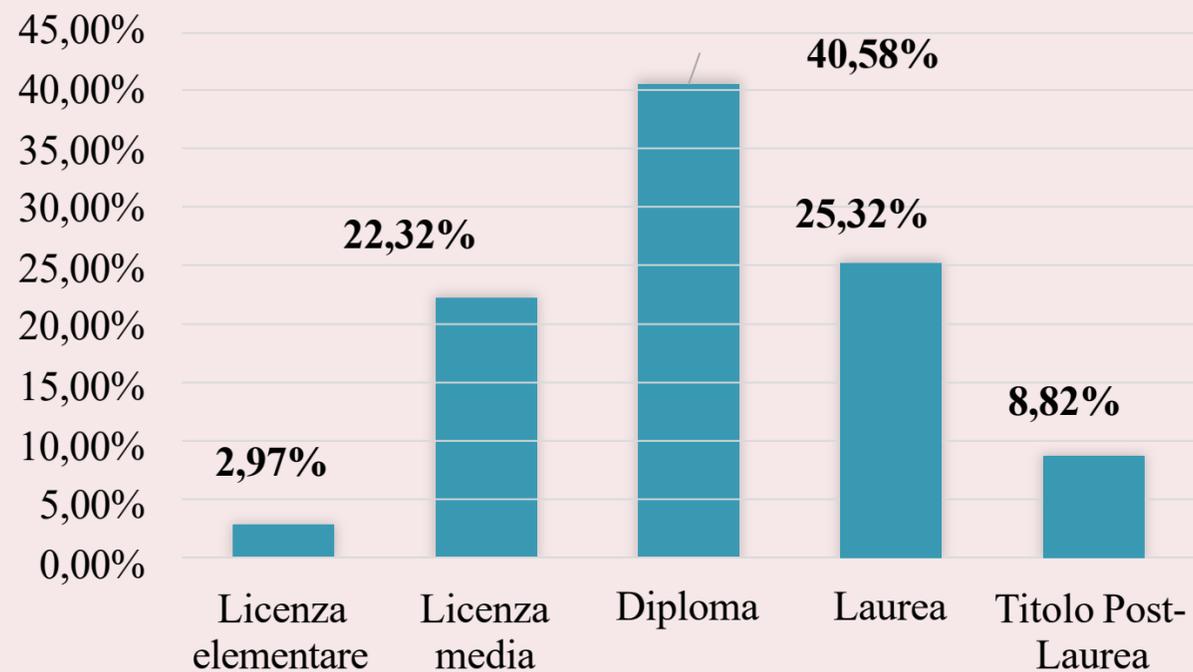
## GENERE



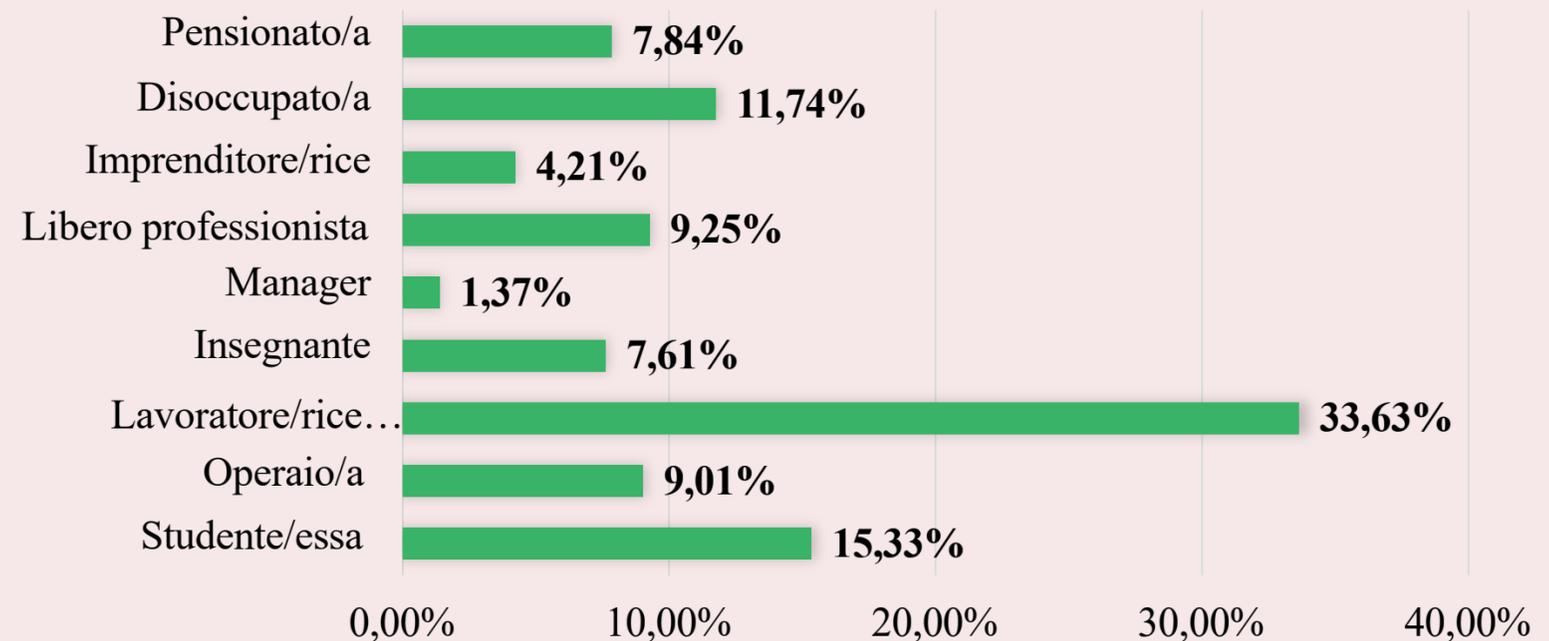
## FASCE D'ETA'



## TITOLO DI STUDIO



## OCCUPAZIONE



# 5 principali impatti che influenzano le percezioni dei residenti

- **Impatto Economico (ECO):** Questo impatto riguarda i **benefici economici** derivanti dal turismo, **l'incremento delle opportunità lavorative** per i residenti e **l'incremento del prezzo dei beni** per effetto del turismo (Pestek, 2019; González, 2023).
- **Impatto Culturale (CUL):** Questo impatto riguarda **l'incremento dell'orgoglio dei residenti ed il loro senso di appartenenza** ad una comunità (Rasoolimanesh, 2015).
- **Impatto Sociale (SOC):** Questo impatto riguarda la potenziale crescita di **atti di vandalismo e criminalità**, nonché **l'eccessivo affollamento dei percorsi pedonali** (Andereck, 2015).
- **Impatto Politico (POL):** Questo impatto riguarda il **coinvolgimento dei residenti nei processi decisionali e nella gestione delle destinazioni turistiche** (Rasoolimanesh, 2015).
- **Impatto Ambientale (AMB):** Questo impatto riguarda l'effetto del turismo **sull'ambiente** (Andereck, 2015; Martin Gannon, 2020).



# Alcuni risultati di interesse: impatto economico

COSTRUTTO	ITEMS	1	2	3	4	5	Totale 4 e 5
IMPATTO ECONOMICO	<b>Il turismo apporta notevoli benefici economici alla città</b>	0,70 %	1,37%	8,54%	56,89%	32,50%	<b>89.39%</b>
	<b>Le imprese e le attività locali della città traggono vantaggi economici dal turismo</b>	0,23%	1,05%	7,14%	46,90%	44,76%	<b>91.66%</b>
	<b>Il prezzo dei beni e servizi è aumentato per effetto del turismo</b>	6,05%	19,70%	30%	30,82%	13,42%	<b>44.24%</b>
	<b>È sempre più difficile trovare appartamenti ad uso abitativo perché sono trasformati in attività ricettive (b&amp;b, affittacamere)</b>	5,58%	22,55%	28,79%	24,85%	18,22%	<b>43.07%</b>

# Impatto ambientale e culturale

COSTRUTTO	ITEMS	1	2	3	4	5	Totale 4 e 5
IMPATTO AMBIENTALE	<b>Attenzione all'igiene urbana, al verde e al traffico</b>	8.74 %	9.75 %	13.85%	38.55 %	29.11%	<b>66.77%</b>
	<b>Eccessiva concentrazione di turisti in alcune zone della città</b>	7.14%	5.31%	8.27%	36.21%	43.07%	<b>79.28%</b>
COSTRUTTO	ITEMS	1	2	3	4	5	Totale 4 e 5
IMPATTO CULTURALE	<b>Il turismo ha incrementato l'orgoglio culturale dei residenti</b>	0.70 %	1.37%	8.54 %	56.89%	32.50 %	<b>89.39%</b>
	<b>Il turismo aiuta a mantenere viva la cultura locale partenopea</b>	1.72 %	2.15%	5.70%	44.13%	46.31%	<b>90.44%</b>
	<b>Incontrare turisti provenienti da tutte le parti del mondo è un'esperienza di vita positiva</b>	0.39 %	0.47 %	3.12%	34.06%	61.96%	<b>96.02%</b>
	<b>Il turismo sostiene la conservazione dei siti archeologici nella città</b>	1.76%	2.93%	8.78%	36.91%	49.63%	<b>86.54%</b>

# Alcuni risultati di interesse: impatto sociale

COSTRUTTO	ITEMS	1	2	3	4	5	Totale 4 e 5
<b>IMPATTO SOCIALE</b>	<b>Il turismo porta eventi sportivi e musicali importanti nella città anche per i cittadini</b>	3.08%	4.64%	10.69%	37.10%	44.48%	<b>81.58%</b>

# Impatto politico

COSTRUTTO	ITEMS	1	2	3	4	5	Totale 4 e 5
<b>IMPATTO POLITICO</b>	<b>La voce dei cittadini di Napoli è fondamentale nelle scelte delle amministrazioni locali in tema di turismo</b>	3.08%	3.59%	8.90%	39.56%	44.87%	<b>84.43%</b>
	<b>Ritiene necessari interventi di igiene e decoro urbano?</b>	0.39%	0.51%	1.60%	30.78%	66.72%	<b>97.48%</b>
	<b>Ritiene utile una app per la visita della città?</b>	0.86 %	0.98%	12.3%	26.02%	59.77%	<b>85.79%</b>
	<b>Ritiene utile la messa in rete dei siti Unesco?</b>	0.43%	0.70 %	13.38%	24.85%	60.63%	<b>85.48%</b>
	<b>Ritiene utile lo sviluppo di itinerari tematici?</b>	0.43%	0.39%	11.86%	27.23%	60.09%	<b>87.32%</b>
	<b>Ritiene utile la realizzazione di eventi?</b>	0.35%	0.39%	7.88%	30.16%	61.22%	<b>91.38%</b>
	<b>Ritiene necessaria la ristrutturazione ed il rilancio della Mostra d'Oltremare?</b>	0.43 %	0.39 %	11.86%	27.23%	60.09%	<b>87.32%</b>

# Grazie per l'attenzione!



COMUNE DI NAPOLI



By Lello Esposito